

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perdagangan atau **perniagaan** adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa atau keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Pada masa awal sebelum uang ditemukan, tukar menukar barang diamakan barter yaitu menukar barang dengan barang. Pada masa modern perdagangan dilakukan dengan penukaran uang. Pembeli akan menukar barang atau jasa dengan sejumlah uang yang diinginkan penjual. Dalam perdagangan ada orang yang membuat disebut produsen, kegiatannya bernama produksi. Jadi, produksi adalah kegiatan membuat suatu barang. Ada juga yang disebut distribusi. Distribusi adalah kegiatan mengantar barang dari produsen ke konsumen. Konsumen adalah orang yang membeli barang. Konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang hasil produksi.¹

Munculnya revolusi informasi teknologi melahirkan era baru dalam berbagai aktivitas kegiatan bisnis. Era ini yang sering disebut era globalisasi, dimana era ini ditandai dengan munculnya *World Wide Web* (WWW). Sejak saat itu sudah hamper tidak ada lagi batas anatara satu negara dengan negara lain dalam hal melakakukan perdangangan maupun pertukaran informasi. Seiring dengan perkembangan teknologi yang demikian pesatnya, hal ini telah memberikan dampak yang luar biasa terhadap perkembangan ekonomi maupun pembangunan secara fisik suatu negara.

Dengan kehadiran informasi teknologi sebagai “*tool*” dalam berbagai aktivitas masyarakat. Maka, mengakibatkan berbagai perubahan dalam sosial dan budaya masyarakat itu sendiri. Teknologi informasi informasi saat ini menjadi bermata dua, karena selain berkontribusi untuk peningkatan kesejahteraan umum,

¹”Perdangangan” <https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan>, diakses tanggal 23 September 2018, pukul 17.23 WIB

kemajuan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum².

Perkembangan teknologi informasi (TI) juga menjadi pemicu yang melahirkan era baru dalam lingkungan kegiatan bisnis di seluruh dunia. Penggunaan teknologi sangat berdampak pada system bisnis modern yang mengarah ke perdagangan bebas dengan menggunakan media elektronik. Di lain pihak, perkembangan tersebut juga memicu munculnya perubahan-perubahan perilaku yang di timbulkan oleh berubahnya sistem dan gaya kehidupan masyarakat tradisional ke modern. Kemajuan teknologi menjadi sangat berdampak kepada sistem bisnis modern yang menuju kepada perdagangan bebas dengan menggunakan perantara (*e-commerce*). *E-commerce* mampu mengubah kebiasaan masyarakat dalam transaksi, dari sistem tradisional yang di lakukan secara fisik, telah berubah menjadi non fisik. Keadaan ini tidak mustahil dalam pelaksanaannya nanti banyak melibatkan para pihak, yang pada akhirnya menjadi rentan terhadap pelanggaran hukum.

Transaksi itu sendiri dalam persepsi masyarakat merupakan perjanjian jual beli antar para pihak yang bersepakat untuk melakukan hubungan hukum. Dalam lingkup ilmu hukum, yang dimaksud dengan transaksi adalah keberadaan suatu perikatan ataupun hukum yang terjadi antara para pihak. Jadi berbicara mengenai transaksi sebenarnya kita berbicara mengenai aspek materil dari hubungan hukum yang disepakati para pihak.³ Dalam ruang lingkup *E-Commerce* yang melibatkan ilmu komunikasi atau teknologi sistem komunikasi, keberadaan transaksi dipahami sebagai suatu perikatan ataupun hubungan hukum antara pihak yang dilakukan dengan cara saling bertukar informasi untuk melakukan perdagangan.

Adanya keterlibatan peran teknologi dalam melakukan transaksi maka pada saat ini perikatan memungkinkan menggunakan perantara media *cyberspace* atau maya yang dikenal dengan istilah kontrak elektronik⁴. “Istilah kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.

