

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Di era globalisasi seperti pada saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa sektor yang terdampak besar adalah sektor teknologi dan informasi, yang mengubah kehidupan masyarakat kita menjadi pola baru dan menuju lebih modern. Salah satu perkembangan teknologi pada saat ini adalah penggunaan internet. Di Indonesia sendiri pengguna internet sudah mencapai 196.7 juta pengguna dengan persentase di tahun 2019-2020 adalah 73,7%.<sup>1</sup> Internet dalam perkembangannya tidak hanya membawa perubahan terhadap kemudahan mendapatkan informasi namun juga dalam sektor bisnis atau yang biasa kita kenal dengan *Electronic Commerce/ E-Commerce* (Perdagangan Elektronik)

*E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services provider* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*Computer Network*) yaitu internet.<sup>2</sup> Pada perkembangannya *E-Commerce* mempunyai tahapan-tahapan dalam pelaksanaannya, seperti:<sup>3</sup>

1. *E-customer* dan *E-merchant* bertemu dalam dunia maya melalui server yang disewa dari *Internet Server Provider (ISP)* oleh *E-merchant*.

---

<sup>1</sup>Kominfo, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653> diakses pada tanggal 21 Februari 2021 jam 11:50

<sup>2</sup>Abdul Halim Barkatullah, 2018 *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital E-Commerce di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, hlm. 11.

<sup>3</sup>Desy Ary Setyawati, Dahlan, dan M.Nur Rasyid, 2017 “*Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*”, Vol. 1, No.3, hlm 35

2. Transaksi melalui *E-commerce* disertai *term of use* dan *sales term condition* atau klausula standar, yang pada umumnya *E-merchant* telah meletakkan klausula kesepakatan pada website-nya, sedangkan *E-customer* jika berminat tinggal memilih tombol *accept* atau menerima.
3. Penerimaan *E-customer* melalui mekanisme “klik” tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak *E-merchant*.
4. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu *acquiring merchant bank* dan *issuing customer bank*. Prosedurnya *E-customer* memerintahkan kepada *issuing customer bank* untuk dan atas nama *E-customer* melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada *acquiring merchant bank* yang ditujukan kepada *E-merchant*.
5. Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak *e-merchant* berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang

Dari segi pembayaran *E-Commerce* juga berbeda yaitu seperti *Electronic Transaction* (E-Banking) melalui ATM, *Phone Banking*, Internet Banking. Pada umumnya terdapat 3 macam instrumen pembayaran pada saat ini, yaitu:<sup>4</sup>

1. *Paper-based*: Cek, Bilyet Giro, dan nota debit
2. *Card-based*: Kartu Kredit, Kartu Debit, dan Kartu ATM

---

<sup>4</sup>Resa Raditio, 2014, *Aspek Hukum Transaksi Elektronik: Perikatan, Pembuktian, dan Penyelesaian Sengketa*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 2

3. *Electronic-based*: E-Money, Internet Banking, Mobile Banking, dan Electronic Mall

Tak hanya dari segi pelaksanaan dan pembayaran, *E-Commerce* juga mempunyai *Marketplace* nya tersendiri. *Marketplace* adalah platform dari sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga, produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi elektronik.<sup>5</sup> Contoh dari *Market Place* tersebut adalah Shopee, Lazada dan Tokopedia, yang mana platform ini digunakan masyarakat pada saat ini untuk melakukan transaksi jual beli online. Namun dengan pengaruh besar dari internet transaksi jual beli online tidak hanya lagi bisa dilakukan melalui platform di atas namun juga melalui media massa (media sosial) yang kita gunakan biasanya untuk berkomunikasi contohnya *Instagram, Twitter, Youtube, Line, dan Whatsapp*.

