

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, transaksi melalui internet sudah dikenal sejak tahun 1996. Meski belum terlalu populer, pada tahun 1996 mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan transaksi melalui internet. Transaksi internet pada umumnya dilakukan oleh suatu perusahaan dengan cara memperkenalkan produknya melalui internet dan pembayaran juga dilakukan melalui transaksi melalui internet dengan kartu kredit. Namun ada pula transaksi melalui internet yang dilakukan secara manual, dalam arti antara pihak penjual dan pembeli bertemu dalam suatu forum komunikasi (misal forum komunikasi kaskus.com atau fotografer.net). Di sini pihak penjual hanya menawarkan barangnya kepada pembeli melalui forum. Setelah ada kesepakatan antara pihak penjual dengan pembeli, selanjutnya kedua belah pihak saling bertukar informasi untuk menindaklanjuti transaksi yang mereka lakukan. Tindak lanjut dari transaksi biasanya berupa kesepakatan harga, cara pembayaran dan pengiriman barang.¹

Di dalam hukum perjanjian jual beli di Indonesia, hal tersebut dibenarkan karena hukum perjanjian Indonesia menganut asas kebebasan berkontrak berdasarkan Pasal 1338 K.U.H.Perdata. Asas ini memberi kebebasan kepada para pihak yang sepakat untuk membentuk suatu perjanjian

¹ Marcella Elwina, "Aspek Hukum Transaksi (Perdagangan) Melalui Media Elektronik (*E-Commerce*) Di Era Global: Suatu Kajian Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen", e-jurnal, umm, 2009, hlm. 2.

untuk menentukan sendiri bentuk serta isi suatu perjanjian. Dengan demikian para pihak yang membuat perjanjian dapat mengatur sendiri hubungan hukum diantara mereka.²

Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, transaksi melalui internet menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat. Di dalam hukum perikatan Indonesia dikenal apa yang disebut ketentuan hukum pelengkap. Ketentuan tersebut tersedia untuk dipergunakan oleh para pihak yang membuat perjanjian apabila ternyata perjanjian yang dibuat mengenai sesuatu hal ternyata kurang lengkap atau belum mengatur sesuatu hal. Ketentuan hukum pelengkap itu terdiri dari ketentuan umum dan ketentuan khusus untuk jenis perjanjian tertentu.

Jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam K.U.H.Perdata, sedangkan transaksi melalui internet pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Dengan demikian selama tidak diperjanjikan lain, maka ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian jual beli yang diatur dalam Buku III K.U.H.Perdata berlaku sebagai dasar hukum aktifitas transaksi melalui internet di Indonesia. Jika dalam

² Esti Ropikhin, "Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Pembuatan Perjanjian", Jurnal, Undip, Semarang, 2010, hlm. 10.

pelaksanaan transaksi melalui internet tersebut timbul sengketa, maka para pihak dapat mencari penyelesaiannya dalam ketentuan tersebut.³

Transaksi melalui internet, khususnya yang dilakukan melalui suatu forum komunikasi memiliki kelemahan. Dengan metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dan konsumen secara langsung dan tidak melihat secara langsung barang yang diinginkan dapat menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen. Misal adanya wanprestasi dari penjual berkaitan dengan ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang atau kesalahan pengiriman barang. Beragam kasus-kasus yang muncul berkaitan dengan pelaksanaan transaksi melalui internet ini tentu sangat riskan bagi para pihak terutama konsumen.

Berbagai permasalahan dalam transaksi *online* tersebut bisa juga terjadi dalam transaksi dengan sistem jual beli *pre order*. Jual beli *pre order* menjadi salah satu alternatif yang dipilih oleh kalangan masyarakat untuk melakukan sistem jual beli *online*. Transaksi penjualan dengan sistem *pre order* hanya memiliki katalog barang *online* yang ada di *website* atau media sosial yang digunakan sebagai media berjualan. Sistem *pre order* atau yang disebut PO adalah sistem berjualan dimana seorang penjual menerima order atas suatu produk yang ditawarkan di media *website* dan setelah kuota minimal untuk produksi terpenuhi, maka penjual akan meminta pemesan mentransfer pembayaran produk. Setelah biaya cukup maka penjual akan

³ Sri Angraini Kusuma Dewi, "Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)", Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasia ASIA (JITIKA) Vol.9, No.2, Agustus 2015.

memproduksi produknya dan sekitar 2-3 minggu produksi dan barang yang telah jadi, penjualan akan mengirim barang kepada pembeli yang datanya (nama, alamat, nomor telepon) telah diberikan sewaktu memesan.

