

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini teknologi berkembang dengan sangat pesat, terutama dalam hal informasi dan komunikasi¹. Jika pada zaman dahulu jarak merupakan suatu permasalahan dalam berkomunikasi, maka dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, jarak bukanlah menjadi suatu permasalahan lagi. Maka dari itu, tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi mampu mempermudah kehidupan manusia.

Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ialah internet. Internet merupakan suatu media informasi dan komunikasi elektronik yang banyak dimanfaatkan untuk berbagai hal, seperti untuk menjelajah (*browsing*), mencari berita, mencari data, saling bertukar pesan melalui *email* ataupun situs jejaring sosial, serta untuk transaksi jual beli secara *online*.

Statistika jumlah pengguna internet pun mulai meningkat. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% yaitu 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 264,16 juta jiwa. Pada kalangan umur 5-9 tahun jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 25,2%, pada kalangan umur 10-14 tahun jumlah

¹ Jokhanan Kristiyono, 2015, "Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi dalam Mendukung Penggunaan Media di Masyarakat", *Jurnal Scriptura*, Tahun 2015, Volume 5 No.1, hlm. 23. <http://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/19386> Diakses tanggal 16 April 2020, pukul 19.00.

pengguna internet di Indonesia mencapai angka 66,2% dan kalangan umur 15-19 tahun jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai angka 91%². Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa saat ini pengguna internet berasal dari kalangan yang beragam, mulai dari anak-anak sampai dewasa.

Bahkan, karena semakin meningkatnya intensitas penggunaan internet maka munculah suatu fenomena baru yang disebut adiksi internet. Melihat besarnya angka pengguna internet di Indonesia, maka banyak perusahaan yang mengambil kesempatan ini sebagai sarana perdagangan, atau yang lebih dikenal dengan nama *E-Commerce*.

Menurut Laudon dan Laudon yang dikutip oleh Mahir Pradana, *e-commerce* memiliki definisi yaitu suatu proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen dan pelaku usaha atau antar pelaku usaha dengan menggunakan komputer sebagai perantara dari transaksi bisnis³. Perdagangan barang secara elektronik ini menawarkan suatu efektifitas dan efisiensi waktu. Hal ini dikarenakan transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Dasar dari kegiatan jual beli *online* adalah rasa kepercayaan dari pihak – pihak yang terkait⁴, karena transaksi dilakukan tanpa ada tatap muka dan

²<https://apjii.or.id/survei2018s> , diakses pada hari selasa, tanggal 10 desember 2019, pukul 13.41 WIB.

³ Mahir Pradana, 2015, “Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis *E-Commerce* di Indonesia”, Tahun 2015, Volume 9, No. 2, diakses dari <https://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/viewFile/1271/1095>, diakses pada tanggal 16 April 2020 pukul 19.00, hlm. 33.

⁴ Ilham Tugiso, Andi Tri Haryono, dan Maria M Minarsih, 2016 “Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening”, *Journal of Management*,

dalam prosesnya menggunakan perangkat elektronik yang dapat diakses dimana saja. Transaksi tanpa tatap muka yang menjadi inti dari *e-commerce* memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk berhubungan dengan pelanggan menggunakan pengiriman data dan informasi yang cepat antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk mempercepat laju dari usaha mereka dan maka dari itu dapat menambahkan keuntungan bagi perusahaan⁵.

Adanya *e-commerce* dapat membuat konsumen lebih leluasa dalam mengumpulkan dan membandingkan informasi mengenai barang atau jasa yang akan dipilih tanpa ada batasan wilayah (*borderless*). Dampak positif dari *e-commerce* tidak hanya dapat dirasakan oleh konsumen, namun juga produsen terutama saat pemasaran produk yang menghemat biaya dan waktu.

Pemerintah Indonesia sudah melakukan upaya guna menyikapi perkembangan hukum terkait dengan jual beli *online*, yaitu dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang ini memberikan kekuatan hukum pada kontrak elektronik menjadi sama dengan kontrak konvensional, yaitu mengikat para pihak. Hal ini dituliskan pada Pasal 18 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa “transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”.

Tahun 2016, Volume 2 No. 2, hlm. 4. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/558>
Diakses tanggal 16 April 2020, pukul 19.00.

