BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat ditandai dengan masifnya para pengguna jaringan internet untuk melakukan berbagai aktivitas pekerjaan dan kebutuhan induk, semakin efektif dan mudah. Berbagai proses interaksi bisnis konvensionalpun mulai berubah dengan cepat, hal tersebut secara jelas terlihat ketika perdagangan *face-to-face* mulai digantikan dengan perdagangan online berbasis internet. Begitupun dengan transaksi komersil yang telah bergeser ke arah yang lebih dinamis, sebuah transaksi yang menjadi solusi dalam terbatasnya ruang dan waktu[1]. Teknologi data yang terus menjadi maju membuat pergantian kerutinan dalam bertransaksi jual beli. Tadinya kerutinan warga bertransaksi dengan metode jual- beli secara langsung ataupun terdapatnya pertemuan antara penjual serta pembeli. Saat ini transaksi itu jadi transaksi online, tidak bertemunya penjual serta pembeli secara langsung tetapi lewat teknologi data yang di sambungkan dengan internet [2].

E-Commerce merupakan penggambaran tentang kegiatan perdagangan yang berlangsung akibat interkoneksi data-data secara elektronik. Fenomena ini jelas ialah sesuatu aspek berarti yang membuka kesempatan konsumen buat

---

[1] Muhammad Abdul kadir, *"Hukum Perusahaan Indonesia*",(Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hlm.16.

[2] Rifan Adi Nugraha, "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online",* dikutip dari https://media.neliti.com/media/publications/23092-ID-perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online diakses 1 Maret 2022 00:54 AM

berpartisipasi secara aktif dalam pasar global[3]. *E-commerce* merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Melalui transaksi perdagangan ini, konsep pasar tradisional di mana penjual dan pembeli secara fisik bertemu berubah menjadi konsep telemarketing yaitu perdagangan jarak jauh dengan menggunakan internet. *E-commerce pun* telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan. Melalui *e-commerce* semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa batas wilayah *(borderless)*[4].

E- Commerce mulanya diperkenalkan pada tahun 1994 pada dikala awal kali banner elektronik ataupun biasa diketahui dengan media promosi digital yang dipakai buat tujuan promosi serta periklanan di sesuatu taman web. Awal mulanya pemanfaatan perdagangan elektronik selaku transaksi komersial buat mengirim dokumen komersial semacam pesanan pembelian secara elektronik. Setelah itu tumbuh jadi sesuatu kegiatan yang memiliki sebutan perdagangan *website*, pembelian benda ataupun jasa lewat *world wide website (www)* lewat server nyaman, protokol server spesial yang memakai enkripsi buat merahasiakan informasi pelanggan[5].

---

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

[4] Dikdik Arief dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2005), hlm. 144

[5] Mudakir Iskandar, *Hukum Bisnis Online Masa Digital*, (Jakarta: CV. Campustaka, 2018), hlm.14

Pada sisi efektifnya, *e-commerce* memiliki keunggulan, di mana Industri bisa mendapatkan efisiensi baik dari sisi pemasaran, tenaga kerja, serta *overhead cost*. Sebagai contoh, mereka tidak butuh tiap kali mencetak katalog baru serta mengirimkannya *(faximile)* ke masing- masing konsumen sebab konsumen dapat memandang langsung di web menimpa pergantian tipe serta harga benda dari detik ke detik[6].

Berbicara tentang *e-commerce,* di Indonesia sendiri mempunyai perusahaan *e-commerce* yang Namanya sedang naik daun, yaitu blibli. Blibli merupakan salah satu pelaku *e-commerce* tertua di Indonesia. Blibli salah satu *e-commerce* di Indonesia dengan konsep belanja online ala mall. Dengan konsep tersebut blibli mengharapkan masyarakat Indonesia yang terbiasa belanja di mall bisa menemukan barang yang mereka cari dengan mudah dan menyenangkan dimanapun dan kapanpun. Sebagaimana telah diuraikan bahwa *e-commerce* juga memiliki kelemahan, hal itu juga berlaku pada *e-commerce* blibli. Walaupun *e-commerce* lain memiliki *marchant* yang lebih banyak, namun blibli tetap selektif dalam memilih *partner*. Hal ini dikarenakan blibli tidak hanya mengejar kuantitas, tetapi juga kualitas sehingga kepuasan pelanggan dapat tetap terjaga.