Jual beli *pre order* penjual menyebutkan sifat produknya yaitu: kualitas, kuantitas, harga, ukuran, jenis dan waktu penyerahan secara pasti. Padahal disatu sisi barang tersebut belum diproduksi. Produksi baru dapat dilakukan jika kuota minimal pemesanan sudah terpenuhi. Dalam akad *pre order*, pembeli harus memberi atau menyerahkan uang muka terlebih dahulu sebagai tanda jadi minimal 50% dari jumlah biaya yang harus dibayarkan, dan setelah barang jadi pihak pembeli melunasi kekurangan uang dari uang muka yang telah diserahkan. Barulah barang akan dikirim ke alamat pembeli. Apabila nantinya ada permasalahan yaitu masalah barang yang sudah dipesan oleh pembeli, tetapi tidak jadi mengambil, pemilik/penjual akan menjual di toko dan memasarkan ke pihak yang lain atau menyerahkan kepada pembeli yang memesan *pre order*.

Untuk meminimalisir adanya permasalahan seperti yang dijelaskan di atas tersebut, pihak pemilik toko melayani pemesanan *pre order* dalam jumlah yang tidak terlalu banyak. Apabila barang *pre order* yang sudah dipesan mencapai 8 sampai 10, maka pemilik akan segera memproduksi barang tersebut, dan akan membuka kembali pemesanan *pre order* selanjutnya setelah barang selesai diproduksi.

Pada tahap purna transaksi, yaitu setelah barang yang dipesan dikirim kepada pihak pembeli, pihak penjual pada dasarnya masih mempunyai

tanggung jawab atas barang yang dijualnya. Penjual disini wajib menanggung apabila ada cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya. Untuk sistem *pre order* usaha *clothing* yang berupa kaos / t-shirt biasanya cacat tersembunyi ada pada jahitan. Berangkat dari uraian singkat di atas, penyusun merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai praktek jual beli *pre order* ini. Termasuk tinjauan tentang keabsahan akad dan syarat dalam jual beli *pre order*. Keuntungan dan kerugian yang dirasakan pembeli dan penjual dengan adanya praktek jual beli *pre order* tersebut.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah: Bagaimanakah pemberian kewajiban tanggung jawab penjual terhadap pembeli dalam jual beli dengan transaksi online melalui sistem *pre order*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pemberian kewajiban tanggung jawab penjual terhadap pembeli agar hak-hak dari pembeli dapat terpenuhi dalam jual beli dengan transaksi online melalui sistem *pre order*.

D. Kerangka Pemikiran

Pengertian jual beli menurut Pasal 1457 K.U.H.Perdata adalah: “Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan

dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain membayar harga yang telah dijanjikan”.

Jual beli merupakan perjanjian timbal balik, dimana pihak yang satu berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak yang lain berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. Harga di sini harus berupa uang, sebab kalau harga itu berupa suatu barang, maka perjanjian jual beli tidak terjadi, yang terjadi adalah tukar menukar.⁴

Salah satu sifat perjanjian jual beli adalah konsensual, sifat konsensual dari perjanjian jual beli tercermin pada Pasal 1458 K.U.H.Perdata yang berbunyi: “Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang belum diserahkan dan harga belum dibayar”.

Lahirnya kata sepakat, maka lahirlah perjanjian itu, sekaligus pada saat itu timbullah hak dan kewajiban masing-masing pihak. Dalam perjanjian jual beli ini ada aturan khusus mengenai risiko yaitu, kerugian yang terjadi sebagai akibat *overmacht*, yang diatur dalam 3 butir pasal berdasarkan pembedaan barang yang menjadi obyek jual beli, yaitu:

1. Pasal 1460 K.U.HPerdata menyatakan bahwa: “Jika barang yang dijual itu berupa suatu barang yang sudah ditentukan, maka sejak saat itu pembelian adalah tanggungan si pembeli, meskipun penyerahan belum dilakukan dan si penjual berhak menuntut harganya”.

⁴ Nico Ngani, *Sewa Beli Dalam Teori dan Praktek*, Liberty, Yogyakarta, 1984, hlm. 3.