Dengan adanya perkembangan terhadap *Marketplace* ini membuktikan bahwa berbagai cara yang telah dilakukan oleh seorang penjual dalam melakukan pemasaran yang mereka lakukan, salah satunya dengan menggunakan platform media masa. Hal ini dikarenakan dengan banyaknya pengguna internet maka akan membuat pelaku usaha tersebut mempromosikan barang dagangannya dengan mudah. Berikut persentase pengguna media massa di Indonesia di tahun 2020.<sup>6</sup>

**Tabel 1** Persentase Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2020)

<b>Pengguna</b>	<b>Jumlah (Persentase %)</b>
<i>YouTube</i>	88%
<i>WhatsApp</i>	84%
<i>Instagram</i>	79%

<sup>5</sup>Roberto Marco dan Bernadheta Tyas Puspa Ningrum, 2017, “*Analisis Sistem Informasi E-Market Place Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan*”, Vol. 18, No.2, hlm 48-53

<sup>6</sup>Andi Dwi Riyanto, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020> Diakses pada tanggal 19 Februari 2021 Jam 12:27

<i>Twitter</i>	56%
<i>Line</i>	50%

**Sumber:** Hootsuite (*We Are Social*): *Indonesia Digital Report 2020* (Riyanto, 2020)

Dari tabel di atas, Youtube merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan, disusul oleh *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter* dan *Line* yang merupakan platform dari media sosial dalam pengguna internet di Indonesia. Dengan adanya presentasi dari tabel di atas menunjukkan bahwa Indonesia sedang memasuki masa *Leisure Economy*. *Leisure Economy* menurut Linda Nazareth dalam bukunya *The Leisure Economy: How Changing Demographics, Economics, and Generational Attitudes Will Reshape Our Lives and Our Industries* adalah “Terjadi pergeseran pola konsumsi dari yang semula dikotomi konsumsi barang (*good-based*, misalnya sandang, pangan, papan) berubah menjadi *experience-based consumption*(pengalaman)”.<sup>7</sup> Hal ini terjadi karena adanya peran masyarakat dalam menggunakan media sosial sebagai *E-Commerce*. Terlebih lagi di situasi seperti pandemik ini, kegiatan transaksi jual beli online meningkat pesat karena berkurangnya interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli, yang membuat para pembeli memilih aplikasi di atas untuk membeli barang

Salah satu platform *E-Commerce* di sosial media yang paling banyak digunakan pada saat ini adalah *WhatsApp*. Aplikasi ini merupakan aplikasi untuk berkirim pesan tanpa menggunakan pulsa, namun dengan memakai jaringan internet. Dengan aplikasi ini kita juga bisa mengirimkan gambar, video, bahkan audio seperti musik. Tidak hanya sampai di situ *WhatsApp* dengan pemanfaatan teknologinya meluncurkan aplikasi lainnya pada awal tahun 2018 yang bernama

---

<sup>7</sup>Faculty Of Economic and Business Universitas Brawijaya, <https://feb.ub.ac.id/id/bersiap-leisure-economy.htm>, diakses pada tanggal 24 Februari 2021, jam 17:00

*WhatsApp Business*. Aplikasi ini merupakan aplikasi yang dapat diunduh secara gratis dan dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan bisnis kecil, selain itu untuk mempermudah kita dalam berkomunikasi dengan pelanggan secara pribadi dalam mempromosikan produk serta layanan dari pebisnis kecil. Selain itu aplikasi ini dapat menjawab pertanyaan dari para pelanggan dengan menggunakan fitur khusus untuk mengotomatiskan, menyortir dan merespon dengan cepat. Dengan aplikasi ini juga dapat membuat katalog untuk menampilkan produk serta layanan yang dimiliki oleh si pemilik toko.<sup>8</sup> Terdapat beberapa fitur dalam aplikasi ini seperti:<sup>9</sup>

1. Profil Bisnis: Untuk menginformasikan alamat, deskripsi bisnis, alamat email, dan situs web yang dimiliki oleh penjual
2. Balas cepat: Adalah fitur yang digunakan untuk membalas cepat pesan dari pelanggan dengan menggunakan kalimat yang sama/ kalimat yang sering penjual gunakan untuk membalas pesan dari pembeli. Biasanya fitur ini digunakan pada saat pembeli menghubungi penjual
3. Label: Merupakan fitur untuk mengelompokkan pembeli yang sudah menghubungi penjual untuk mempermudah kerja si penjual. Fitur label ini terdiri dari *New Customer*, *New Order*, *Pending Payment*, *Paid*, *Complete*, dan *New Label*.

