

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan suatu ilmu pengetahuan tentu akan berdampak pada pesatnya kemajuan teknologi dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Penemuan dan setiap inovasi telah diciptakan guna memberikan dampak serta manfaat positif, hingga menerapkan cara baru bagi aktifitas kehidupan umat manusia. Oleh karena itu sudah banyak manfaat yang dapat dirasakan masyarakat dalam dekade terakhir ini khususnya di bidang teknologi.

Peranan kemajuan teknologi tumbuh sangat pesat dan telah memberikan banyak perubahan dalam kehidupan manusia, perubahan pola pikir serta penerapan segala aspek terjadi hampir di semua bidang, baik bidang perniagaan, sosial, budaya, maupun bidang lainnya. Perkembangan kemajuan teknologi internet merupakan hal yang paling dikenal oleh masyarakat luas. Berawal sebagai suatu cara untuk mencari informasi, kini internet dimanfaatkan dalam hal kegiatan jual beli. Di Indonesia bisnis *online shop* menjadi hal yang berkembang cukup baik dan sudah menjadi kebiasaan sehingga bukan lagi menjadi hal yang aneh.<sup>1</sup>

Kemajuan era globalisasi digital saat ini secara signifikan telah mengubah sistem ekonomi konvensional menjadi sistem ekonomi digital. Sistem digital

---

<sup>1</sup> Suwari Akhmaddhian, Asri Agustiwi, “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia*”, Jurnal Unifikasi, Vol. 3 No. 2 Juli 2016, hlm. 41.

ini memungkinkan dunia usaha melakukan suatu transaksi dengan menggunakan media elektronik. banyak kemudahan didapat, kecepatan, serta efisiensi waktu karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja disamping itu pilihan barang atau jasa yang ditawarkan lebih beragam.<sup>2</sup>

Kehadiran Internet membuat setiap orang di belahan dunia dapat saling berkomunikasi tanpa terkendala batas jarak dan waktu dalam memperoleh informasi. Berawal dari kata *Inter* dan *networking*, Internet yaitu merupakan suatu kumpulan jaringan komputer dan berbagai jenis perangkatnya yang saling berkomunikasi dengan menggunakan suatu standar komunikasi. Secara teknis internet merupakan penggabungan dua komputer atau lebih yang saling berhubungan membentuk sebuah jaringan komputer. Internet juga bisa dimanfaatkan dari segi ilmu pengetahuan, sebuah perpustakaan yang didalamnya menampilkan berbagai informasi baik berupa teks, suara, grafik dan animasi atau kartun dalam bentuk elektronik, faktor inilah yang membuat internet sebagai sarana yang tepat untuk melakukan pertukaran informasi jarak jauh.<sup>3</sup>

Internet sudah menjadi kebutuhan primer bagi semua lapisan masyarakat, banyak hal dari sektor kehidupan manusia yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu. Khususnya dalam perniagaan, para pelaku usaha berlomba lomba menjual barang dan jasanya kepada para konsumen menggunakan media online. Dalam era digital ini jual beli dengan media

---

<sup>2</sup> Setia Putra, “ *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-commerce*”, Jurnal Ilmu Hukum, Vol.4 No.2 , 2014, hlm. 290.

<sup>3</sup> Dewi Kurniawati, Nugraha Arifin, “*Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dan Minat Beli Mahasiswa*”, Jurnal Simbolika, Vol. 1, No. 2, 2015, hlm. 194.

online lebih populer dibandingkan jual beli dengan sistem *konvensional* (manual) yang kian waktu akan ditinggalkan jaman. Bagi para pelaku usaha yang tidak peduli dengan sistem online tentu harus segera beradaptasi dengan teknologi bisnis modern. Sebab dalam dunia bisnis ketepatan serta kecepatan proses transaksi, dan penyampaian informasi menjadi sebuah penentu keberhasilan dalam jual beli online.<sup>4</sup>

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 17,17 juta orang hal ini berarti 64,8 persen dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 264,1=6 juta orang, hal tersebut mengalami peningkatan sangat signifikan dari tahun sebelumnya yaitu 54,68 persen dari populasi Indonesia 262 juta orang. Angka pengguna internet berada di pulau Jawa mencapai 55.7 persen, karena memang pulau Jawa yang mencapai memiliki populasi tertinggi dibandingkan dengan pulau lainnya. Tingginya pertumbuhan pengguna internet berimbas pada nilai jual beli online di Indonesia mengikuti tren yang sedang berlangsung di dunia.<sup>5</sup>