⁵ Mahir Pradana, 2015, *Op.Cit*, hlm. 34.

Melihat begitu banyaknya dampak positif yang ada pada *e-commerce* menyebabkan bisnis *e-commerce* di Indonesia berkembang dengan pesat. Mulai banyak perusahaan-perusahaan ataupun usaha perseorangan yang terjun ke dalam kegiatan bisnis dengan menggunakan fasilitas *e-commerce* sebagai penunjang, atau bahkan bidang usahanya memang secara khusus berkaitan dengan *e-commerce*⁶. Namun, di samping dampak positif yang ditimbulkan, muncul suatu permasalahan hukum dari berbagai sektor, seperti dari sektor hukum pidana, perpajakan maupun hukum perdata.

Salah satu permasalahan yang muncul pada lapangan hukum perdata yaitu berkaitan dengan perjanjian (kontrak) yang digunakan dalam transaksi *e-commerce*. Perjanjian/kontrak yang digunakan dalam transaksi bisnis secara elektronik lazim disebut sebagai perjanjian elektronik atau *electronic contract* (*e-contract*). Hukum kontrak menjadi sangat penting dalam *e-contract* mengingat adanya perbedaan mendasar antara kontrak yang dibuat secara tertulis dan *e-contract*. Perbedaan utama terdapat pada tidak adanya tatap muka atau pertemuan antara para pihak yang terkait, sehingga akan menimbulkan masalah terkait dengan identitas dan kecakapan para pihak untuk membuat perjanjian.

Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) menyatakan bahwa

“Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah

⁶ Siti Maryama, 2013, “Penerapan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha”, *Jurnal Liquidity*, Tahun 2013, Volume 2 No.1. Hlm. 74.
<http://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/LQ/article/view/132> Diakses tanggal 16 April 2020, pukul 19.00.

pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.”

Artinya setiap orang dibebaskan untuk membuat persetujuan, dan kemudian persetujuan tersebut berlaku sebagai undang-undang bagi pihak yang membuatnya. Pasal 1320 KUHPerdara mengatur syarat-syarat yang harus dipenuhi supaya terjadi persetujuan yang sah, seperti harus ada kesepakatan dari mereka yang mengikatkan dirinya; pihak dalam persetujuan tersebut harus cakap untuk membuat suatu perikatan; perjanjian harus berisi suatu pokok persoalan tertentu; dan perjanjian harus berisi suatu sebab yang tidak terlarang.

Dalam setiap perjanjian jual beli, perjanjian tersebut dinyatakan sah ketika empat syarat yang dituliskan pada Pasal 1320 KUHPerdara seluruhnya terpenuhi. Keempat syarat tersebut dibagi menjadi dua jenis yaitu syarat subyektif dan syarat obyektif. Syarat subyektif memuat hal-hal yang mengatur tentang kesepakatan para pihak dan kecakapan pihak yang bertransaksi, sedangkan syarat obyektif memuat hal-hal yang berkaitan dengan obyek yang ditransaksikan yaitu adanya suatu hal tertentu yang ditransaksikan dan suatu sebab yang halal menurut hukum. Pemenuhan atas syarat-syarat tersebut berakibat pada perjanjian yang telah dibuat menjadi sah.

Pada perjanjian jual beli *online*, sahnya perjanjian menjadi suatu hal yang diragukan, karena salah satu syarat sahnya perjanjian yaitu kecakapan para pihak yang melakukan transaksi jual beli. Ketika melakukan perjanjian jual beli *online*, pihak penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung. Maka dari itu, seseorang tidak tahu identitas dari orang yang

menjadi lawan transaksi dan tidak tahu apakah orang tersebut sudah cakap hukum sesuai dengan KUHPerdara.

Masalah lain yang dapat timbul dari transaksi jual beli *online* yaitu, karena pihak penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung dan hanya berkomunikasi melalui jaringan internet, maka tentunya dalam hal transaksi jual beli *online* sangat diperlukan adanya kepercayaan antara kedua pihak. Kedua belah pihak harus saling percaya bahwa ketika ia telah melakukan kewajibannya, maka pihak lain yang bersangkutan juga akan melakukan kewajibannya. Apabila berbicara mengenai kepercayaan, tentu tidak akan lepas dari yang namanya wanprestasi, dimana salah satu pihak bisa saja lalai akan kewajiban yang sudah diperjanjikan.