---

<sup>8</sup>WhatsApp Business, <https://www.whatsapp.com/business/?lang=id>, diakses pada tanggal 24 Februari 2021 jam 17:09

<sup>9</sup>*Ibid.*

*WhatsApp Business* dalam penggunaannya juga mempunyai beberapa kebijakan yang harus disetujui oleh penjual yang akan menggunakan aplikasi ini, seperti:<sup>10</sup>

1. Menciptakan pengalaman yang berkualitas seperti: pengelolaan profil *WhatsApp Business*, pengaturan kapan boleh menghubungi orang yang ada di *WhatsApp*, persetujuan mengenai pesan yang dilarang dikirim, menghormati permintaan (baik di dalam atau di luar *WhatsApp Business*) seperti memblokir, menghapus kontak atau menolak komunikasi.
2. Ketentuan Khusus solusi *WhatsApp Business*, untuk API *WhatsApp Business*
3. Melindungi dan mematuhi Hukum
4. Organisasi dan penggunaan yang dilarang
5. Penegakan Pembaruan

Pengembangan aplikasi *WhatsApp Business* ini merupakan salah satu dampak positif dari penggunaan internet dalam bidang *E-Commerce*. Namun dalam pelaksanaannya tentu saja apa yang telah diatur dan ditentukan tidak dapat dilaksanakan 100% dengan mudah terutama dalam jual beli online yang tidak mempertemukan langsung antara penjual dan pembelinya. Pengaturan jual beli online sendiri sudah diatur dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Selanjutnya disebut dengan UU ITE). UU ITE inilah yang menjadi pondasi dalam transaksi online tepatnya diatur dalam pasal 1 ayat (2) yang berbunyi “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/ atau media elektronik

---

<sup>10</sup>WhatsApp Business, <https://www.whatsapp.com/legal/business-policy/?lang=id>, diakses pada tanggal 24 Februari 2021 Jam 18:02

lainnya”. Walaupun sudah diatur namun yang namanya resiko pasti akan selalu ada, karena itulah untuk memperkuat dasar UU ITE dikeluarkan PP No. 72 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik (Selanjutnya disebut dengan PSTE) dan PP No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Selanjutnya disebut dengan PMSE). Salah satu pasal di PMSE yang mengatur syarat transaksi elektronik ini adalah:

Pasal: 9

1. Para pihak PMSE harus memiliki, mencantumkan, atau menyampaikan identitas subyek hukum<sup>11</sup> yang jelas
2. Setiap PMSE yang bersifat lintas negara wajib memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur ekspor atau impor dari peraturan perundang-undangan di bidang informasi dan transaksi elektronik

Pasal 10

1. Pihak yang melakukan PMSE atas barang dan/ atau jasa yang berdampak terhadap kerentanan keamanan nasional harus mendapatkan *security clearance*<sup>12</sup> dari instansi yang berwenang
2. Jenis barang dan/ atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
3. Tata cara mendapatkan *security clearance* dilakukan dengan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

Pada dasarnya PTSE dan PMSE merupakan persetujuan atas isi perikatan,

karena para pihak mempunyai hak dan kewajiban yang mana penjual memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan menawarkan produk yang diperbolehkan oleh peraturan hukum yang berlaku kepada pembeli.<sup>13</sup> Selain itu

---

<sup>11</sup>identitas subyek hukum adalah semua informasi yang menerangkan keberadaan dan legalitas subyek hukum yang bersangkutan, baik individu maupun badan hukum, yang tercantum di dalam antara lain Kartu Tanda Penduduk, Izin Usaha, Nomor Surat Keputusan Pengesahan Badan Hukum, Nomor Identitas Pelaku Usaha PMSE yang diberikan oleh Menteri, nomor rekening bank, atau nomor telepon seluler. Dan untuk kejelasan yang mana PMSE dalam/ luar negeri dapat dipenuhi dengan pencantuman nomor identitas Pelaku usaha PMSE

<sup>12</sup>*Security Clearance* adalah hasil pemeriksaan dan penilaian dari Istansi yang berwenang terhadap dampak suatu produk atau Barang dan/atau Jasa terhadap keamanan nasional.