² Ahmad M.Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam System Hukum Indonesia*, Cetakan I, Rafika Aditama, Bandung, 2004, h 1.

³ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, Cetakan I, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2005, h 54.

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Tahun Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik Pasal 1 ayat (17)

Dengan kata lain, perjanjian tersebut merupakan perikatan ataupun hubungan yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan dari system informasi berbasis computer dengan system komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi, yang selanjutnya difasilitas oleh jaringan computer global internet.

Oleh karna itu, syarat sahnya kontrak elektronik bergantung kepada esensi dari system elektronik itu sendiri, sehingga ia hanya dapat dikatakan sah apabila mendapat menjamin bahwa komponen dalam system elektronik itu sendiri, sehingga ia dapat nyatakan sah apabila dapat menjamin bahwa komponen dalam system elektronik itu dapat dipercaya atau berjalan sebagaimana mestinya. Dengan kata lain, transaksi dapat dikatakan valid apabila seluruh saluran komunikasi harus dijamin dan disepakati para pihak⁵. Itu artinya, masing-masing pihak tidak ada yang dirugikan dalam melakukan transaksi melalui media elektronik ini. Dengan demikian itikad baik para pihak menjadi pedoman.⁶

Keterlibatan banyak pihak, baik itu secara langsung maupun tidak langsung bergantung pada tingkat kompleksitas dari kegiatan transaksi elektronik yang dilakukan itu sendiri. Karena dalam kegiatan transaksi elektronik yang semua kegiatannya dilakukan melalui elektronik ada juga sebagian dilakukan secara *offline*.

Saat ini *E-Commerce* dan teknologi jejaring sosial telah memperkenalkan peluang baru untuk berhubungan dengan pelanggan dan untuk membedakan produk dan jasanya dari pelaku usaha lain.⁷ Sebagai contoh di Indonesia, nilai transaksi belanja secara *online* pada tahun 2012 diperkirakan mencapai sekitar USD266 juta. Jumlah itu diprediksi akan terus naik 79,7% menjadi USD478 juta pada tahun 2013. Tahun 2018 ini, nilai transaksi e-commerce diprediksi Rp 144 triliun.⁸

⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Tahun Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik Pasal 19

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Tahun Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik Pasal 3 dan 7

⁷ Kenneth C.Laudon and Jane P..Laudon, *Management Information System*, Cetakan VII, Prentice-Hall inc, New Jersey, 2002, h 93

⁸ Iwan Supriyatna, Karpas Merah Bisnis "E-commerce,Kompas.com" <http://ekonomi.kompas>, diakses tanggal 20 Oktober 2018, pukul 18.09 wib

Sayangnya, perkembangan *e-commerce* ini juga memicu munculnya perubahan perilaku, baik pembeli maupun penjual. Hal ini sangat ditentukan oleh etika bisnis dan moral dari masing-masing pihak. Dalam hal ini, etika berkaitan erat dengan itikad seseorang dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, kehadiran *e-commerce* yang tidak memungkinkan terjadinya pertemuan fisik antara pembeli dan penjual, akan sangat membutuhkan “niat baik” dari kedua belah pihak untuk melakukan transaksi bisnis.⁹

Para *e-commerce* pun berlomba untuk meraih untung yang sebesar-besarnya salah satunya dengan menawarkan promo yang sangat membuat para pembeli pun tergiur untuk berbelanja di *e-commerce* tersebut. Sehingga traffic pada *e-commerce* tersebut pun meningkat dan *e-commerce* tersebut pun dapat meraih untung yang besar bahkan dapat menarik para investor untuk berinvestasi di *e-commerce*.