Pembuktian dalam kasus *e-commerce* sulit dilakukan. Sifat dari kontrak elektronik atau *e-contract* adalah *paperless transaction* yaitu tidak menggunakan kertas sebagai dokumen⁷. Akibatnya, tidak ada bukti tertulis dan tanda tangan para pihak dalam *e-contract*. Dokumen yang digunakan berupa dokumen digital (*digital document*) yang dapat diubah sewaktu-waktu ataupun dapat dihapus dengan mudah⁸. Tanpa adanya dokumen nyata yang tertulis seperti akta, baik akta otentik ataupun akta di bawah tangan, kondisi

⁷ Tami Rusli, "Pembuktian Dalam Menentukan Kerugian Konsumen Dalam Transaksi Elektronik", *Jurnal Keadilan Progresif*, 2010. Hlm. 7.
<http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/KP/article/download/1145/1210> Diakses tanggal 16 April 2020, pukul 19.00.

⁸ *Ibid.*

seperti ini akan menimbulkan kesulitan dalam melakukan pembuktian apabila terjadi sengketa pada transaksi jual beli *online*⁹.

Salah satu situs web perdagangan elektronik yang ada di Indonesia adalah Shopee. Shopee merupakan platform perdagangan elektronik yang memiliki kantor pusat di Singapura, dan didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Shopee untuk kali pertamanya diluncurkan pada tahun 2015, dan telah memperluas jangkauannya ke Indonesia, Vietnam, Taiwan, Malaysia, Filipina, dan Thailand. Pada tahun 2019, untuk pertama kalinya Shopee memperluas jaringannya ke luar Asia, yaitu di negara Brazil. Shopee pertama pada awalnya memulai dengan pasar pelanggan untuk pelanggan (C2C), dan saat ini sudah mulai beralih ke model hybrid C2C dan bisnis untuk pelanggan (B2C) sejak diluncurkannya Shopee Mall yang merupakan platform belanja daring untuk distribusi brand ternama.

Perusahaan Shopee menerapkan konsep *online shopping mall*, dengan membuat suatu aplikasi yang bernama Shopee. Shopee berposisi sebagai pihak ketiga atau perantara antara penjual dan pembeli. Posisi Shopee merupakan sebagai penyedia platform perdagangan elektronik yang perannya yaitu menyediakan, menjamin, dan memfasilitasi para pengguna aplikasinya supaya nyaman dan aman dalam melakukan jual beli online. Fasilitas yang diberikan Shopee sangat memudahkan masyarakat Indonesia dalam berbelanja karena masyarakat dapat berbelanja dimana saja, kapan saja, dan tentu saja dengan

⁹ Asril Sitompul, 2004, *Hukum Internet: Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm. 59.

cara yang mudah serta menyenangkan karena Shopee memiliki beragam promo yang menguntungkan para penggunanya.

Sebelum dilakukan transaksi tentu sudah terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak, baik dari pihak pembeli dan pihak penjual mengenai transaksi yang dilakukan. Dalam perjanjian tersebut telah diatur mengenai sistem pembayaran, proses pengiriman barang, dan ketentuan-ketentuan lain yang telah ditentukan oleh Shopee. Meskipun sudah dirancang sedemikian rupa dengan sistem yang jelas, namun masih terdapat perselisihan yang terjadi, seperti barang yang dikirim tidak sesuai, barang yang terlambat datang, rusak, atau hilang. Adanya wanprestasi tersebut tentu akan menimbulkan suatu kekecewaan bagi pihak yang dirugikan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti ke dalam penulisan skripsi dengan judul “ **Kajian Aspek Hukum Perjanjian dalam Transaksi Jual Beli *Online* Pada Aplikasi Shopee** “

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana hubungan hukum para pihak dalam transaksi jual beli *online* melalui aplikasi Shopee?
2. Bagaimana keabsahan perjanjian pada transaksi jual beli *online* pada aplikasi Shopee?