<sup>13</sup>Ryan Prastya Mariata Putra, Ida Ayu Putu Widiasti, Ni Made Puspasutari Ujianti, 2020, “Akibat Hukum Dari Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Secara Instagram”, vol 1, No.2, hlm 34

para pihak juga mendasarkan perjanjiannya melalui rasa kepercayaan, dan tidak terlepas dari yang namanya perjanjian.

Perjanjian yang digunakan dalam transaksi elektronik adalah perjanjian jual beli. Menurut pasal 1457 KUHPerdata jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. Dapat dilihat bahwasanya jual beli merupakan suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.<sup>14</sup> Perjanjian Jual beli termasuk ke dalam perikatan yang lahir karena perjanjian. Perikatan menurut Subekti adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu.<sup>15</sup> Sedangkan perjanjian menurut Wirjono Prodjodikoro Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seseorang itu berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.<sup>16</sup>

Di dalam pasal 1320 KUH Perdata terdapat 4 syarat sah suatu perjanjian yaitu:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu pokok persoalan tertentu
4. Suatu sebab yang tidak terlarang

---

<sup>14</sup>Subekti, 2005, "*Hukum Perjanjian*", Intermedia, Jakarta, hlm. 79

<sup>15</sup>Prof. Subekti dilihat dalam buku P.N.H Simanjuntak, 1999, "*Pokok-Pokok Hukum perdata Indonesia*", Djambatan, Jakarta, hlm 317

<sup>16</sup>Prof. Dr. Wirjono Prodjodikoro dilihat dalam buku P.N.H Simanjuntak *Ibid.* hlm 331



Untuk syarat pertama maka dari kedua belah pihak harus mempunyai kata sepakat dalam melakukan suatu perjanjian untuk mengikat diri mereka yang harus dinyatakan. Syarat pertama ini berfungsi untuk menghindari perjanjian karena paksaan (*Dwang*), Kekhilafan (*Dwaling*), dan Penipuan (*Bedrog*). Syarat kedua dimaksudkan bahwa kedua belah pihak harus cakap menurut hukum untuk melakukan perjanjian. Karena itu orang-orang yang dinyatakan tidak cakap hukum sesuai pasal 1130 KUHPerdara yaitu Di bawah umur, di bawah pengawasan, dan Perempuan yang telah kawin. Dua syarat di atas disebut dengan syarat subjektif, yang mana jika pasal ini dilanggar maka akan berakibat cacat dan dapat dibatalkan.<sup>17</sup> Perjanjian dapat dibatalkan apabila adanya permintaan dari salah satu pihak kepada hakim untuk membatalkan perjanjian tersebut karena perjanjian tersebut tidak ada kata sepakat di dalamnya ataupun karena orang yang membuat perjanjian tersebut tidaklah cakap.

Untuk syarat ketiga di dalam perjanjian haruslah ada suatu hal barang/ objek yang harus di perjanjikan. Hal ini bertujuan untuk menetapkan kewajiban si berhutang jika terjadi perselisihan.<sup>18</sup> Untuk syarat terakhir yaitu mengenai adanya causa yang halal. Causa di sini adalah causa yang tidak diperbolehkan/ bertentangan dengan Undang-Undang seperti, Kesusilaan, atau ketertiban umum. Dua syarat ini disebut dengan syarat objektif, yang apabila syarat ini dilanggar maka akan berakibat batal demi hukum. Maksudnya apabila perjanjian batal demi hukum maka perjanjian sejak semula batal dan tidak mungkin menimbulkan akibat hukum bagi kedua belah pihak.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup>Subekti, 2003, "*Pokok-Pokok Hukum Perdata*", Intermasa, Jakarta, hlm 136