Salah satu promosi yang di tawarkan oleh beberapa *e-commerce* adalah *flash deal*. Sebenarnya itu hanyalah istilah, atau kata lain dari promo suatu barang yang hanya dijual dalam kurun waktu tertentu. Contoh dari strategi marketing ini adalah penjualan produk *Sauce Saus Saos Sambal* asli ABC 18gr *sachet 6 pack*. Mereka hanya menjual makananya dalam jumlah tertentu, pada kurun waktu tertentu.¹⁰ Jadi *e-commerce* tersebut akan menjual suatu barang di bawah harga pasaran yang beredar pada waktu tertentu dan jumlahnya juga dibatasi, jika persediaan barang yang di jual sudah habis terjual maka otomatis barang tersebut tidak dapat dibeli lagi pada saat *flash deal* pada waktu itu. Dalam penyelenggaraan *flash deal* tersebut, *e-commerce* melibatkan para agennya karena yang menjual barang adalah para agen tersebut *e-commerce* hanya menyediakan fasilitas untuk para agennya memasarkan barang yang ia jual. Fenomena *flash deal* pada *e-commerce* yang terbilang masih baru membuat saya ingin mengkajinya dari sudut pandang hukum terutama hubungannya dengan para agen dari *e-commerce* tersebut yang di libatkan dalam penyelenggaraan *flash deal*

⁹ Edy Santoso, *Pengaruh Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis di Indonesia*, Cetakan I, Kencana, Jakarta, 2018, h 94

¹⁰ “Flash Deal”<https://www.bukalapak.com/flash-deal>, di akses tanggal 20 Oktober 2018, pukul 17.08 wib

karena barang yang di jual harganya di bawah harga pasaran atau dapat di katakana jual rugi yaitu menjual barang di bawah harga modal.

Pengaturan tentang jual rugi juga sudah di atur dalam pasal 20 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Praktek Usaha Tidak Sehat yang berbunyi : “Pelaku usaha dilarang melakukan pemasokan barang atau jasa dengan cara melakukan jual rugi atau menetapkan harga yang sangat rendah dengan maksud untuk menyingkirkan atau mematikan usaha pesaingnya di pasar yang bersangkutan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.”¹¹

Oleh karena itu, kajian hukum mengenai penyelenggaraan *flash deal* ini sangat perlu di lakukan. Terutama hubungannya dengan agen dari *e-commerce* yang di libatkan dalam penyelenggaraan *flash deal*. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengkaji dan menjadikan skripsi dengan judul **“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENYELENGGARAAN FLASH DEAL OLEH E-COMMERCE YANG MELIBATKAN AGEN SELAKU PENJUAL BARANG”**.

I.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah Tanggung Jawab *E-Commerce* sebagai penyedia fasilitas dan agennya sebagai penjual barang terhadap transaksi jual beli barang dalam penyelenggaraan *flash deal* tersebut?
2. Apakah penyelenggaraan *flash deal* oleh *E-Commerce* yang melibatkan agennya sebagai penjual barang merupakan suatu bentuk persaingan tidak sehat?

I.3 Ruang Lingkup Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis membatasi runag lingkup dalam menyelesaikan skripsi ini, batasan-batasan penulisan dalam penulisan skripsi ini adalah membahas tentang persaingan usaha dan tanggung jawab. Yang pertama, penulis ingin mengetahui tanggung jawab dari *e-commerce* sebagai penyedia fasilitas dan agennya sebagai penjal barang terhadap transaksi jual beli barang

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Pasal 20.

dalam penyelenggaraan *flash dela* tersebut. Yang kedua, penulis ingin mengetahui penyelenggaraan *flash deal* oleh *e-commerce* yang melibatkan agennya sebagai penjual barang merupakan suatu persaingan usaha tidak sehat.

I.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

A. Tujuan Penulisan

1. Mengetahui tanggung jawab dari *e-commerce* sebagai penyedia fasilitas dan agennya sebagai penjual barang terhadap transaksi jual beli barang dalam penyelenggaraan *flash deal* tersebut.
2. Mengetahui penyelenggaraan *flash deal* oleh *e-commerce* yang melibatkan agennya sebagai penjual barang merupakan suatu bentuk persaingan usaha tidak sehat.