2. Pasal 1461 K.U.H.Perdata menyatakan bahwa: “Risiko atas barang tetap berada di pihak penjual sampai saat barang itu ditimbang, diukur atau dihitung”
3. Pasal 1462 K.U.H.Perdata menyatakan bahwa: “Jika barang telah dijual dengan tumpukan atau ongkongan, barang-barang menjadi risiko pembeli, meskipun barang-barang itu belum ditimbang, diukur atau dihitung”.

Pasal 1460 K.U.H.Perdata jika dihubungkan dengan *overmacht*, maka akan terasa tidak adil bagi pihak pembeli. Bisa saja terjadi barang yang akan dijual musnah karena keadaan memaksa atau *overmacht*, dan berdasarkan Pasal 1460 K.U.H.Perdata tersebut pembeli tetap wajib membayar harga. Perpindahan risiko secara otomatis dari penjual kepada pembeli setelah dilakukan perhitungan, penimbangan atau pengukuran seperti dalam Pasal 1461 K.U.H.Perdata, merupakan ketidakadilan seperti halnya Pasal 1460 K.U.H.Perdata. Begitu pula ketentuan tentang barang tumpukan, karena barang tumpukan sebetulnya merupakan kumpulan dari barang-barang tertentu seperti yang dimaksud dalam Pasal 1460 K.U.H.Perdata.

Ketentuan-ketentuan yang ada dalam hukum perjanjian jual beli tersebut berlaku juga dalam transaksi melalui internet. Seperti diketahui bahwa transaksi melalui internet melibatkan 2 (dua) pihak, yaitu penjual dan pembeli (konsumen). Namun dalam transaksi melalui internet, perlindungan hukum terhadap konsumen memerlukan perhatian khusus karena dalam transaksi melalui internet pihak konsumen memiliki resiko tinggi akibat wanprestasi dari pihak penjual.

Pengertian konsumen oleh masyarakat umum pada saat ini adalah pembeli, penyewa, penerima jasa, nasabah, penumpang dan sebagainya. Pengertian-pengertian yang diberikan oleh masyarakat tersebut tidaklah salah, sebab secara yuridis dalam Buku III K.U.H.Perdata, terdapat subyek-subyek hukum yang bernama pembeli, penyewa, peminjam pakai, pembeli sewa dan lain-lain.

Konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumer*, yang secara harafiah berarti seseorang yang membeli barang, menggunakan jasa atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu. Ada pula yang memberikan arti lain konsumen, yaitu setiap orang yang menggunakan barang atau jasa. Dari uraian tersebut, sangat sulit membuat suatu batasan tanpa memuat berbagai kekurangan didalamnya.

Menurut Nasution batasan pengertian konsumen, adalah setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang atau jasa untuk kegunaan tertentu, sedangkan konsumen yang diketahui secara umum adalah pemakai barang-barang hasil industri yang kepentingannya juga harus diperhatikan.⁵

Menurut Mariam Darus Badruzaman pengertian konsumen adalah semua individu yang mempergunakan barang atau jasa secara konkrit dan nyata.⁶

Pengertian tersebut timbul dari istilah yang dipergunakan kepustakaan Belanda yaitu, *konsument*, dan pada pokoknya para ahli hukum umumnya

⁵ Nasution, *Konsultasi dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 18.

⁶ Mariam Darus Badruzaman, *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Bina Cipta, Jakarta, 1980, hlm. 57.

sepakat bahwa arti konsumen adalah pemakai terakhir dari benda dan jasa (*Viteindelijke Gebruin Van Goederen En Dienst*).

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Konsumen membutuhkan produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh penyedia barang atau jasa, demikian pula sebaliknya, karena itu keseimbangan dan keharmonisan di antara keduanya adalah sesuatu yang perlu dipelihara dan dijaga serta merupakan suatu keharusan, namun dalam kenyataannya banyak sekali keluhan-keluhan dari konsumen yang ditujukan kepada para penyedia barang atau jasa. Oleh karena itu, diperlukan hukum perlindungan konsumen untuk memberikan perlindungan dan menyeimbangkan kedudukan dari konsumen di dalam melakukan hubungan hukum dengan pihak penyedia jasa.