<sup>18</sup>*Ibid.*

<sup>19</sup>P.N.H Simanjuntak, 1999, *Op.Cit.*, hlm 335

Walaupun para pihak sudah membuat suatu perjanjian elektronik sesuai dengan syarat-syarat di atas, tetap saja yang namanya wanprestasi akan tetap ada. Hal ini dikarenakan dari prinsip transaksi elektronik itu sendiri yang melakukan jual beli secara online dan tidak mempertemukan langsung antara penjual dan pembeli, hal ini sama halnya dengan transaksi online di *WhatsApp Business*. Bukti nyatanya, masih banyak sekali para penjual yang menjual barang-barangnya yang tidak sesuai dengan apa yang dituliskan dalam deskripsi barang di tokonya, keterlambatan dalam pengiriman barang, barang yang cacat, dan bahkan penipuan. Karena itulah disini dibutuhkan suatu perlindungan hukum untuk memberikan kepastian hukum terhadap pembeli/konsumen terutama karena posisinya yang lebih lemah.

Seperti kasus-kasus yang dijelaskan di atas, maka perlindungan hukum pada jual beli secara transaksi elektronik menjadi fokus bagi perlindungan konsumen untuk mengatasi wanprestasi yang terjadi yang dilakukan oleh pihak penjual.<sup>20</sup> Wanprestasi terjadi jika apabila ada salah satu pihak di dalam perjanjian tidak melakukan kewajiban yang sebagaimana sudah ditentukan dalam perjanjian.<sup>21</sup> Berarti di dalam wanprestasi ini ada pelanggaran hak dan adanya kelalaian dalam melaksanakan kewajiban, baik itu dari pihak konsumen maupun penjual.

Hak dan Kewajiban itu perlu untuk dilindungi oleh hukum sehingga para pihak yang berkepentingan merasakan aman dalam melaksanakan kepentingan/kegiatannya. Wanprestasi yang sering dilakukan oleh pihak pelaku usaha yaitu banyak mengesampingkan hak-hak konsumen yang terdapat dalam

---

<sup>20</sup>Desy Ary Setyawati, Dahlan, dan M.Nur Rasyid, 2017, *Op. Cit.* hlm 37

<sup>21</sup>Afrilian Perdana, Dahlan, dan Mahfud, 2014 “*Penyelesaian wanprestasi dalam perjanjian jual beli melalui media elektronik*”, Vol. 2, No. 1, hlm 52

pasal 4 UUPK, dari pasal tersebut ada beberapa hak yang sering dikesampingkan seperti hak untuk mendapatkan ganti rugi terhadap barang yang dipesan (baik rusak, cacat, rusak, atau barang tidak diterima oleh konsumen) dan hak untuk mendapatkan informasi/ kejelasan mengenai barang yang akan dipesan.<sup>22</sup>

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji mengenai keabsahan dari suatu perjanjian elektronik, dan bagaimana pula bentuk pertanggung jawaban dari pelaku usaha online yang melakukan wanprestasi. Karena itu untuk menjawab permasalahan tersebut penulis melakukan penelitian dengan judul “**PELAKSANAAN TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ONLINE DI WHATSAPP BUSINESS YANG MELAKUKAN WANPRESTASI DI KOTA PADANG**” Pelaku usaha online di *WhatsApp Business* yang berjualan Barang dan makanan penulis batasi di kota Padang

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses terbentuknya perjanjian elektronik pada *WhatsApp Business*?
2. Bagaimana keabsahan perjanjian elektronik pada *WhatsApp Business*?
3. Bagaimana pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha online di *WhatsApp Business* yang melakukan wanprestasi?