Menurut riset terbaru dari layanan manajemen konten *HootSuite* dan agensi pemasaran media sosial *We Are Social* dalam laporan bertajuk "Digital 2022". Untuk saat ini pengguna internet di Indonesia dilansir mencapai 204,7 juta dari total 277,7 juta populasi di Indonesia, berarti sebesar 73,7 % dari masyarakat Indonesia telah terkoneksi internet. Masih di laporan yang sama, pengguna

---

[6] Didi Achjari, "*Kemampuan Utilitas Serta Problem E-commerce*", Jurnal Ekonomi dan Bisinis Indonesia, Volume 15 No.3, Agustus 2000, hlm. 389

internet Indonesia rata-rata menghabiskan waktu selama 8 jam 36 menit untuk berselancar di internet.[7]

Dari sisi efektifnya di mana Internet memungkinkan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat. Hal ini karena perusahaan bisa membuka *virtual shop* 24 jam nonstop dengan menampilkan informasi tentang produk dan prosedur pembelian secara *online* di internet. Calon konsumen bisa dimanjakan dengan tampilan grafis yang menawan bahkan dengan animasi/video yang bisa dijalankan dengan *software* tertentu.[8]

Tim riset Bank DBS Indonesia melakukan survei kepada lebih dari 500 responden di Pulau Jawa, termasuk Jakarta dan sebagian kecil di luar Pulau Jawa dengan judul "Indonesia *Consumption Basket*" beberapa waktu lalu dan menemukan bahwa pelanggan *e-commerce* di Indonesia naik menjadi 66% setelah pandemi yang merupakan dampak dari pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).[9]

Bahkan sejak tahun 2019 lalu, sebanyak 90% pengguna internet Indonesia telah melakukan pembelian di *e-commerce*. Fakta ini menjadikan Indonesia menempati peringkat satu di Asia Tenggara sebagai pengguna *e-commerce* terbesar. Pada tahun 2019, nilai kapitalisasi pasar *e-commerce* di Indonesia mencapai USD 21 miliar atau sekitar Rp 294 triliun. Bahkan berdasarkan laporan

---

[7] Hootsuite(we are social) ,"*Indonesian Digital Report 2022*", dikutip dari https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/ diakses 6 April 2022 8:30PM

[8] *Ibid*.

[9] Investor.id "*Indonesia Pengguna Terbesar e-commerce di Asia Tenggara",* dikutip dari https://investor.id/business/232598/indonesia-pengguna-terbesar-ecommerce-di-asia-tenggara di akses 10 Februari 2022 2:43 AM

McKinsey, diprediksi industri *e-commerce* di indonesia pada tahun 2022 akan mencapai nilai USD 40 miliar[10]. Masih berdasarkan hasil survei yang sama, kegiatan belanja *online* naik sebanyak 14%, sedangkan belanja di pusat perbelanjaan turun secara signifikan mencapai 24% semenjak pandemi *Covid-19* menyerang Indonesia. Sebelum pandemi, sebanyak 72% responden survei memilih belanja di toko dibandingkan *online*[11].

Hasil survei Ipsos diketahui bahwa hampir semua pengguna (98%) lebih sering mengakses *E-commerce* melalui aplikasi yang diunduh pada smartphone atau tablet mereka. Sedangkan akses melalui *website* baik di laptop atau PC maupun smartphone hanya sebagian kecil (sekitar 10%). Berdasarkan laporan iPrice, rata-rata kunjungan websitus bulanan ke Tokopedia sebanyak 158,15 juta kali. Jumlah itu naik 85% dari periode yang sama tahun sebelumnya yang sebanyak 84,99 juta kunjungan. Angkanya juga naik 7% jika dibandingkan pada kuartal sebelumnya yang sebesar 147,79 juta kunjungan. Blibli berada di posisi kedua dengan rata-rata kunjungan web situs bulanan sebanyak 134,38 juta kali. Lalu, rata-rata kunjungan websitus bulanan Bukalapak mencapai 30,13 juta kali. Rata-rata kunjungan websitus bulanan Lazada sebanyak 27,95 juta kali. Kemudian, Blibli dan Orami punya rata-rata kunjungan websitus bulanan masing-masing sebanyak 16,33 juta kali dan 12,84 juta kali[12].

---

[10] Tim Sirclo, "*Menilik Tren Perkembangan E-commerce Indonesia Di 2020*", dikutip dari www.sirclo.com diakses 10 Februari. 2022 15:22 PM

[11] Investor.id "*Indonesia Pengguna Terbesar e-commerce di Asia Tenggara",* dikutip dari https://investor.id/business/232598/indonesia-pengguna-terbesar-ecommerce-di-asia-tenggara di akses 10 Februari 2022 15:29 PM

[12] Dataindonesia.id*, "8 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar pada Kuartal III/2021"* dikutip dari https://dataindonesia.id/digital/detail/8-ecommerce-dengan-pengunjung-terbesar-pada-kuartal-iii2021, diakses 8 April 2022 12:11 PM

Tabel 1. Data Pengunjung bilibli

Tahun	Jumlah kunjungan
2018	43,097,200
2019	26,863,300
2020	22,413,100
2021	15,686,700

Sumber: iprice.co.id

Namun dengan hadirnya *e-commerce* seperti blibli 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 diberikan oleh produsen kurang memuaskan,[13] 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[14].

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 transasksi 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

[13] Subekti, *"Hukum Perjanjian",* (Jakarta: Intermasa, 2004), hlm. 79
[14] Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, Op. Cit., 145

pelanggaran perjanjian atau kontrak, masalah yurisdiksi hukum dan juga masalah hukum mana yang harus diterapkan bila terjadi sengketa. Jaminan keamanan transaksi *e-commerce* sangat diperlukan untuk melindungi konsumen agar semakin menumbuhkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan volume transaksi melalui *e-commerce*[15].