3. Bagaimana bentuk tanggung jawab Shopee terhadap terjadinya wanprestasi dalam suatu transaksi jual beli *online* melalui aplikasi Shopee?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dengan jelas bagaimana kajian aspek hukum perjanjian pada transaksi jual beli *online* pada aplikasi Shopee.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini bertujuan ;

1. Untuk mengetahui dan menganalisis hubungan hukum para pihak dalam transaksi jual beli *online* melalui aplikasi Shopee;
2. Untuk mengetahui dan menganalisis keabsahan perjanjian pada transaksi jual beli *online* pada aplikasi Shopee;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk tanggung jawab Shopee terhadap terjadinya wanprestasi dalam suatu transaksi jual beli *online* melalui aplikasi Shopee.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat dimanfaatkan baik dari segi akademis maupun dari segi praktis.

1. Segi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan-bahan kajian mengenai tinjauan hukum terhadap transaksi jual beli *online*.

2. Segi Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat :

- a) Bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya guna menambah informasi dan wawasan terkait dengan perjanjian jual beli *online*.
- b) Bermanfaat bagi konsumen dan pelaku usaha guna mengetahui hak dan kewajiban yang dimiliki sebagai konsumen dan pelaku usaha dalam perspektif hukum khususnya pengaturan mengenai jual beli *online*.

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang tertulis di atas, maka metode pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis. Metode kualitatif dilakukan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman suatu fenomena dan penemuan unsur-unsur yang belum ada dalam teori yang berlaku. Dalam analisis kualitatif dituntut suatu deskripsi faktual dan historis mengenai eksistensi suatu permasalahan atau fenomena yang terjadi di masyarakat¹⁰. Metode ini berdasarkan pada bukti-bukti nyata di lapangan, menggunakan interaksi langsung antara peneliti dengan sumber data dan memungkinkan peneliti mengembangkan pemahaman mengenai makna-makna data yang diperoleh¹¹. Pendekatan yuridis sosiologis

¹⁰ Abdul Aziz SR, 2003, *Menyusun Rancangan Penelitian Kualitatif dalam Analisis data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm. 40.

¹¹ Petrus Soerjowinoto, 2014, *Buku Panduan Metode Penulisan Karya Hukum*, Semarang : Fakultas Hukum Unika Soegijapranata, hlm. 10

merupakan teknik mengidentifikasi hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata dan menekankan penelitian untuk memperoleh pengetahuan dengan cara terjun langsung ke obyeknya¹².

Dalam penelitian ini, aspek yuridis yang ingin diteliti adalah peraturan-peraturan terkait dengan perjanjian jual beli yang dilakukan *online*. Adapun aspek sosiologisnya dalam penelitian ini adalah pertanggungjawaban Shopee terhadap terjadinya wanprestasi dalam suatu transaksi jual beli *online* melalui aplikasi Shopee. Berdasarkan hal tersebut dan sesuai dengan latar belakang, maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai kajian aspek hukum perjanjian dalam transaksi jual beli *online* pada aplikasi Shopee.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini yaitu deskriptif analitis, penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara rinci, sistematis, dan menyeluruh mengenai segala hal yang berhubungan dengan kajian terhadap aspek hukum perjanjian pada transaksi jual beli *online* pada aplikasi Shopee. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap hasil penelitian dengan menggunakan peraturan perundang-undangan dan teori yang relevan.

¹² Soerjono Soekanto, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia Press, hlm. 51

3. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah segala informasi yang berkaitan dengan aspek hukum perjanjian dalam transaksi jual beli *online* pada aplikasi shopee dan pelaksanaan tanggung jawab shopee selaku penyedia aplikasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Ronny Hanitijo Soemitro, ada beberapa jenis teknik pengumpulan data, yaitu studi kepustakaan, pengamatan (observasi), wawancara (*interview*), daftar pertanyaan (kuesioner)¹³. Teknik pengumpulan data yang sebaiknya digunakan tergantung pada ruang lingkup dan tujuan penelitian hukum yang akan dilakukan, yaitu khususnya mengenai tipe data yang akan diteliti¹⁴.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Studi Lapangan

Studi lapangan yaitu penulis terjun langsung menuju ke lapangan untuk melakukan penelitian. Studi lapangan yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu observasi dan wawancara. Studi lapangan dilakukan untuk memperoleh data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari masyarakat.

¹³Ronny Hanitijo Soemitro, 1983, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta: Ghalia Indonesia, hlm. 51.

¹⁴*Ibid.* hlm 52.