Pengertian dari hukum perlindungan konsumen itu sendiri adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para pengusaha penyedia barang atau jasa.⁷

Dalam hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen, terdapat etika hukum tertentu seperti dimuat dalam regulasi sendiri dikalangan pengusaha dan profesi dalam bentuk kode etik, kode praktek, kode pemasaran

⁷ Nasution, *op.cit.*, hlm. 66.

dan sebagainya. Hukum perlindungan konsumen pada pokoknya lebih berperan dan lebih dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum dalam masyarakat itu tidak seimbang.

Seluruh anggota masyarakat, tanpa melihat kedudukan dan status sosialnya adalah konsumen, ia mempunyai berbagai kepentingan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang ditawarkan oleh penyedia barang atau jasa. Kepentingan konsumen tersebut dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga), yaitu:

1. Kepentingan fisik, yaitu yang berhubungan dengan keamanan dan keselamatan jiwa pengguna barang atau jasa.
2. Kepentingan sosial ekonomi, yaitu agar setiap konsumen dapat memperoleh hasil optimal dari penggunaan barang atau jasa.
3. Kepentingan perlindungan hukum, yaitu jaminan perlindungan baik yang bersifat pencegahan atau tindakan terhadap adanya kemungkinan perbuatan penyedia barang atau jasa yang bertentangan dengan kepatutan, kesesuaian, kebiasaan atau hukum yang merugikan konsumen sebagai pemakai barang atau jasa.⁸

Kepentingan konsumen tersebut sangat berkaitan erat dengan hak-hak konsumen seperti yang terdapat dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, dan keselamatan.
2. Hak untuk memilih.

⁸ Gunawan Wijaya, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Gramedia, Jakarta, 2000, hlm. 24.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
7. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian.
8. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak-haknya tersebut, konsumen juga mempunyai kewajiban seperti yang terdapat dalam Pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Mengenai hak pelaku usaha, Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan sebagai berikut:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pelaku usaha selain mempunyai hak juga mempunyai kewajiban seperti yang diatur dalam Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Supaya konsumen lebih terjamin dalam kedudukannya dan problema-problema yang dihadapi tidak semakin kompleks, maka Pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur larangan bagi pelaku usaha, antara lain adalah:

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;

- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspeknya itu, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk, dan sebagainya, apakah telah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak. Juga, persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengonsumsi produk yang tidak sesuai.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purna jual, dan

sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.⁹

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah

1. Objek Penelitian

Perlindungan Konsumen Dengan Sistem Pre Order Dalam Usaha Clothing

2. Bahan Hukum:

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu berupa peraturan perundang-undangan yang berhubungan erat dengan permasalahan yang diteliti.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, yang berupa hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan ahli hukum yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
- c. Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yang berupa kamus umum, kamus hukum, majalah, atau surat kabar.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan bahan hukum dapat dilakukan melalui studi kepustakaan atau wawancara. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengambil tehnik

⁹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hal 10.

studi kepustakaan dan wawancara, yaitu dengan mengumpulkan serta menggunakan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini serta melakukan tanya jawab dengan pelaku usaha jual beli melalui sistem pre order, kemudian dianalisis dan diambil kesimpulannya.

4. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan berdasarkan peraturan perundang-undangan, yaitu meninjau dan menganalisis obyek penelitian dengan menitikberatkan pada aspek-aspek yuridis yang terkait dengan obyek penelitian tersebut.

5. Analisis Data

Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu bertitik tolak dari peraturan perundang-undangan sebagai norma hukum positif, kemudian dikaitkan dengan fakta-fakta hukum yang terjadi, selanjutnya disimpulkan berdasarkan permasalahan yang diteliti.

F. Pertanggung Jawaban Sistematis

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, serta pertanggung jawaban sistematis.

BAB II TINJAUAN TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PERJANJIAN JUAL BELI

Bab ini berisi uraian tentang perlindungan konsumen, hukum perlindungan konsumen, perjanjian pada umumnya yang menguraikan tentang pengertian perjanjian, asas-asas perjanjian, syarat sahnya perjanjian, unsur-unsur perjanjian, wanprestasi dan akibat hukumnya, serta tinjauan tentang perjanjian jual beli yang berisi uraian tentang pengertian jual beli, hak dan kewajiban para pihak, resiko dalam jual beli, berakhirnya jual beli, dan cacat tersembunyi.

BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN DENGAN SISTEM *PRE ORDER* USAHA *CLOTHING*

Bab ini berisi pembahasan mengenai tanggung jawab penjual terhadap pembeli dalam hal adanya cacat tersembunyi dalam jual beli melalui sistem pre order.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.