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: "Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian."[16] 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."[17] Berikut ini terdapat beberapa permasalahan konsumen blibli terkait dengan ketidaksesuaian antara yang disepakati dengan produk yang diterima konsumen.

Kasus konsumen yang pertama, pada tanggal 17 Mei 2020 Chandra Budiyunanto melakukan pembelian *product* speaker merek JBL Xtreme 2 dengan No Order. 12049480910, harga Rp 2.299.000. Kemudian Chandra Budiyunanto

---

[15] Tim BPKN, *"Kajian Perlindungan E-commerce di Indonesia"* dikutip dari www.bkpn.go.id diakses pada 17 Februari 2022 16:12 PM, hlm. 2.

[16] Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999

[17] *Ibid*

menerima barang pada tanggal 22 Mei 2020, tetapi barang yang terima JBL Xtreme bukan JBL Xtreme 2 seperti yang sudah Chandra Budiyunanto *order*. Kemudian Chandra Budiyunanto mengajukan ke blibli untuk menukar dan mengirimkan barang sesuai yang saya *order*, dengan no. pengembalian RMA288086**.** Setelah mengajukan pengembalian, pihak blibli membalas, apabila Chandra Budiyunanto ingin melanjutkan proses pengiriman *product* pengganti beliau harus membayar sebesar Rp. 1.401.000 terlebih dahulu[18].

Kasus konsumen yang kedua, enjum terdaftar sebagai member di Blibli dari bulan Oktober 2019. Sampai saat ini status membernya *premier*. Tanggal 29 Mei 2021 saya membeli satu unit kulkas Sharp FJ-M189N, nomor pesanan: 12073996539. Di deskripsi produk tertera 8 rak, tapi produk yang enjum terima itu 6 rak. Atas hal ini, enjum pada tanggal 01 Juni 2021 mengajukan komplain melalui aplikasi Blibli. Sampai saat ini tanggal 17 Juni 2021 komplainnya belum ada tanggapan dari pihak Blibli dan hanya ada WA dari yang mengatasnamakan pihak Blibli, yang intinya memberi tahu bahwa produk yang diterima sudah sesuai dan deskripsi produk yang salah. Deskripsi produk di Blibli bisa salah (menurut WA tsb) karena salah deskripsi produk di website Sharp. Melalui surat pembaca enjum ingin menyampaikan beberapa hal terkait komplain yang sampai saat ini belum ada tanggapan resmi dari pihak Blibli:

1. Sebelum membeli produk, enjum tanya ongkos kirim *via chat* aplikasi Blibli. Jawaban CS Blibli, ongkos kirim Rp50 ribu, tapi saat

[18] Media Konsumen, *"Barang Dikirim Blibli Tidak Sesuai dengan yang Diorder",*dikutip dari https://mediakonsumen.com/2020/06/01/surat-pembaca/barang-dikirim-blibli-com-tidak-sesuai-dengan-yang-diorder, diakes 8 April 2022 12:45 PM

melakukan transaksi kenapa ongkos kirim jadi Rp150 ribu (naik 3x lipat)? enjum tetap melakukan pembayaran, karena ini barang pesanan.

2. Di deskripsi produk jelas-jelas tercantum 8 rak, tapi produk yang diterima itu 6 rak. Solusi yang diberikan hanya pemberitahuan bahwa deskripsinya yang salah. Deskripsinya salah karena dari website Sharp-nya yang salah. Pemberitahuan ini pun hanya via WA oleh orang yang mengaku dari pihak Blibli.

Apakah memang seperti ini penanganan komplain dari pihak Blibli? Jika seperti ini, sangat disayangkan, karena seolah-olah pihak Blibli lepas tanggung jawab (menyalahkan deskripsi di website Sharp), tidak memberikan solusi dan tidak ada itikad baik terhadap penyelesaian komplain dari pembelinya. Mudah-mudahan tidak ada lagi deskripsi produk yang salah di Blibli. Jika memang benar deskripsi untuk Sharp FJ-M189N itu salah, apa tidak ada kontrol atau kroscek dari pihak Blibli (asal ambil deskripsi yang ada di salah satu site web)? Apa memang penanganan komplain seperti ini (cukup via WA oleh salah satu karyawan)? Apa memang penyelesaian komplain pembeli harus sampai berminggu-minggu, tidak ada penyelesaian dan walaupun ada hanya cukup pemberitahuan via WA? Jika memang deskripsinya yang salah, kenapa ulasan saya terhadap produk tersebut tiba-tiba hilang di aplikasi Blibli (entah hilang atau dihilangkan oleh pihak Blibli)?

