

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 barter 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.

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi informasi atau IPTEK saat ini, sejajar dengan berkembangnya berbagai macam media elektronik. Perkembangan media – media elektronik diantaranya adalah dengan ditemukannya internet. 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.¹

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan perbuatan hukum seperti misalnya melakukan jual-beli. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Internet membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. Beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merembaknya media internet menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media ini. Dan salah satu manfaat dari keberadaan internet adalah sebagai media promosi suatu produk. Suatu produk yang dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produknya di kenal di seluruh dunia.

Perkembangan internet menciptakan terbentuknya suatu dunia baru yang biasa disebut dengan dunia maya (*cyber space*). Adanya dunia maya menyebabkan setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa ada batasan apapun yang menghalanginya. Perkembangan tersebut berakibat juga pada aspek sosial,

¹ <http://library.usu.ac.id/modules.php?> diunduh tanggal 7 Maret 2011

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 pihak 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* *E-commerce* (perniagaan elektronik) pada dasarnya merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan ini mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang. Semakin meningkatnya dunia bisnis yang mempergunakan Internet dalam melakukan aktivitas sehari-hari secara tidak langsung menciptakan sebuah domain dunia baru yang kerap diistilahkan dengan *cyber space* atau dunia maya.

Berbeda dengan dunia nyata, *cyber space* memiliki karakteristik yang unik. Karakteristik unik tersebut memperlihatkan bahwa seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja di dunia ini sejauh yang bersangkutan terhubung ke Internet. Hilangnya batas dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif secara langsung mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau konsumen.

Peter Fingar mengungkapkan bahwa :

Pada prinsipnya *e-commerce* menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju

lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (*time and space*) yang selama ini menjadi isu utama. Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai institusi lain harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya.²

Electronic commerce atau yang lebih dikenal dengan *E-Commerce*, yang merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. *E-Commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui internet. 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*.

Kegiatan bisnis perdagangan melalui internet atau *e-commerce* ini telah banyak dilakukan setiap orang karena transaksi jual beli secara elektronik ini dapat mengefektifkan dan mengefisiensikan waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan setiap orang dimanapun dan kapanpun. Dengan demikian transaksi jual beli melalui internet ini dilakukan tanpa tatap muka antara para pihaknya. Mereka mendasari transaksi tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain, sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik pula dengan mengakses halaman

² Ricardus Eko Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya*, PT Elek Media Komputindo, Jakarta, 2001. Hal.2.

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 pada umumnya, tetapi menggunakan tanda tangan elektronik atau *digital signature*. Sehingga para pihak tidak perlu bertemu langsung untuk mengadakan suatu perjanjian.

Menurut Bajaj dalam bukunya yang berjudul *E-commerce: The Cutting Edge of Business* menyebutkan sejumlah keuntungan (*advantage*) yang bisa diperoleh dari *e-commerce* ini, antara lain: ³

1) Penghematan waktu.

Transaksi bisnis antar negara yang biasanya menghabiskan waktu beberapa hari dalam bisnis konvensional dapat dipersingkat menjadi beberapa menit saja dengan menggunakan jasa internet.

2) Mengurangi kemungkinan melakukan kesalahan dalam pengetikan dan sebagainya karena sudah disiapkan model standar yang tidak pernah diketik ulang.

3) Karena waktu bisnis dapat digunakan seefisien mungkin, maka sangat memungkinkan untuk mendapatkan lebih banyak informasi mengenai bisnisnya sehingga menunjang efektivitas dan efisiensi suatu perusahaan atau bisnis.

³ Nindyo Pramono, *Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-commerce dan E-Business: Bagaimana Solusi Hukumnya*, Artikel dalam *Jurnal Hukum No 16 Vol 8/2001*, Jakarta: Universitas Islam Indonesia, hlm 2. kutipan dari Kamlesh. K Bajaj dan Nebjani Nag. 2000, *Electronic Commerce The Cutting Edge of Bussines*. New Delhi, Tata McGrawHill Publishing Company Limited. Hlm 14-15.

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. 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.

Perjanjian dalam *e-commerce* dengan perjanjian biasa tidaklah berbeda sangat jauh, yang membedakan hanya pada bentuk dan berlakunya. 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 permasalahan di dalam perjanjian secara elektronik mengenai sah tidaknya perjanjian tersebut. Permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik untuk kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (*electronic commerce*) telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Penggunaan transaksi elektronik tersebut masih menyimpan keraguan sebagian orang berkaitan dengan faktor

keamanan dan kepastian hukum. Timbul pertanyaan, apakah transaksi jual beli melalui internet jelas keabsahannya menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia, khususnya UU No.11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik. Berdasarkan uraian dan penjelasan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam mengenai **“TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA INTERNET DITINJAU MENURUT UU NO. 11 TAHUN 2008 MENGENAI INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK”**.