1) Wawancara

Wawancara adalah cara untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung pada yang diwawancarai¹⁵. Studi lapangan dilaksanakan dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada narasumber yang ditunjuk dengan mempersiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara dilakukan dengan narasumber dan informan kunci. Yang dimaksud narasumber dalam hal ini yaitu ahli hukum perjanjian dan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen Semarang, sedangkan informan kunci yaitu *Manager - Listing and Seller Improvement* Shopee dan *Risk Management Sr. Associates* Shopee serta empat orang konsumen yang pernah melakukan jual beli *online* melalui aplikasi Shopee.

2) Observasi

Observasi merupakan suatu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang akan diteliti. Observasi dilakukan oleh penulis melalui web resmi Shopee dan aplikasi Shopee. Melalui web resmi dan aplikasi shopee, penulis melakukan pengamatan secara

¹⁵*Ibid.* hlm 57.

langsung mengenai kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh Shopee, fitur-fitur yang dimiliki Shopee, dan sistem pelayanan Shopee. Penulis juga memosisikan diri sebagai pembeli di Shopee dan melakukan jual beli *online* melalui aplikasi Shopee untuk mengetahui secara nyata bagaimana mekanisme transaksi yang ada di Shopee dan bagaimana cara Shopee untuk mengantisipasi terjadinya wanprestasi. Hasil dari pengamatan tersebut kemudian dilakukan pencatatan secara sistematis.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan oleh penulis guna mengumpulkan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan¹⁶. Data sekunder terdiri dari :

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang terdiri dari peraturan perundang-undangan. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah peraturan perundang-undangan yang terkait dengan hukum perjanjian dan transaksi *online*. Peraturan perundang-undangan tersebut adalah :

a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;

¹⁶*Ibid.* hlm. 52.

- b. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- c. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan transaksi elektronik beserta perubahannya (UU No. 19 Tahun 2016);
- d. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- e. Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Yang Berbentuk *User Generated Content*.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan pada penelitian ini yaitu hasil karya ilmiah, laporan penelitian, dan hasil pemikiran yang tertuang dalam makalah.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yang digunakan adalah bahan yang menjelaskan tentang segala yang berhubungan dan memberikan informasi tentang bahan-bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia.

5. Teknik Pengolahan Data dan Penyajian Data

Data primer dan sekunder yang diperoleh dari penelitian telah terkumpul melalui kegiatan pengumpulan data, kemudian diolah diperiksa, dipilih, dan dilakukan *editing*. Setelah proses pengolahan data selesai, untuk menjawab pertanyaan penelitian, maka data disusun secara sistematis dan disajikan dalam bentuk uraian-uraian dan nantinya akan dibuat dalam bentuk laporan penelitian.

6. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa data kualitatif. Metode ini digunakan untuk menganalisa dengan cara mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti, kemudian hasilnya akan dianalisis berdasarkan teori dan norma hukum yang relevan. Data yang terkumpul dalam penelitian ini akan diolah oleh penulis. Data yang telah diolah akan ditinjau kembali dan dikelompok-kelompokkan melalui indikator-indikator tertentu.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai seluruh isi dari penulisan skripsi ini, serta guna memudahkan pembaca untuk dapat mengetahui isi yang terkandung dalam skripsi ini, adapun sistematika pada penulisan skripsi ini terdiri dari 4 (empat) bab, yaitu :

Bab 1 Pendahuluan, bab ini berisi mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Tinjauan Pustaka, bab ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu teori mengenai perikatan, wanprestasi, perjanjian, keabsahan perjanjian, perjanjian jual beli, *e-commerce*, dan tanggung jawab hukum.

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan, dalam bab ini penulis memaparkan hasil penelitian dan membahas permasalahan yang ditentukan sebelumnya yaitu bagaimana hubungan hukum para pihak dalam transaksi jual beli *online* melalui aplikasi Shopee, bagaimana keabsahan perjanjian pada transaksi jual beli *online* pada aplikasi Shopee, dan bagaimana bentuk tanggung jawab Shopee terhadap terjadinya wanprestasi dalam suatu transaksi jual beli *online* melalui aplikasi Shopee.

Bab IV Penutup, sebagai penutup bab ini berisi kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban dari permasalahan yang menjadi obyek penelitian yang penulis tuangkan dalam skripsi ini.