Berbisnis dengan menerapkan teknologi informasi membuat peluang pasar lebih terbuka luas, mempermudah peluang untuk mempromosikan produk, mencari konsumen. Dalam menyusun sebuah proses bisnis online. Pelaku usaha perlu mengerti faktor-faktor terhadap minat beli konsumen secara online, dengan demikian memahami faktor-faktor minat beli dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap minat pembelian online.

---

<sup>4</sup> Mudakir Iskandar Syah, *Hukum Bisnis Online Era Digital*, (Jakarta: Campustaka, 2018), hlm. 14.

<sup>5</sup> <https://apji.or.id/survei2018s/download>, diakses pada tanggal 12 November 2019.

Disamping pesatnya perkembangan bisnis online tersebut didorong oleh harga barang elektronik seperti laptop, ponsel pintar dan sejenisnya yang semakin hari semakin murah. Hal ini pula yang mendorong semua orang untuk memiliki alat komunikasi digital. Dengan dimilikinya alat digital maka mendorong kegiatan jual beli menggunakan perangkat tersebut semakin menjamur di Indonesia.<sup>6</sup>

Jual beli secara umum diatur didalam KUH Perdata dalam Buku ke III Perikatan, Bab ke V tentang Jual Beli. Namun jual beli secara online diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam ketentuan Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang ITE transaksi elektronik yaitu “Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan Komputer, dan/ atau media elektronik lainnya”.

Sebagaimana yang terkandung di dalam Pasal 4 Undang-Undang ITE Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

1. Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
2. Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;

---

<sup>6</sup> Mudakir Iskandar Syah, *Op.Cit*, hlm.16.

3. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;
4. Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
5. Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi informasi.

Transaksi jual beli melalui media sosial Instagram pada umumnya hampir sama dengan jual beli secara konvensional. Berawal dari proses penawaran dan penerimaan. Penawaran merupakan suatu proses perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian. Jual beli dengan melakukan penawaran pada transaksi yang mana yang melakukan penawaran adalah pihak penjual, pihak penjual memanfaatkan Instagram ini untuk menampilkan produk dagangan yang di tampilkan pada halaman *timeline* Instagram calon pembelinya, kemudian dilanjutkan dengan penerimaan oleh pihak pembeli.<sup>7</sup>

Selanjutnya Pasal 15 ayat (1) UU ITE mengatur setiap penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggungjawab terhadap beroperasinya sistem elektronik sebagaimana mestinya.

Ramainya pengguna Instagram menjadi salah satu alasan kuat mengapa masyarakat menyukai media sosial tersebut sebagai tempat berjualan secara

---

<sup>7</sup> Ike Nuryanti Sulistiyowati, Arfan Muammar, "Transaksi Jual Beli On-line Melalui Media Instagram @Ppsshop88 Dengan Akad Salam", hlm. 4.

online, kelebihan lain yang diperoleh yaitu hasil foto dapat di share di jejaring sosial media lain seperti *facebook*, dan *twitter* sehingga tidak hanya dilihat oleh orang-orang yang memiliki Instagram saja. Manfaat dari digunakannya jual beli online karena dapat menekan biaya promosi barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen.<sup>8</sup>

Banyaknya kemudahan yang didapat saat melakukan transaksi jual beli elektronik tentu tidak terlepas dari *risiko* yang timbul bagi para pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan hubungan transaksi jual beli elektronik. Tidak dapat dipungkiri pula dalam prosesnya, transaksi jual beli online memiliki *risiko* yang harus dihadapi karena dilakukan tanpa terjadinya pertemuan antara para pihak selaku penjual dan pembeli, permasalahan yang timbul dalam proses jual beli elektronik tidak lepas dari masalah perjanjian sehingga dibutuhkan rasa kepercayaan yang tinggi. Dilakukan tanpa adanya berkas perjanjian kondisi ini tentu lebih rentan terjadinya *wanprestasi* yang menimpa kepada salah satu pihak. Berdasarkan permasalahan diatas akan merugikan pihak yang dirugikan dalam segala kerugian yang timbul.