B. Pembatasan Masalah

Untuk Mempermudah penulis dalam hal pembahasan skripsi, maka penulis melakukan pembatasan pada media Internet. Khususnya yang dibicarakan di dalam tulisan ini untuk sementara hanya difokuskan dalam hal penggunaan media internet sebagai sarana jual beli.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapatlah dirumuskan apa yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini :

1. Bagaimanakah Keabsahan Jual Beli melalui media Internet dari sudut pandang Hukum Perjanjian?
2. Apa saja masalah/problem yang dihadapi pembeli dalam Jual Beli melalui media internet?
3. Bagaimanakah Tanggung jawab para Pihak dalam jual beli melalui media internet?
4. Bagaimanakah cara pembuktian dalam jual beli melalui media internet?

D. Tujuan dan Manfaat Penulisan

Dalam dunia riset penelitian, merupakan aplikasi atau penerapan metode yang telah ditentukan dengan persyaratan yang sangat ketat berdasarkan tradisi keilmuan yang terjaga sehingga hasil penelitian yang dilakukan memiliki nilai ilmiah yang dihargai oleh komunitas ilmu terkait (*intersubjektif*)⁴. Sesuai dengan perumusan masalah yang ada, maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu:

1. Tujuan Subjektif

- a. Untuk memperluas wawasan, pengetahuan dan kemampuan analitis penulis, khususnya dalam bidang Hukum Perdata
- b. Untuk memperoleh data-data dan bahan-bahan yang diperlukan dalam rangka penyusunan penulisan hukum sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- c. Untuk turut serta memberikan sumbangan kepada ilmu pengetahuan, khususnya pada cabang ilmu hukum.

2. Tujuan Objektif

- a. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan Keabsahan Jual Beli melalui Internet dari sudut pandang Hukum perjanjian.
- b. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan masalah/problem yang dihadapi pembeli dalam jual beli melalui internet

⁴ Jonny Ibrahim, 2005, *Teory dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Surabaya: Bayumedia Publishing, hal .26.

- c. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan Tanggung jawab para Pihak dalam jual beli melalui internet.
- d. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan cara pembuktiannya dalam jual beli melalui internet.

Selanjutnya, penulisan skripsi ini juga diharapkan bermanfaat untuk :

1. Manfaat secara teoritis

- a. Untuk memberikan sumbangan pikiran dalam mengembangkan ilmu hukum pada umumnya dan Hukum Perdata pada khususnya.
- b. Untuk menambah bahan referensi dan bahan masukan untuk penelitian selanjutnya

2. Manfaat secara praktis

- a. Memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti.
- b. Dengan penulisan skripsi ini diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan kemampuan penulis dalam bidang hukum sebagai bekal untuk terjun ke dalam masyarakat nantinya.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti.

E. Kerangka Pemikiran

Pengertian Perjanjian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdata adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Menurut R. Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa di mana ada seorang berjanji kepada seorang lain atau dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.⁵

Suatu perjanjian muncul berdasarkan apa yang oleh para pihak dapat disimpulkan dari pernyataan atau tindakan mereka berkenaan dengan maksud dan tujuan (kehendak) bertimbal balik serta dari akibat-akibat hukum yang dapat dipertanggungjawabkan kepada para pihak sebagai akibat tingkah laku mereka itu.⁶

Dari pengertian ini dapat dijumpai beberapa unsur antara lain hubungan hukum (*rechtsbetrekking*) yang menyangkut hukum kekayaan antara dua orang (*persoon*) atau lebih, yang memberi hak pada satu pihak dan kewajiban pada pihak lain tentang suatu prestasi. Unsur – unsur yang tercantum antara dua orang dalam definisi di atas adalah :

- a. Adanya hubungan hukum.

Hubungan hukum merupakan hubungan yang menimbulkan akibat hukum. Akibat hukum adalah timbulnya hak dan kewajiban.

- b. Adanya subjek hukum.

Subjek hukum adalah pendukung hak dan kewajiban.

- c. Adanya prestasi.

Prestasi terdiri atas melakukan sesuatu, berbuat sesuatu, dan tidak berbuat sesuatu.

- d. Dibidang kekayaan.

⁵ Syahmin, *Hukum Kontrak Internasional, Cet I*, RajaGrafindo persada, Jakarta, 2006, hlm 1

⁶ Sigit Irianto, *Asas-asas Hukum Perikatan (Perikatan yang lahir dari Undangundang)*, Fakultas Hukum UNTAG, Semarang, 2000, Hal.417.