Kasus konsumen yang ketiga, cipto melakukan pembelian voucher Indomaret di Blibli.com, dan diterima pada 10 dan 11 Desember 2018. Terjadi kekurangan pengiriman. Cipto langsung melakukan pengaduan dengan nomor

laporan RMA150318 dan RMA150128. Setelah melakukan investigasi, proses komplain tidak bisa diteruskan karena cipto tidak bisa menyediakan *video unboxing*. Sedangkan tidak ada keterangan dibagian manapun di Blibli.com bahwa penerimaan barang harus divideokan satu per satu. Pada hari ini, 21 Desember 2018, Blibli.com menghubungi cipto dan mengklaim secara sepihak bahwa pengiriman sudah sesuai dan tidak ada kekurangan. Cipto meminta bukti, namun Blibli tidak bisa memberikan bukti ataupun video packing barang yang bisa membuktikan bahwa jumlah yang dikirim telah sesuai. Semua hanya klaim secara sepihak tanpa bukti dan keterangan yang valid. Cipto mengalami kerugian jutaan rupiah akibat kekurangan barang yang dikirim Blibli. Berhati-hatilah membeli barang di Blibli. Jika terjadi kekurangan, dan anda tidak memberi bukti video proses *unboxing*, maka siap-siap mengalami kerugian, dan Blibli tidak bertanggung jawab atas kekurangan produk. Ini bukan kejadian baru pertama kali. Sebelumnya, saya juga sudah mengalami kekurangan produk beberapa kali. Cipto bukan *customer* baru di Blibli. Beliau sudah *join* sejak 2012 dan transaksi saya termasuk aktif. Namun, dengan adanya masalah ini saya merasa kecewa dan ditipu oleh blibli. Terima kasih.[19]

Berdasarkan hal-hal yang dimaksud di atas maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat judul **"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN BLIBLI *(E-COMMERCE)* YANG DIRUGIKAN AKIBAT MENERIMA PRODUK YANG BERBEDA DARI YANG DITAWARKAN."**

---

[19] Kompas.com " *Blibli.com Tidak Bertanggung Jawab Atas Kekurangan Barang*" dikutip dari https://inside.kompas.com/tanggapan/read/57404/Bliblicom-Tidak-Bertanggung-Jawab-Atas-Kekurangan-Barang. Diakses 8 April 2022 12:53 PM

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka, perumusan masalah yang akan dibahas di dalam skripsi ini antara lain:

1. Bagaimanakah Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam *E-commerce* Blibli yang Dirugikan Akibat Menerima Produk yang Berbeda Dari yang Disepakati?
2. Apa Tanggung Jawab *E-commerce* Blibli Terhadap Konsumen yang Dirugikan Akibat Menerima Produk Berbeda Dari yang Disepakati?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perlindungan terhadap konsumen *e-commerce* Blibli yang memperoleh produk berbeda dari yang disepakati.
2. Untuk menganalisa bentuk tanggungjawaban Blibli terhadap konsumen yang menerima produk berbeda dari yang disepakati.

D. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat berkontribusi sebagai bahan kajian atau referensi terhadap perkembangan hukum yang berkaitan dengan perlindungan terhadap konsumen Blibli di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Hasil riset skripsi ini diharapkan bisa membagikan kontribusi data kepada publik, khususnya pihak yang kerap ikut serta dalam aktivitas *e- commerce*, ataupun pihak lain yang berhubungan dengan perlindungan konsumen *e-commerce*, seperti penegak hukum, pengacara, konsultan hukum dan lain-lain serta mengetahui wujud pertanggungjawaban pihak *e- commerce* apabila terjadi sengketa konsumen dalam transaksi *e-commerce*, dan supaya publik lebih mengenali perlindungan konsumen.

3. Manfaat Bagi Penulis
    1. Memberikan pengetahuan bagi penulis untuk menjawab pokok masalah yang dikaji dalam penelitian ini.
    2. Untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh gelar sarjana hukum program studi ilmu hukum bagian hukum perdata.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Perlindungan Hukum

1. Definisi Perlindungan Hukum

Kehadiran hukum dalam masyarakat adalah untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan yang biasa bertentangan antara satu sama lain. Maka dari itu, hukum harus bisa mengintegrasikannya sehingga benturan-benturan kepentingan itu dapat ditekan seminimal mungkin. Menurut Soedjono Dirdjosisworo bahwa pengertian hukum dapat dilihat dari delapan arti, yaitu hukum dalam arti penguasa, hukum dalam arti para petugas, hukum dalam arti sikap tindakan, hukum dalam arti sistem kaidah, hukum dalam arti jalinan nilai, hukum dalam arti tata hukum, hukum dalam arti ilmu hukum, hukum dalam arti disiplin hukum.

Beberapa arti hukum dari berbagai macam sudut pandang yang dikemukakan oleh Soedjono Dirdjosisworo menggambarkan bahwa hukum tidak semata-mata peraturan perundang-undangan tertulis dan aparat penegak hukum seperti yang selama ini dipahami oleh masyarakat umum yang tidak tahu tentang hukum. Tetapi hukum juga meliputi hal-hal yang sebenarnya sudah hidup dalam pergaulan masyarakat[20]. Secara umum, perlindungan berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah.

[20] Soedjono Dirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 25-43.

Dengan demikian, perlindungan hukum dapat diartikan dengan segala upaya pemerintah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada warga negaranya agar hak-haknya sebagai seorang warga negara tidak dilanggar, dan bagi yang melanggarnya akan dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan yang berlaku[21].