B. Manfaat Penulisan

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya hukum bisnis. Dengan demikian, penelitian ini akan bermanfaat memperjelas teori yang berkaitan dengan persaingan usaha ditengah kemajuan teknologi.

2. Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk masyarakat secara praktis dan untuk kesadaran hukum terhadap kemajuan teknologi pada bidang bisnis.

I.5 Kerangka Teori dan Kerangka Konseptual

A. Kerangka Teori

1. Teori Tanggung Jawab

Hans Kelsen mengemukakan teori mengenai pertanggungjawaban di dalam hukum yaitu suatu konsep terkait dengan konsep kewajiban hukum adalah konsep tanggungjawab hukum. Seseorang dikatakan secara hukum bertanggungjawab untuk suatu perbuatan tertentu adalah bahwa dia dapat dikenakan suatu sanksi dalam kasus perbuatan yang berlawanan. Normalnya dalam suatu kasus sanksi dikenakan terhadap

pelaku adalah karena perbuatannya sendiri yang membuat orang tersebut harus bertanggungjawab¹².

Menurut Hans Kelsen kewajiban hukum tidak lain merupakan norma hukum positif yang memerintahkan perilaku seorang individu dengan menetapkan sanksi atas perilaku yang sebaliknya¹³. Seorang individu secara hukum diwajibkan untuk berperilaku dengan cara tertentu, Individu yang dikenakan sanksi dikatakan bertanggungjawab atau secara hukum bertanggungjawab atas pelanggaran¹⁴. Lebih lanjut Hans Kelsen menyatakan bahwa:¹⁵ Kegagalan untuk melakukan kehati-hatian yang diharuskan oleh hukum disebut kekhilafan (*negligence*) dan kekhilafan biasanya dipandang sebagai satu jenis lain dari kesalahan (*culpa*), walaupun tidak sekeras kesalahan yang terpenuhi karena mengantisipasi dan menghendaki, dengan atau tanpa maksud jahat, akibat yang membahayakan. Hans Kelsen selanjutnya membagi mengenai tanggung jawab terdiri dari:

- a. Pertanggungjawaban individu yaitu seorang individu bertanggung jawab terhadap pelanggaran yang dilakukannya sendiri;
- b. Pertanggungjawaban kolektif berarti bahwa seorang individu bertanggungjawab atas suatu pelanggaran yang dilakukan oleh orang lain;
- c. Pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena sengaja dan diperkirakan dengan tujuan menimbulkan kerugian;
- d. Pertanggung jawaban mutlak yang berarti bahwa seorang individu bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena tidak sengaja dan tidak diperkirakan”¹⁶.

¹² Hans Kelsen, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Konstitusi Press, Jakarta , Cetakan II, 2012, h. 56

¹³ Hans Kelsen, *Teori Hukum Murni Dasar-dasar Ilmu Hukum Normatif*, Nusamedia, Cetakan I, Bandung, 2014, h.132.

¹⁴ *Ibid*, h.136

¹⁵ *Ibid*, h .83

¹⁶ Hans Kelsen, *Teori Hukum Murni*, Cetakan I, Nuansa & Nusamedia, Bandung, 2006, h. 140

2. Teori Kepastian Hukum

Menurut Jan Michael Otto, kepastian hukum yang sesungguhnya memang lebih berdimensi yuridis. Namun, Otto ini memberikan batasan kepastian hukum yang lebih jauh lagi. Untuk itu ia mendefinisikan kepastian hukum sebagai kemungkinan bahwa dalam situasi tertentu:

- a) Tersedia aturan-aturan yang jelas, konsisten dan mudah diperoleh, diterbitkan oleh diakui karena negara;
- b) Instansi- instansi penguasa menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten dan juga tunduk dan taat kepadanya.
- c) warga secara prinsipil menyesuaikan perilaku mereka terhadap aturan-aturan tersebut.
- d) Hakim-hakim yang mandiri dan tidak berpihak menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu mereka menyelesaikan sengketa hukum.
- e) Keputusan pengadilan secara konkrit dilaksanakan¹⁷.