Perkataan jual beli terdiri dari dua kata yaitu "jual" dan "beli", di mana satu sama lainnya mempunyai arti yang bertolak belakang. Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedang beli adalah perbuatan membeli. Dalam jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli. Maka dalam hal ini terjadilah peristiwa hukum jual beli. Jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Obyek dari perjanjian jual beli adalah barang-barang tertentu yang dapat ditentukan wujud dan jumlahnya serta tidak dilarang menurut hukum yang berlaku untuk diperjualbelikan.

Perjanjian jual beli telah sah mengikat apabila kedua belah pihak telah mencapai kata sepakat tentang barang dan harga meski barang tersebut belum diserahkan maupun harganya belum dibayarkan.⁷ Perjanjian jual beli dapat dibatalkan apabila si penjual telah menjual barang yang bukan miliknya atau barang yang akan dijual tersebut telah musnah pada saat penjualan berlangsung.

Di dalam setiap pekerjaan timbal-balik selalu ada 2 (dua) macam subjek hukum, yang masing-masingnya mempunyai hak dan kewajiban secara bertimbang balik dalam pelaksanaan perjanjian yang dibuat. Perjanjian jual-beli merupakan suatu perjanjian bertimbang-balik, kedua subjek hukumnya, yaitu pihak pembeli dan penjual tentu mempunyai hak dan kewajiban secara bertimbang-balik sebagaimana diuraikan terdahulu.

⁷ Pasal 1458 KUHPerdara

Di dalam suatu perjanjian, tidak terkecuali perjanjian jual beli ada kemungkinan salah satu pihak tidak melaksanakan perjanjian yang mereka perbuat, maka dikatakan bahwa pihak tersebut wanprestasi, yang artinya tidak memenuhi prestasi yang diperjanjikan dalam perjanjian.

Dalam hal Transaksi Jual Beli sekarang ini dikenal adanya Istilah Transaksi Elektronik. Transaksi Elektronik menurut pasal 1 angka 1 UU No.11 Th 2008 adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Transaksi elektronik adalah perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan (*networking*) dari sistem informasi berbasis komputer (*computer based information system*) dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi (*telecommunication based*), yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global internet (*network of network*).⁸

Kemunculan internet dimulai pada tahun 1966 awalnya hanya untuk keperluan departemen pertahanan Amerika Serikat, yang dibentuk oleh ARPANET (Advanced Research Project Agency Network) salah satu divisi di departemen pertahanan Amerika Serikat. Kehadiran internet telah memberikan keyakinan akan pentingnya teknologi di dalam pencapaian tujuan finansial suatu perusahaan melalui modifikasi dan efisiensi proses bisnis yaitu dengan memanfaatkan *E-Commerce*. dan *E-Commerce* merupakan salah satu keunggulan baru dari internet yang kian digemari oleh banyak orang.

⁸ Edmon Makarim, 2003, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, hlm. 223

Jual beli yang dilakukan secara elektronik mengalami perkembangan yang sangat pesat dari awal mula ditemukan hingga saat ini. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai faktor yang memberikan pendukung atau pendorong atas perdagangan secara elektronik yang menggunakan media internet (*e-commerce*) yang memberikan berbagai kemudahan dan keamanan yang semakin kenyamanan bagi *customer* atau pembeli dan *merchant* atau penjual untuk mengaplikasikan dan melakukan transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*).

Keberadaan *E-Commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena *E-Commerce* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun. Dengan *E-Commerce* setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negoisasi. Oleh karena itu jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya.

Penggunaan internet sebagai media perdagangan terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang di dapat oleh perusahaan ataupun konsumen dengan melakukan transaksi melalui internet.

Manfaat dari digunakannya *E-Commerce* ini adalah dapat menekan biaya barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen sepanjang yang menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harganya. *Order cycle* sebuah

bisnis yang tadinya memakan waktu 30 hari, waktunya bisa dipercepat yakni bisa 5 hari saja. Proses yang cepat tentunya akan meningkatkan pendapatan.

F. Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode sistematis dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan menganalisisnya. Dalam melakukan penelitian hukum seyogyanya selalu mengikatkan dengan makna yang mungkin dapat diberikan kepada hukum.⁹

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif¹⁰, yaitu untuk memberikan gambaran selengkap-lengkapny tentang norma-norma penegakan hukum terhadap transaksi jual beli melalui media internet.