---

<sup>22</sup>Desy Ary Setyawati, Dahlan, dan M.Nur Rasyid, 2017, *Op. Cit.*, hlm 38

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka ditetapkan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses terbentuknya perjanjian elektronik pada *WhatsApp Business*
2. Untuk mengetahui keabsahan perjanjian elektronik pada *WhatsApp Business*
3. Untuk mengetahui pelaksanaan tanggungjawab pelaku usaha online di *WhatsApp Business* yang melakukan wanprestasi

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pengembangan dalam ilmu hukum terutama dalam bidang hukum perdata.
  - b. Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah serta menjadi referensi dalam masalah wanprestasi dan pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha online.
2. Manfaat Praktis
  - a. Penulis berharap penelitian ini dapat memberi manfaat baik kepada individu maupun untuk masyarakat terutama untuk menambah pengetahuan tentang perjanjian elektronik, wanprestasi, dan bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang melakukan wanprestasi. Sehingga

individu maupun masyarakat lebih akan sadar terhadap hak-haknya yang dilanggar terutama dalam transaksi online.

- b. Penulis juga berharap dengan adanya penelitian dapat meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap pelaku usaha online di *WhatsApp Business* yang berjualan barang dan makanan, yang akan berdampak positif terhadap meningkatnya taraf hidup masyarakat itu sendiri. Serta dapat memberikan masukan-masukan/ saran-saran terhadap pihak-pihak yang berkepentingan

## **E. METODE PENELITIAN**

Metode atau cara kerja ilmiah dalam penelitian, merupakan sarana atau alat untuk mencapai tujuan penelitian yang digunakan sebagai alat yang dipergunakan secara fleksibel, tidak rigid/ kaku, sehingga penelitian dapat dilakukan secara variatif terhadap objek formal disiplin ilmu yang diteliti.<sup>23</sup> Untuk mendapatkan data yang konkret dalam penulisan, maka metode penelitian yang digunakan adalah:

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yuridis empiris, yaitu cara yang digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan penelitian dengan cara melakukan penelitian pertama kali dengan menggunakan data sekunder, dan dilanjutkan dengan meneliti data primer yang ada di lapangan.<sup>24</sup> Metode ini digunakan untuk membahas aspek hukum yang berkenaan dengan pokok

---

<sup>23</sup>Nurul Qamar, Aan Aswari, dan Hardianto Djanggih, 2017, "*Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*", CV Social Politic Genius, Makassar, hlm 4

<sup>24</sup>Soejono Soekanto dan Sri Mamudji, 2015, "*Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*", Raja Grafindo, Jakarta, hlm.1.

permasalahan penelitian yang hendak dibahas. Sehingga dapat diketahui apakah peraturan yang berlaku sesuai dengan praktik yang dijalankan.

## 2. Pendekatan Permasalahan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa pendekatan permasalahan *Non Doctrinal*, yaitu Sosiologi hukum. Pendekatan ini adalah pendekatan yang menghubungkan *Das Sollen (Law in Books)* yang dihubungkan dengan hukum dalam dunia kenyataan sebagai *Das Sen (Law in Action)* untuk mengungkapkan suatu kesenjangan antara hukum sebagai sistem nilai ideal dan hukum sebagai suatu realitas sosial dalam masyarakat.<sup>25</sup>

Dalam penelitian, nantinya penulis akan melihat bagaimana suatu hukum bekerja di dalam masyarakat dan melihat persepsi, sikap, pemahaman, serta penolakan yang ada. Untuk mengetahui hal-hal tersebut nantinya peneliti akan mengumpulkan data dengan cara wawancara langsung, dan menyebar kuesioner melalui sosial media yang ada.

## 3. Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara analitis mengenai permasalahan yang penulis angkat berdasarkan data yang didapat. Di sini penulis memberikan gambaran terhadap Pelaksanaan Tanggung jawab Pelaku Usaha Online di *WhatsApp Business* yang Melakukan Wanprestasi di Kota Padang

## 4. Populasi dan Sampel penelitian

### a. Populasi

---

<sup>25</sup>Nurul Qamar, Aan Aswari, dan Hardianto Djanggih, 2017, *Op. Cit*, hlm 11