Menurut Satjito Rahardjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut[22].

2. Bentuk Perlindungan Hukum

Menurut R. La Porta dalam *Jurnal of Financial Economics*, bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh suatu negara memiliki dua sifat, yaitu bersifat pencegahan *(prohibited)* dan bersifat hukuman *(sanction)*.[23] Bentuk perlindungan hukum yang paling nyata adalah adanya institusi-institusi penegak hukum seperti pengadilan, kejaksaan, kepolisian, dan lembaga-lembaga penyelesaian sengketa diluar pengadilan (non-litigasi) lainnya. Hal ini sejalan dengan pengertian hukum menurut Soedjono Dirdjosisworo yang menyatakan bahwa hukum memiliki pengertian beragam dalam masyarakat dan salah satunya yang paling nyata dari pengertian tentang hukum adalah adanya institusi-institusi penegak hukum.

---

[21] Pemegang Paten Perlu Perlindungan Hukum", Republika, 24 Mei 2004

[22] Satjipro Rahardjo, *Sisi-Sisi Lain dari Hukum di Indonesia*, (Jakarta: Kompas, 2003),hlm. 121.

[23] Rafael La Porta, *"Investor Protection and Cororate Governance; Journal of Financial Economics*", No. 58, Oktober 1999: hlm. 9.

Perlindungan hukum sangat erat kaitannya dengan aspek keadilan. Penegakan hukum dalam bentuk perlindungan hukum dalam kegiatan ekonomi khususnya penanaman modal tidak bisa dilepaskan dari aspek hukum perusahaan khususnya mengenai perseroan terbatas karena perlindungan hukum dalam penanaman modal melibatkan beberapa pihak pelaku usaha turutama pihak penanam modal, direktur, komisaris, pemberi izin dan pemegang kekuasaan, serta pihak-pihak penunjang terjadinya kegiatan penanaman modal seperti notaris yang mana para pihak tersebut didominasi oleh subjek hukum berupa badan hukum berbentuk perseroan terbatas[24].

Subjek hukum dalam hukum perdata terdapat dua subjek hukum, yaitu subjek hukum orang pribadi dan subjek hukum berupa badan hukum. Subjek hukum orang pribadi atau *natuur lijke person* adalah orang atau manusia yang telah dianggap cakap menurut hukum. orang sebagai subjek hukum merupakan pendukung atau pembawa hak sejak dia dilahirkan hidup hingga dia mati. Walaupun ada pengecualian bahwa bayi yang masih ada di dalam kandungan ibunya dianggap telah menjadi sebagai subjek hukum sepanjang kepentingannya mendukung untuk itu[25]. Selanjutnya, subjek hukum dalam hukum perdata adalah badan hokum atau rechtspersoon. Badan hukum merupakan kumpulan manusia pribadi atau dapat pula merupakan kumpulan dari badan hukum. Menurut Satjipto Rahardjo, hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya secara

---

[24] Lihar RT Sutantya R. Hadhikusuma dan Sumantoro, *Pengertian Pokok Hukum Perusahaan: Bentuk-bentuk Perusahaan yang berlaku di Indonesia*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996), hlm. 5-8.

[25] H.R. Sardjono dan Frieda Husni Hasbullah, Bunga Rampai,*Perbandingan Hukum perdata,* (Jakarta: Ind-Hill-Co, 1991)hlm. 143

terukur. Kepentingan merupakan sasaran dari hak karena hak mengandung unsur perlindungan dan pengakuan[26].

B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Istilah perjanjian berasal dari bahasa Belanda ialah *overeenkomst*, serta dalam bahasa Inggris diketahui dengan sebutan *contract/agreement*. Perjanjian dirumuskan dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang menentukan bahwa: "Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih." [27]

R. Subekti mengemukakan pendapatnya tentang pengertian perjanjian sebagai berikut: "suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal". Dari peristiwa ini timbulah sesuatu ikatan antara 2 orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian ini menimbulkan sesuatu perikatan antara 2 orang yang menciptakannya. Dalam wujudnya, perjanjian ini berupa suatu rangkaian perikatan yang memiliki janji- janji ataupun kesanggupan yang diucapkan ataupun ditulis[28].

R. Wirjono Prodjodikoro mengartikan perjanjian sebagai sesuatu ikatan hukum mengenai harta benda antara kedua belah pihak, dalam mana satu pihak berhak untuk menuntut pelaksanaan janji itu[29].

---

[26] ~~Satjipto Rahardjo, *Ilmu*~~ *Hukum*, cet. VI (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006), hlm.54

[27] Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, Cet. 3, 2000), hlm. 224

[28] R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta:PT. Intermasa, 1963), hlm. 1

[29] R. Wiryono Projodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*,(Bandung: Sumur, 1993), hlm.. 9

Menurut Subekti dalam buktinya pokok-pokok hukum perdata, yang diartikan dengan perjanjian merupakan sesuatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana 2 orang itu sama- sama berjanji untuk melakukan suatu hal. Dari peristiwa ini muncul sesuatu ikatan perikatan[30].