Lahirnya UU ITE merupakan sebuah dilema dan masih banyak kekurangan dalam memberikan kepastian hukum transaksi melalui internet, sudah semestinya Pemerintah turut serta ikut memecahkan masalah secara tegas dan turut memberikan sanksi bagi pihak yang melakukan pelanggaran

---

<sup>8</sup> Dewi Kurniawati, Nugraha Arifin, *Op.Cit*, hlm. 195.

transasaksi jual beli online. Negara berkewajiban memberikan upaya perlindungan hukum secara maksimal dalam aktivitas jual beli secara online.<sup>9</sup>

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pelaksanaan jual beli fashion Hijab VR secara online melalui media sosial Instagram menurut Undang-Undang ITE?
2. Apa yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan jual beli fashion Hijab VR secara online melalui media sosial Instagram menurut Undang-Undang ITE dan solusinya?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pelaksanan jual beli fashion Hijab VR secara online melalui media sosial Instagram menurut UU ITE.
2. Untuk mengetahui yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan jual beli fashion Hijab VR secara online melalui media sosial Instagram menurut Undang-Undang ITE dan solusinya.

---

<sup>9</sup> Neni Sri Imaniyati, *Hukum Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 255.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan secara teoritis dan praktis

##### 1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum khususnya hukum perdata tentang transaksi jual beli online melalui media sosial Instagram.

##### 2. Secara praktis

- a. Bagi Masyarakat atau Konsumen, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana referensi, kewaspadaan, dan kecermatan, dalam melakukan transaksi jual beli *online*.
- b. Bagi Pengusaha, penelitian ini diharapkan sebagai masukan bagi pengusaha agar dalam melakukan transaksi secara online menjaga kepercayaan masyarakat atau konsumen, tidak merugikan dan tidak mengejar keuntungan semata-mata.
- c. Bagi Pemerintah, diharapkan dapat memberikan masukan dalam hal membuat peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan hukum bagi para pelaku usaha, dan peraturan yang dapat melindungi masyarakat sebagai konsumen.

#### **E. Terminologi**

##### 1. Tinjauan Yuridis

Kata yuridis menurut kamus hukum berasal dari kata *yuridisch* yang diartikan menurut hukum atau segi hukum. Tinjauan yuridis dapat

disimpulkan suatu cara mempelajari dengan cermat mengenai pendapat dari segi hukum.

## 2. Jual Beli Secara Online

Jual beli secara online merupakan suatu proses perdagangan barang atau jasa dengan menggunakan perangkat internet yang memanfaatkan teknologi informasi, sehingga tidak mengharuskan bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan kesepakatan serta transaksi. Bertransaksi dengan menggunakan media internet dikenal dengan *e-commerce* atau disebut dengan *electronic commerce*.<sup>10</sup>

*Electronic commerce* atau *e-commerce* didefinisikan sebagai kegiatan menjual dan membeli barang-barang dan jasa melalui jaringan internet. Awal mula perjalanan *e-commerce* berawal dari tahun 1960-an, ketika sistem bisnis mulai menggunakan Electronic Data Interchange (EDI) untuk keperluan dokumen bisnis dengan perusahaan lain. Munculnya eBay dan Amazon pada tahun 1980 turut merevolusi industri *e-commerce*. Sejak tahun 1960 hingga kini *e-commerce* telah berkembang luas di Indonesia.<sup>11</sup>

## 3. Media Sosial

Sosial media merupakan sebuah wadah untuk bersosialisasi antara satu dengan yang lainnya secara online, dalam jejaring sosial yang sama

---

<sup>10</sup> Iwan Sidharta, Boy Suzanto, "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce", Jurnal Computech & Bisnis, Vol. 9, No. 1, Juni 2015, hlm. 25.