B. Kerangka Konseptual

1. Tinjauan Yuridis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian tinjauan adalah mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami), pandangan, pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya). Menurut Kamus Hukum, kata yuridis berasal dari kata *Yuridish* yang berarti menurut hukum atau dari segi hukum. Dapat disimpulkan tinjauan yuridis berarti mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami), suatu pandangan atau pendapat dari segi hukum.¹⁸

2. Persaingan Usaha Tidak Sehat

¹⁷ Jan Michael Otto, *Moralitas Profesi Hukum Suatu Tawaran Kerangka Berpikir*, PT Revika Adiantama, Bandung, 2006, h 85

¹⁸ "Tinjauan Yuridis" <https://www.suduthukum.com/2017/04/pengertian-tinjauan-yuridis.html>, di akses tanggal 3 Oktober 2018, pukul 23.47 WIB.

Persaingan Tidak Sehat menurut Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah: “Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha”.¹⁹

3. Barang

Barang menurut Pasal 1 ayat (6) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat: “Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.”²⁰

4. *E-Commerce*

Adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya.²¹

5. Penyelenggaraan

Penyelenggaraan berarti proses, cara, perbuatan menyelenggarakan dalam berbagai-bagai arti (seperti pelaksanaan, peneraan) penyelenggaraan kongres bahasa Indonesia.²²

6. Agen

Adalah salah satu program yang dimiliki BukaLapak. Dulunya program ini dinamakan dengan Agen BukaLapak. Program Mitra BukaLapak memberikan kesempatan kepada semua orang Indonesia, di mana pun mereka berada, untuk bermitra dengan BukaLapak dan mendapatkan penghasilan tambahan melalui usaha sampingan menjadi

¹⁹ Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Republik Indonesia Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Praktik Persaingan usaha Tidak Sehat Pasal 1 ayat (6)

²⁰ Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Republik Indonesia Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Praktik Persaingan usaha Tidak Sehat Pasal 1 ayat (6)

²¹“ *Perdagangan Elektronik*”, https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik, diakses tanggal 3 oktober 2018, pukul 14.09 wib

²² Kamus Besar Bahasa Indonesia

Mitra BukaLapak. Dengan menjadi mitra, mereka bisa berjualan produk ataupun jasa yang ada di BukaLapak. Tak perlu pusing memikirkan berapa modal yang dibutuhkan untuk menjadi mitra, karena pendaftaran menjadi Mitra BukaLapak gratis alias tanpa biaya.²³

7. Penjual Barang

Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia penjual artinya orang yang menjual, sedangkan barang berarti benda umum (segala sesuatu yang berwujud atau berjasad). Jadi, penjual barang adalah orang yang menjual benda umum (segala sesuatu yang berwujud).²⁴

8. *Flash Deal*

Sebenarnya itu hanyalah istilah, atau kata lain dari promo suatu barang yang hanya dijual dalam kurun waktu tertentu.²⁵

I.6 Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif dilakukan untuk memahami persoalan dengan tetap berada atau bersandarkan pada lapangan atau kajian ilmu hukum yang didasarkan pada asas-asas, norma-norma dan peraturan yang berlaku.²⁶ Spesifikasi penelitian yang digunakan bersifat deskriptif analitis, yang mana penulisan hukum ini merupakan atau bisa juga menjadi gambaran suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu Undang-Undang persaingan usaha dikaitkan dengan teori hukum dan praktik menyangkut objek masalah yaitu penyelenggaraan *flash deal* oleh *e-commerce* yang melibatkan agennya sebagai penjual barang.

²³ “Mitra Bukalapak” <https://agen.bukalapak.com/daftarmitra>, diakses tanggal 20 Oktober 2018, pukul 15.06 wib.