Kata perjanjian menunjukkan adanya makna, bahwa para pihak dalam perjanjian yang akan di adakan telah sepakat tentang apa yang mereka sepakati berupa janji-janji yang diperjanjikan.

2. Asas-Asas Perjanjian

Asas hukum perjanjian. Selain syarat sahnya suatu perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, dalam pelaksanaannya perjanjian juga harus memperhatikan dan menerapkan asas-asas dalam hukum perjanjian.

Didalam hukum perjanjian dikenal asas-asas hukum perjanjian, yaitu:

a. Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) KUHPer. Pada pasal tersebut ditentukan bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian adalah adanya kata kesepakatan antara kedua belah pihak. Asas ini merupakan asas yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, melainkan cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak.

b. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPer, yang berbunyi: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah

[30] Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata* Cetakan ke-31,(Jakarta: Intermasa, 2003), hlm.5

berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya." Asas ini merupakan suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk:

(1) membuat atau tidak membuat perjanjian;

(2) mengadakan perjanjian dengan siapa pun;

(3) menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya, serta

(4) menentukan bentuk perjanjiannya apakah tertulis atau lisan.

c. Asas Kekuatan Mengikat Perjanjian *(pacta sunt servanda)*

Asas kekuatan mengikatnya perjanjian disebut juga dengan asas *pacta sunt servanda* merupakan asas yang berhubungan dengan akibat dari suatu perjanjian. Asas *pacta sunt servanda* termuat dalan ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUPerdata yang menyatakan bahwa "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". Artinya bahwa undangundang mengakui dan menempatkan posisi perjanjian yang dibuat oleh para pihak sejajar dengan pembuatan undang-undang.

d. Asas Kepribadian *(personality*)

Asas Kepribadian *(personality)* Asas kepribadian merupakan asas yang menentukan bahwa seseorang yang akan melakukan dan/atau membuat kontrak hanya untuk kepentingan per- seorangan saja. Hal ini dapat dilihat dalam Pasal 1315 dan Pasal 1340 KUHPer. Pasal 1315 KUHPer menegaskan: "Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri."

e. Asas Itikad Baik *(good faith)*

Merujuk ketentuan Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, yang dimaksud dengan iktikad baik berarti melaksanakan perjanjian dengan iktikad baik.

Artinya, dalam melaksanakan perjanjian, kejujuran harus berjalan dalam hati sanubari seorang manusia. Patut diperhatikan, pemahaman substansi iktikad baik dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata tidak harus diinterpretasikan secara gramatikal, bahwa iktikad baik hanya muncul sebatas pada tahap pelaksanaan kontrak

Asas-asas inilah landasan untuk para pihak dalam menentukan serta membuat suatu perjanjian dalam aktivitas hukum sehari- hari. Dengan demikian, keseluruhan asas tersebut merupakan hal yang bernilai serta wajib diperhatikan untuk para pembuat perjanjian sehingga tujuan akhir dari suatu kesepakatan bisa tercapai serta terlaksana sebagaimana yang diinginkan oleh para pihak.

3. Syarat Sahnya Suatu Perjanjian

Syarat sahnya suatu perjanjian tertulis dalam Pasal 1320 KUH Perdata menentukan empat syarat sahnya perjanjian, yaitu:

a) Adanya kesepakatan kedua belah pihak;

   Kata sepakat didalam perjanjian pada dasarnya adalah para pihak yang membuat perjanjian harus sepakat atau setuju mengenai hal-hal pokok atau materi yang diperjanjikan, dimana kesepakatan itu harus dicapai dengan tanpa ada paksaan, penipuan atau kekhilafan.

b) Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum;

   Syarat sahnya perjanjian yang kedua menurut Pasal 1320 KUH Perdata adalah kecakapan para pihak untuk membuat perjanjian . Pasal 1329 KUH Perdata menyebutkan bahwa setiap orang adalah cakap. Kemudian Pasal 1330 KUH Perdata memberikan pengecualian dengan

penjelasan “ada beberapa orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian”, yaitu:

1. Orang yang belum dewasa yaitu berdasarkan Pasal 47 dan 50 UU No.1 Tahun 1974 kedewasaan seseorang ditentukan bahwa anak berada di bawah kekuasaan orang tua atau wali sampai umur 18 tahun yang berlaku baik bagi wanita maupun pria.
2. Orang yang ditaruh di bawah pengampuan.

   Seseorang dapat diletakan di bawah pengampuan jika yang bersangkutan gila, dungu, mata gelap, lemah akal atau juga pemboros. Orang yang demikian itu tidak menggunakan akal sehatnya, dan oleh karenanya dapat merugikan dirinya sendiri.

c) Adanya objek perjanjian;

Syarat sahnya perjanjian yang ketiga adalah dalam membuat perjanjian, apa yang diperjanjikan (objek perikatannnya) harus jelas. Pasal 1333 KUH Perdata ayat 1 menyatakan bahwa suatu perjanjian harus mempunyai pokok suatu benda yang paling sedikit dapat ditentukan jenisnya. Suatu perjanjian harus memiliki suatu pokok persoalan. Oleh karena itu, objek perjanjian tidak hanya berupa benda, tetapi juga bisa berupa jasa. Suatu perjanjian haruslah mengenai suatu hal tertentu *(centainty of terms)*, berarti bahwa apa yang diperjanjiakan, yakni hak dan kewajiban kedua belah pihak.

d) Adanya causa yang halal.