<sup>11</sup> <https://www.progresstech.co.id/blog/pengertian-e-commerce/>, diakses pada tanggal 4 November 2019.

seperti *blog*, forum, platform, *virtual world* dan *wiki*.<sup>12</sup> Sosial media memungkinkan manusia untuk berkomunikasi satu sama lain kapanpun dan dimanapun mereka berada, tidak peduli sejauh apa jarak mereka. Hal ini yang menghilangkan batasan manusia dalam bersosialisasi dalam dunia maya, tanpa terikat ruang maupun waktu.<sup>13</sup> Sosial media semestinya digunakan sebagai media untuk berinteraksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi kaitan yang bermuatan informasi mengenai suatu produk dan atau lainnya, tentu hal itu wajar apabila kehadirannya dijadikan sebagai media penjualan yang murah serta mudah.<sup>14</sup>

Era digital seperti saat ini menjadikan segalanya lebih mudah. Membuat umat manusia menjadi kecanduan akan teknologi. Internet dan telepon pintar perangkat yang sudah bisa melakukan banyak hal seperti berkomunikasi, memperoleh berita, hingga bekerja sekalipun. Banyaknya media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *Pinterst*, *whatsApp*, *Line*, dan lain lain. Merupakan beberapa media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Hoga Saragih, Rizky Ramdhany, “*Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus*” *Journal Of Information Systems* Vol. 8 Issue. 2, 2012, hlm.102.

<sup>13</sup> [www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/](http://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/), diakses pada tanggal 30 Oktober 2019.

<sup>14</sup> Tito Siswanto, “*Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*”, *Jurnal Liquidity*, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni, 2013, hlm. 81.

<sup>15</sup> [www.google.co.id/amp/s/m.brillo.net/amp/wow/10-media-sosial-teraktif-di-indonesia-mana-yang-sering-kamu-pakai-180214v.html](http://www.google.co.id/amp/s/m.brillo.net/amp/wow/10-media-sosial-teraktif-di-indonesia-mana-yang-sering-kamu-pakai-180214v.html), diakses pada tanggal 30 Oktober 2019.

#### 4. Instagram

Barawal dari kata “Insta” dan “Gram” kata pertama diambil dari istilah “Instan” yang merupakan sebutan lain dari kamera polaroid, yaitu jenis kamera yang mencetak foto secara langsung setelah memotret objek. Dan kata “Gram” sendiri disebut sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.<sup>16</sup>

Penggunaan yang kian mengalami pertumbuhan secara signifikan menjadikan Instagram sebagai salah satu media sosial paling populer di Indonesia. Di ciptakan oleh *Kevin Systrom* dan *Mike Krieger* yang pertama kali di kenalkan secara resmi pada bulan oktober tahun 2010 dan saat itu hanya dapat digunakan pada ponsel berbasis IOS (Apple). Lalu dua tahun setelahnya tepatnya pada bulan April tahun 2012 aplikasi Instagram sudah bisa digunakan pada smartphone berbasis Android hingga kemudian dapat diakses melalui Situs Web pada bulan November tahun 2012.<sup>17</sup>

Media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang tengah di gemari khususnya bagi kaula muda, hal itu di karenakan Instagram merupakan platform media sosial yang fokus untuk berbagi foto serta video. Berbagai macam fitur dikenalkan namun dari banyaknya fitur, adalah fitur seperti snapstories atau insta story yang merupakan fitur paling populer dalam platform tersebut. Snap story ialah fitur dimana kita bisa memposting foto maupun video yang kita pilih dari galeri ponsel kita, dengan durasi 15 detik saja dan secara otomatis akan hilang dalam 24 jam.

---

<sup>16</sup> <https://www.dumetdevelopment.com/blog/pengertian-instagram-dan-keistimewaannya>, Diakses pada tanggal 30 Oktober 2019.

<sup>17</sup> <https://www.pahlevi.net/pengertian-instagram/>, diakses pada tanggal 25 Oktober 2019.

Secara tidak langsung penggunaan snap stories telah mempromosikan apa yang mereka rekam menggunakan snap story itu. Seiring berjalannya waktu para pelaku usaha dalam bidang jual beli online telah menyadari bahwa, Instagram sangat bisa di manfaatkan sebagai media untuk memasarkan atau mempromosikan suatu produknya, dengan cara mengunggah foto produk yang akan mereka pasarkan dengan penambahan berbagai variasi seperti teks serta efek yang menarik pembeli.<sup>18</sup>