²⁴ *Loc. Cit*, Kamus Besar Bahasa Indonesia

²⁵ “*flash deal*” <https://www.bukalapak.com/flash-deal>, di akses tanggal 20 Oktober 2018, pukul 16.08 wib.

²⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan I, Rineka Cipta, Jakarta 1986, h 32.

B. Pendekatan Kasus

Pendekatan kasus yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*Statute-Approach*). Pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan dengan menelaah peraturan perundang – undangan yang terkait dengan permasalahan yang ditimbulkan oleh pelaku usaha dan pendekatan konsep (*conseptual approach*). Pendekatan konseptual adalah pendekatan-pendekatan yang berasal dari doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.

C. Sumber Data

Untuk memperoleh data yang objektif dan akurat, maka dalam penelitian ini dilakukan dua acara pengumpulan data, yaitu primer dan sekunder.

1. Bahan Hukum Primer

Bahan-bahan hukum yang melindungi kekuatan mengikat. Adapun yang digunakan sebagai bahan hukum primer yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ini yang berupa berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan persaingan usaha dan *e-commerce*.

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Undang-Undang Nomor 11 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
3. Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan *System* Perdagangan Nasional berbasis Elektronik.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan-bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer, misalnya: Buku-buku yang berhubungan dengan persaingan usaha jurnal hukum, dan juga pendapat ahli yang dilakukan dengan wawancara. Wawancara adalah cara untuk

memperoleh informasi dengan bertanya langsung pada yang diwawancarai. Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara terarah. Dalam wawancara terarah ini dipergunakan daftar pertanyaan yang dipersiapkan terlebih dahulu. Dengan mempersiapkan daftar pertanyaan diharapkan wawancara dapat dilakukan dengan lebih menghemat waktu. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan langsung kepada responden.

Adapun yang meliputi responden dalam penelitian ini adalah :

1. Karyawan dari *E-Commerce* divisi *data analyst* untuk *team campaign*.
2. Agen dari *E-Commerce* yang dilibatkan dalam penyelenggaraan *flash deal* sebagai penjual barang.
3. Bahan Hukum Tersier

Bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan sekunder, misalnya : Kamus hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia, ensiklopedia yang berkaitan dengan bidang hukum.

D. Teknik Analisi Data

Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode analisis normatif kualitatif²⁷, yaitu data yang diperoleh kemudian disusun secara sistematis. Untuk selanjutnya dianalisis secara kualitatif untuk mencapai kejelasan masalah yang akan dibahas.

Metode kualitatif digunakan karena data yang diperoleh adalah data deskriptif, yaitu apa yang telah diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh²⁸. Dengan menganalisis data yang telah terkumpul tersebut kemudian diuraikan dan dihubungkan antara data yang satu dengan data yang lain secara sistematis untuk selanjutnya data tersebut disusun dan disajikan dalam bentuk penulisan hukum. Dalam metode kualitatif tidak perlu

²⁷ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Cetakan II, Jakarta : Universitas Indonesia Press, 1987, h 57.

²⁸ *Ibid*, h 35

BAB IV **ANALISIS PENYELENGGARAAN *FLASH DEAL* OLEH *E-COMMERCE* YANG MELIBATKAN AGEN SEBAGAI PENJUAL BARANG.**

- a. Tanggung Jawab *E-Commerce* sebagai penyedia fasilitas terhadap agennya yang dilibatkan sebagai agennya penjual barang dalam penyelenggaraan *flash deal* tersebut.
- b. Penyelenggaraan *flash deal* oleh *E-Commerce* yang melibatkan agennya sebagai penjual barang merupakan suatu bentuk persaingan tidak sehat.

BAB V **PENUTUP**

Dalam bagian akhir penulisan ini, penulis berusaha untuk menyimpulkan pembahasan-pembahasan pada bab-bab terdahulu. Kemudian penulis juga akan mencoba memberikan saran-saran yang kiranya dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