Syarat sahnya perjanjian yang keempat adalah tidak boleh memperjanjikan sesuatu yang dilarang undang-undang atau yang

bertentangan dengan hukum, nilai-nilai kesopanan ataupun ketertiban umum.

Syarat pertama dan kedua disebut syarat subjektif karena menyangkut pihak-pihak yang mengadakan perjanjian. Syarat ketiga dan keempat disebut syarat objektif, karena menyangkut objek dari perjanjian. Apabila syarat pertama dan kedua tidak terpenuhi, maka perjanjian dapat dibatalkan. Jika syarat ketiga dan keempat tidak terpenuhi, maka perjanjian itu batal demi hukum. Artinya, dari semula perjanjian dianggap tidak pernah terjadi.[31]

4. Tujuan dan Manfaat Suatu Perjanjian

Tujuan yang hendak dicapai dalam perjanjian adalah isi dari perjanjian itu sendiri. Dalam menentukan isi perjanjian meskipun didasarkan atas kebebasan berkontrak, akan tetapi tidak boleh bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan dan tidak dilarang oleh undang-undang. Hal yang diperjanjikan berupa: memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, tidak berbuat sesuatu. Masing-masing pihak berhak untuk menerima apa yang dijanjikan oleh pihak lain.

Bagi pihak yang gagal melaksanakan sesuatu yang telah diperjanjikan, pihak lain dapat menggunakan otoritas lembaga pengadilan untuk melaksanakan kontrak tersebut bahkan untuk memperoleh ganti rugi atau pemulihan lain yang dimungkinkan oleh hukum.[32] Dengan memperhatikan hal tersebut diharapkan tujuan pembuatan perjanjian yaitu terciptanya keadilan, ketertiban, dan kepastian hukum. Perjanjian memiliki tujuan untuk menciptakan keadaan yang lebih baik

[31] Niru Anita Sinaga, *Peranan Asas-asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian*, dikutip dari https://media.neliti.com diakses 20 maret 2022 15.00 PM

[32] Soedjono Dirdjosisworo, *Hukum Bisnis*, (Bandung: Mandar Maju, 2003), hlm. 28.

bagi kedua belah pihak. Dalam pandangan Patrick S. Atiyah, perjanjian memiliki tiga tujuan dasar, sebagaimana digambarkan di bawah ini:

1. Memaksakan suatu janji dan melindungi harapan wajar yang muncul darinya;
2. Mencegah pengayaan (upaya memperkaya diri) yang dilakukan secara tidak adil atau tidak benar; dan
3. *To prevent certain kinds of harm*.

Di samping ketiga tujuan yang disebutkan di atas, Herlien Budiono menambahkan tujuan keempat dari perjanjian yaitu mencapai keseimbangan. Antara kepentingan sendiri dan kepentingan terkait dari pihak lawan, yang diturunkan dari asas laras (harmoni) di dalam hukum adat.[33] Kemudian manfaat dari suatu perjanjian antara lain memberikan kepastian hukum, meminimalisir konflik, menjadi alat bukti jika terjadi sengketa dan memiliki fungsi ekonomis.[34]

5. Akibat Hukum Suatu Perjanjian

Menurut Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, akibat suatu perjanjian adalah :

1. Perjanjian mengikat para pihak, maksudnya perjanjian yang dibuat secara sah oleh para pihak akan mengikat para pihak yang membuatnya

[33] Herlien Budiono dan Tristam P Moeliono, *Asas Keseimbangan Bagi Hukum Perjanjian Indonesia*: *Hukum Perjanjian Berlandaskan Asas-Asas Wigati Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 310.

[34] Fitri Novia Heriani, *aspek-aspek yang harus dipahami dalam membuat perjanjian*, dikutip dari https://www.hukumonline.com, diakes 31 Maret 2022 10.00 AM

dan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya[35].

2. Perjanjian tidak dapat ditarik kembali secara sepihak karena merupakan kesepakatan di antara kedua belah pihak dan alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu (Pasal 1338 ayat 2 KUHPerdata) maksudnya, perjanjian yang sudah dibuat, tidak bisa dibatalkan secara sepihak tanpa persetujuan dari pihak lain. Hal ini sangat wajar, agar kepentingan pihak lain terlindungi sebab perjanjian itu dibuat atas kesepakatan kedua belah pihak, maka pembatalannya pun harus atas kesepakatan kedua belah pihak. Selain itu, pembatalan secara sepihak hanya dimungkinkan jika ada alasan yang cukup oleh undang-undang.
3. Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik (Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdata). Menurut Subekti, itikad baik berarti kejujuran atau bersih[36]. Maka Dengan kata lain, setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan penuh kejujuran.