#### 5. Bidang fashion

Fenomena dalam hal fashion atau busana tumbuh semakin populer. Menjadi salah satu produk yang paling banyak diminati dan dicari, pada mesin pencarian aplikasi jual beli online. Sandang adalah pakaian sudah menjadi suatu kebutuhan dasar bagi kehidupan umat manusia. Dari tahun ke tahun trend fashion terus berkembang serta mengalami perubahan dari segi gaya yang makin terkini hingga model yang semakin bervariasi sesuai dengan permintaan pasar. Mulai dari kemeja, sweater, kaos, jaket, celana, tunik, aksesoris dan lain lain akan selalu menjadi incaran dalam tiap kesempatan. Pentingnya suatu elemen visual, yang mempunyai daya tarik tersendiri. Memberikan suatu tampilan yang menarik guna memperindah suatu penampilan atau hanya memenuhi kebutuhan bagi setiap individu.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Made Resta Handika, Agus Fredy Maradona, Gede Sri Darma” *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*” Jurnal Manajemen Dan Bisnis. Vol. 15, No. 2. 2018, hlm. 195.

<sup>19</sup> Anang Sugara, Rizki Yudhi Dewantara “*Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Pengguna Sistem Transaksi Jual Beli Online*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 52. No.1. 2017, hlm. 10.

a. Fashion wanita

Kategori fashion wanita merupakan produk yang sangat laris dijual di Instagram sehingga menempati posisi teratas. Wanita cenderung memiliki minat berbelanja lebih tinggi dibandingkan dengan pria, perbedaan dalam pola pikir sehingga terdapat adanya perbedaan dalam pembuatan keputusan untuk berbelanja, banyak faktor yang mempengaruhi wanita dalam hal berbelanja diantaranya wanita sering kali tidak fokus pada tujuan utama berbelanja, alasan ini yang sering membuat wanita berbelanja barang yang tidak penting dan berakhir lupa membeli barang yang sebenarnya dibutuhkan, alasan lain wanita mudah sekali tergoda dengan potongan harga dan promosi yang ditawarkan. Bagi wanita membeli suatu barang yang dengan harga diskon lebih memberikan kepuasan tersendiri apabila jika terdapat barang yang diinginkan sedang promosi maka tidak membutuhkan waktu lama bagi wanita untuk membelinya. Dilansir dari sebuah artikel Time wanita lebih memilih berbelanja sebagai bentuk *refreshing* atau yang disebut dengan *retail therap*, dengan berbelanja, untuk meningkatkan mood lebih banyak wanita daripada pria yang mana 64% untuk wanita dan 40% untuk pria.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> <https://www.google.co.id/amp/s/journal.sociolla.com/lifestyle/5-alasan-wanita-lebih-suka-berbelanja/amp/>, Diakses pada tanggal 8 November 2019.

6. Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Bagaimana UU ITE atau Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 merupakan landasan Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik. Dijelaskan bahwa yurisdiksi aturan UU ITE ini berlaku bagi setiap orang di Indonesia, baik warga negara Indonesia maupun warga Negara Asing. Aturan yang telah ditetapkan dalam UU ITE tidak hanya menghukum kerugian yang ditimbulkan di Indonesia, tetapi juga kerugian yang ditimbulkan di negara lain. Sebagaimana yang terkandung didalam ketentuan Pasal 2 UU ITE No.11 Tahun 2008 yang berbunyi “Undang-Undang ini berlaku untuk setiap Orang yang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun diluar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di wilayah Indonesia dan/atau diluar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.”

Dari uraian tentang penjelasan Pasal 2 UU ITE kemudian dimaksudkan bahwa. Undang-Undang ini telah memiliki jangkauan yurisdiksi yang tidak semata-mata untuk perbuatan hukum yang telah berlaku di Indonesia dan dilakukan oleh warga negara Indonesia, tetapi berlaku juga untuk perbuatan hukum yang dilakukan di luar wilayah hukum (yurisdiksi) Indonesia baik oleh warga Negara Indonesia maupun warga Negara Asing atau badan hukum Indonesia maupun badan hukum asing, yang telah memiliki akibat hukum di Indonesia. Mengingat

pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dapat bersifat universal atau lintas teritorial.<sup>21</sup>

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Metode Pendekatan**

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan bahan hukum utama dengan cara meneliti dan menalaah teori, konsep-konsep, dan bahan-bahan kepustakaan yang ada, dan atau apa yang tertulis didalam peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

### **2. Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian bersifat *deskriptif-analitis* yaitu menurut pendapat yang dikemukakan oleh sugiyono ialah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti dengan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya<sup>22</sup> dengan kata lain mengambil permasalahan dengan mana seperti keadaan pada saat penelitian dilakukan, untuk selanjutnya dapat dianalisis dan diambil kesimpulannya.