Populasi adalah keseluruhan unit atau objek penelitian yang memenuhi syarat dapat berupa manusia, gejala, atau peristiwa yang mempunyai ciri yang sama.<sup>26</sup> Populasi ini dilakukan untuk menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan untuk membatasi berlakunya daerah generalisasi. Populasi mempunyai 2 bentuk yang pertama populasi terbatas (terhingga) dan populasi tak terbatas (tak terhingga). Untuk penelitian maka jenis populasinya adalah populasi tak terbatas yaitu sumber datanya tidak dapat ditentukan batas-batasnya sehingga tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah secara kuantitatif.<sup>27</sup>

Dari penjelasan di atas maka populasi dari penelitian ini adalah pelaku usaha online yang berjualan barang dan makanan di *WhatsApp Business* di Kota Padang dan konsumen yang memakai *WhatsApp Business*

#### b. Sampel

Sampel/ccontoh merupakan Sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik sampling.<sup>28</sup> Teknik sampling merupakan cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative atau benar-benar mewakili populasi.<sup>29</sup>

Teknik sampling terdiri dari yaitu Teknik Random Sampling dan

---

<sup>26</sup>Ishaq, 2017, “*Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*”, Alfabeta, Bandung, hlm 106

<sup>27</sup>*Ibid.*

<sup>28</sup>*Ibid.*

<sup>29</sup>Hudari Nawawi dilihat dalam buku Ishaq, *Ibid*, hlm 107

Teknik Non-Random Sampling<sup>30</sup>. Untuk penelitian ini maka akan menggunakan teknik Non-Random sampling dengan teknik *purposive sampling* (Sampling secara bertujuan) yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian.

Dari penjelasan di atas maka sampel dari penelitian ini adalah pelaku usaha yang telah dipilih oleh penulis yaitu ibu Yopi Indriasari, Dani Navia, Syaira Chairunnisa, Pasya Mutia Reflin, Wirsa Della, Yelfina S.Pd, Rosalika Wahyuni, dan Marisa Saputri. Serta konsumen yang pernah berbelanja barang atau makanan di *WhatsApp Business*.

## 5. Sumber Data

### a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Untuk pengumpulan data yang diperoleh maka didapatkan dengan mempelajari buku-buku, karangan ilmiah, dan jurnal serta peraturan yang terkait. Adapun data yang diperoleh didapat melalui:

- 1) Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas
- 2) Beberapa Literatur buku dan bahan kuliah yang dimiliki penulis
- 3) Jurnal hukum yang didapat melalui internet

### b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan langsung ke lapangan. Untuk memperoleh data yang berhubungan dengan Pelaksanaan Tanggung jawab Pelaku Usaha Online di *WhatsApp Business* yang berjualan barang dan makanan di kota Padang

## 6. Jenis Data

---

<sup>30</sup>Random Sampling adalah cara pengambilan sampel secara random atau tanpa pandang bulu. Non Random Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak semua unsur dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel.



Untuk penelitian ini digunakan data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan berdasarkan dari narasumber yang mana data tersebut dilakukan dengan wawancara dan menyebar pertanyaan melalui kuesioner.

b. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari dokumen resmi, buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian, skripsi, tesis, disertasi, dan peraturan perundang-undangan. Data sekunder ini meliputi:

1. Bahan Hukum Primer

Adalah bahan hukum yang bersifat otoritatif, yang artinya mempunyai otoritas yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, atau risalah di dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dan putusan hakim.<sup>31</sup> Bahan hukum primer yang berkaitan dengan proposal ini adalah:

1. Kita Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata)
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
3. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
4. Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

---

<sup>31</sup>Djulaeka, dan Devi Rahayu, 2019, "*Buku Ajar: Metode Penelitian Hukum*" Scopindo Media Pustaka, Surabaya, hlm 36

5. Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang  
Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

2. Bahan Hukum Sekunder

Adalah bahan publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen resmi yang menjadi pendukung dari bahan hukum primer.<sup>32</sup>

Bahan sekunder yang berhubungan dengan penelitian ini adalah seperti buku teks, jurnal hukum, teori-teori sarjana, hasil penelitian ahli, karya ilmiah yang dapat memberikan pengertian dan penjelasan terhadap bahan hukum primer.