C. Tinjauan Umum Tentang Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan

---

[35] Miru Ahmadi, *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456. (*Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm 78

[36] Subekti, *Hukum Pembuktian*, (Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 2001), hlm 42

jasa tertentu" atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang"[37].

Pengertian Konsumen menurut UUPK No. 8 Tahun 1999 tentang dalam pasal 1 angka (2) yakni: Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan[38].

Berdasarkan pegertian konsumen yang telah dikemukakan diatas, maka konsumen dapat diklasifikasikan menjadi tiga batasan, yaitu:

a. Konsumen komersial *(commercial consumer)*, adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapat keuntungan.
b. Konsumen antara *(intermediate consumer)*, adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
c. Konsumen akhir *(ultimate consumer)*, adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali[39].

`[37] Abdul Hakim Barakatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen* (*kajian teoritis dan perkembangan pemikiran)*, (Bandung:Nusa Media, 2008), hlm. 7.
[38] Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*
[39] Zulham, *Hukum Perlindugan Konsumen*, (Jakarta: Kecana, 2013), hlm.117.

2. Syarat Konsumen

Syarat konsumen menurut UU Perlindungan Konsumen adalah:

a. Pemakai barang dan/atau jasa, baik memperolehnya melalui pembelian maupun secara cuma-cuma
b. Pemakaian barang dan/atau jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain.
c. Tidak untuk diperdagangkan[40].

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak konsumen adalah: [41]

a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai konsidi dan jaminan barang dan/atau jasa;
d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

---

[40] M.Syamsudin, *Hak Dan Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha*, dikutip dari https://bpkn.go.id, diakses 25 maret 2022

[41] Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*

h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen adalah: [42]

a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

[42] *ibid*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dapat diartikan sebagai batasan permasalahan yang akan diangkat oleh peneliti atau penulis. Ruang lingkup dapat pula diartikan sebagai batasan subjek yang akan dilakukan penelitian. Kehadiran ruang lingkup memiliki banyak sekali manfaat. Diantaranya membantu dalam menganalisis dan mengidentifikasi masalah yang hendak diteliti. Selain itu juga dapat bertujuan untuk membantu penulis menjadi lebih fokus, hasil penelitian lebih efektif dan efisien. Pengertian ruang lingkup menurut Emil Salim,ruang lingkup adalah segala sesuatu benda, kondisi, keadaan dan pengaruh yang ada disekitar kita.[43]

Dari perumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan ruang lingkup dari penelitian ini yaitu tentang bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *e-commerce* blibli yang dirugikan akibat menerima produk yang berbeda dari yang disepakati dan apa tanggung jawab *e-commerce* blibli terhadap konsumen yang dirugikan akibat menerima produk berbeda dengan yang disepakati.

B. Jenis Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah "Yuridis Normatif". Menurut Soerjono Soekanto pendekatan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai dasar

[43] Teropong.id "*pengertian ruang lingkup,manfaat dan contoh ruang lingkup*", dikutip dari https://teropong.id/pengertian-ruang-lingkup-manfaat-dan-contoh-ruang-lingkup/, diakses 8 April 2022 14:17 PM

untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti[44]. Metode penelitian hukum normatif atau metode penelitian hukum kepustakaan adalah metode atau cara yang dipergunakan di dalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada. Pada penelitian hukum normatif, yang diteliti hanya bahan pustaka atau data sekunder, yang mencakup bahan hukum primer, sekunder dan tertier[45].

C. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari tiga bahan hukum yaitu:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang memiliki sifat autoritatif yang berarti mempunyai suatu keotoritasan.Bahan hukum ini terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi[46]. seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang berfungsi memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti buku-buku, hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum[47]. Dalam hal ini akan digunakan suatu bahan hukum sekunder seperti literatur berupa buku-buku, karya ilmiah, jurnal dan lain sebagainya yang

---

[44] Soerjono Soekanto & Sri Mamudja, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat*), (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), hlm 13-14

[45] Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta:UI Press, 1981), hlm. 52.

[46] Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cet8, (Jakarta: Kencana, 2013). hlm. 181.

[47] Soerjono Soekanto, *Op. Cit.,* hal. 52

menunjang bahan hukum primer dan berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam *e-commerce*.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang memberikan petunjuk atau suatu penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus, ensiklopedia, internet dan lain sebagainya.

D. 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[48]. Kemudian dalam penelitian ini juga akan diberikan gambaran sejelas mungkin mengenai perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang dirugikan akibat menerima barang yang tidak sesuai dengan disepakati pada aplikasi blibli.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode Studi Kepustakaan, metode ini merupakan cara pengumpulan data dengan membaca, mengkaji, dan menganalisis serta membuat catatan dari buku literatur, UU NO. 8 tahun 1999, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dokumen dan hal-hal lain yang berhubungan dengan masalah berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen blibli.

---

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

F. Metode Analisa Data

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis deskriptif yaitu upaya yang dilakukan dengan menggambarkan kenyataan-kenyataan yang ada dalam masyarakat dikaitkan dengan hukum positif atau peraturan perundang-undangan yang berlaku saat ini.