---

<sup>21</sup> <https://m.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5d79211588c8e/keberlakuan-uu-ite-bagi-pencuri-data-bank-iskimmer-i-berstatus-wna/>, Diakses pada tanggal 18 November 2019.

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2009), hlm. 29.

### 3. Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini yakni terdiri dari data primer dan sekunder yaitu:

#### a. Data primer

Yang dimaksud dengan data primer yakni data yang diambil secara langsung dari tangan pertama berupa komunikasi atau kontak antara peneliti dengan subjek dari penelitian tersebut. Dalam metode ini data primer diperoleh dengan melalui wawancara.

#### b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung untuk menjawab suatu permasalahan yang ada, melalui tinjauan pustaka yakni berupa buku-buku referensi, makalah-makalah, artikel jurnal, peraturan perundang-undangan, arsip, dan dokumen, serta data elektronik yang terkait dengan materi skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini data sekunder dibedakan menjadi tiga yakni:

##### 1) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan yang diperoleh langsung dari sumbernya, untuk dijadikan rujukan dan isinya mempunyai kekuatan hukum mengikat. Adapun bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

##### a) KUH Perdata

##### b) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

c) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang digunakan untuk mendukung penjelasan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya yaitu, buku-buku referensi, makalah-makalah, artikel jurnal, laporan hasil penelitian, arsip dan dokumen.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier merupakan bahan hukum yang dapat memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier seperti kamus hukum, kamus Bahasa Indonesia, Ensiklopedia.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan studi pustaka dilakukan dengan mencari, membaca, mempelajari, memahami, dan menganalisis data sekunder. Yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

5. Analisis data

Didalam penelitian ini analisis data dilakukan secara kualitatif yaitu dengan menguraikan data dari objek penelitian terkait fokus permasalahan yang ada, selanjutnya semua data yang sudah terkumpul secara sistematis

akan dianalisis dengan maksud mendapatkan penjelasan. Penggambaran ini dilakukan untuk menentukan isi ataupun makna sesuai dengan objek permasalahan yang ada.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan isi dari skripsi ini kerangka penulisan dibagi menjadi beberapa bab yang dibagi menjadi:

### **BAB I:** Pendahuluan.

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, terminologi, metode penelitian.

### **BAB II:** Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini diuraikan tentang, tinjauan umum tentang perjanjian meliputi pengertian perjanjian, syarat sah nya perjanjian, asasa-asas perjanjian, unsur perjanjian, subyek perjanjian, berakhirnya suatu perjanjian, *wanprestasi* meliputi pengertian *wanprestasi*, akibat *wanprestasi*, *overmacht* meliputi pengertian *overmacht*, jenis *overmacht*, akibat *overmacht*, tinjauan umum tentang jual beli meliputi pengertian perjanjian jual beli, subyek dalam perjanjian, hak dan kewajiban penjual dan pembeli, *risiko* dalam perjanjian jual beli, perjanjian jual beli dalam perspektif islam meliputi pengertian jual beli menurut islam, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli dalam islam, jual beli secara online meliputi transaksi jual beli

online, bentuk elektronik (*e-commerce*), syarat jual beli online, Instagram meliputi sejarah Instagram, fungsi Instagram, fitur-fitur Instagram.

### **BAB III:** Hasil Dan Pembahasan

Dalam bab ini diuraikan tentang, Pelaksanaan transaksi jual beli fashion Hijab VR secara online melalui media sosial Instagram menurut UU ITE, Hambatan dalam pelaksanaan jual beli fashion Hijab VR secara online melalui media sosial Instagram menurut UU ITE dan solusinya.

### **BAB IV:** Penutup

Terdiri dari, Kesimpulan, dan Saran.

**Daftar Pustaka:** Daftar pustaka digunakan sebagai sumber seorang penulis dalam penulisan penelitian

**Lampiran :** Dokumen yang dilampirkan ke dokumen utama