3. Bahan Hukum Tersier/ Penunjang

Adalah bahan petunjuk/ penjelasan mengenai bahan hukum primer atau sekunder, seperti kamus, ensiklopedia, majalah, surat kabar dan sebagainya

6. Teknik Pengumpulan data

a. Studi Dokumen

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mempelajari buku, dokumen, atau literatur lainnya yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian ini.

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan narasumber dengan memberikan pertanyaan yang sudah tersusun secara sistematis, jelas, dan terarah yang memiliki nilai validitas dan reliabilitas.<sup>33</sup> Wawancara untuk penelitian ini akan dilakukan dengan sistem

---

<sup>32</sup>*Ibid.*

<sup>33</sup>Ishaq, 2017, *Op.Cit*, hlm 115

wawancara terstruktur dan untuk respondennya adalah para pelaku usaha online di *WhatsApp Business* yang berjualan barang dan makanan di Kota Padang

c. Kuesioner

Teknik pengumpulan dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Untuk teknik ini akan dilakukan dengan teknik kuesioner tertutup/ terstruktur, yaitu memberikan pertanyaan kepada responden dan menyediakan jawaban pilihan sehingga responden tinggal memilih salah satu jawaban yang telah disediakan.<sup>34</sup> Kuesioner nantinya akan disebar melalui media sosial dan targetnya adalah Konsumen yang pernah membeli barang dan makanan melalui *WhatsApp Business* di kota Padang.

7. Pengolahan Data dan Analisis Data

a. Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan maka akan diproses melalui pengolahan data yang mencakup Editing. Editing adalah memeriksa dan meneliti data yang diperoleh untuk menjamin apakah sudah dapat dipertanggungjawabkan dengan kenyataan.<sup>35</sup> Dengan editing ini nantinya penulis akan membahas jawaban-jawaban dari Responden yang nantinya akan dibuktikan kebenaran jawaban serta kecocokan satu sama lainnya, selain itu jawaban dari responden akan di bandingkan pula dengan peraturan yang ada apakah sudah sesuai atau tidak.

b. Analisis Data

---

<sup>34</sup>*Ibid.* hlm 117

<sup>35</sup>*Ibid.* hlm 121

Merupakan tindak lanjut proses pengolahan data yang didapatkan yang dibuat tergantung kebiasaan dan kemampuan masing-masing peneliti tersebut.<sup>36</sup> Analisis yang digunakan penulis disini adalah Analisis kualitatif, yaitu analisis data yang digunakan untuk aspek-aspek normatif (yuridis) melalui metode yang bersifat deskriptif analisis yang menguraikan data yang didapat untuk menghubungkan data tersebut untuk mendapatkan suatu kejelasan terhadap kebenaran/ sebaliknya, sehingga dapat memperoleh gambaran yang baru ataupun menguatkan suatu gambaran yang ada/ sebaliknya.<sup>37</sup>

## **F. SISTEMATIKA PENULISAN**

Di dalam sistematika terdiri dari beberapa bab dan terdiri lagi dari masing-masing sub bab. Dengan adanya sistematika ini bertujuan untuk mempermudah pembaca agar dapat memahami permasalahan yang penulis sajikan. Adapun sistematika yang dimaksud:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan akan diuraikan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan Pustaka memuat beberapa kajian yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti dan akan memberikan landasan/ kerangka teori serta diuraikan dalam kerangka pemikiran.

---

<sup>36</sup>*Ibid, hlm 125*

<sup>37</sup>*Ibid, hlm 126*

### BAB III PEMBAHASAN

Pembahasan berisi hasil dari penelitian serta pembahasan yang berkaitan dengan Pelaksanaan Tanggungjawab Pelaku Usaha Online di *WhatsApp Business* yang Melakukan Wanprestasi

### BAB IV PENUTUP

Penutup adalah bagian terakhir dari penulisan hukum ini, yang berisi mengenai kesimpulan-kesimpulan yang diambil dari pembahasan serta saran-saran yang dapat disampaikan dari tulisan ini.