2. Metode Pendekatan

Penelitian doktrinal dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang merupakan data sekunder dan juga disebut penelitian kepustakaan. Penelitian hukum empiris dilakukan dengan cara meneliti dilapangan yang merupakan data primer.¹¹ Penelitian ini menggunakan pendekatan Sosiolegal. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisa berbagai peraturan yang dapat dikaitkan dengan pelaksanaan jual beli secara *e-commerce* dan juga untuk menganalisis berbagai temuan dari lapangan

⁹ Kudzaifah Dimiyati & Kelik Wardiono, 2004, *Metode Penelitian Hukum*, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, hlm 3.

¹⁰ Bambang Sunggono. 1997. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hal.35.

¹¹ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Yurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm 9

yang bersifat individual atau kelompok sehubungan dengan jual beli secara *e-commerce*.

3. Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini membutuhkan dua jenis data yang berasal dari dua sumber yang berbeda, yaitu

a. Data Sekunder

Yaitu data yang berasal dari bahan-bahan pustaka, baik yang meliputi:

- 1) Bahan hukum primer yakni bahan hukum yang terdiri dari aturan hukum yang terdapat pada berbagai perangkat hukum atau peraturan perundang-undangan.
- 2) Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang diperoleh dari buku teks, jurnal-jurnal, pendapat sarjana, dan hasil-hasil penelitian.
- 3) Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan bermakna terhadap bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus hukum, ensiklopedia, dan lain-lain.

b. Data Primer

Yaitu data-data keterangan dari pihak-pihak yang terlibat dalam jual beli melalui internet. Adapun yang akan menjadi sumber untuk memperoleh data primer ini adalah keterangan para pembeli yang pernah melakukan pembelian atau berbelanja melalui internet.

Data primer dalam penelitian ini, ditempatkan sebagai pendukung data sekunder yang telah diperoleh, sehingga peneliti dapat lebih memahami maksud sesungguhnya dari berbagai data sekunder yang ada dari perspektif pembuat dan pelaku sendiri.

4. Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan untuk penelitian ini dikumpulkan melalui:

1) Studi kepustakaan

Studi kepustakaan ini dilakukan dengan mengadakan penelitian terhadap dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Transaksi Jual beli melalui media elektronik (*e-commerce*), termasuk penelusuran melalui situs-situs internet.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengadakan tanya-jawab dengan responden/ Pembeli yang pernah melakukan jual beli melalui Internet untuk memperoleh data yang berkaitan dengan jual beli melalui media elektronik elektronik (*e-commerce*).

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode normatif kualitatif yaitu suatu pembahasan yang dilakukan dengan cara menafsirkan dan mendiskusikan data-data yang telah diperoleh dan diolah, berdasarkan (dengan) norma-norma hukum, doktrin-doktrin hukum dan teori ilmu hukum yang ada. 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.

G. Sistematika Penulisan

Gambaran secara keseluruhan mengenai skripsi ini akan dijabarkan dengan cara menguraikan sistematika penulisannya yang terdiri atas 4 (empat) bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pembatasan Masalah
- C. Perumusan Masalah
- D. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian
- E. Kerangka Pemikiran
- F. Metode Penelitian
- G. Sistematika

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian
 - 1. Pengertian Perjanjian
 - 2. Syarat-syarat Sahnya Perjanjian
 - 3. Unsur-unsur Perjanjian
 - 4. Berakhirnya Perjanjian
- B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli Menurut KUH Perdata
 - 1. Pengertian Jual Beli
 - 2. Subjek dan Objek Perjanjian Jual Beli
 - 3. Wanprestasi
 - 4. Macam-macam Jual Beli

5. Saat Terjadinya Perjanjian Jual Beli

- C. Tinjauan Umum Tentang Internet

1. Pengertian Internet
2. Fungsi Internet

- D. Tinjauan Umum Tentang Transaksi Jual Beli Melalui Internet

1. Pengertian Transaksi Jual Beli Melalui Internet (*e-commerce*)
2. Cara Transaksi melalui Internet (*e-commerce*)
3. Internet Sebagai Media Dalam Bertransaksi Jual Beli
4. Perkembangan Jual Beli melalui Internet (*e-commerce*) di Indonesia
5. Keuntungan dan Kerugian Jual Beli Melalui Internet (*e-commerce*)
6. Mekanisme Jual Beli Melalui Internet (*e-commerce*)

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Keabsahan/ validitas Jual Beli Melalui Media internet Dari Sudut Pandang Hukum Perjanjian

- B. Masalah/Problem yang dialami pembeli dalam jual beli melalui media internet

C. Tanggung jawab para Pihak dalam jual beli melalui media internet

D. Sistem Pembuktian dalam jual beli melalui media internet

BAB IV PENUTUP

A. KESIMPULAN

B. SARAN