



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
LAZADA (Siapa Jual Beli Online) DITINJAU DARI
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

*Dijabab untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Menempai Gelar Sarjana Hukum (S.H.)
dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh

**SITI RAMADHANI HARJUNIP
NIM. 1004220046**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ULMU HUKUM
INSTITUT ISLAM Negeri Syarif
Ali Rahmatullah Abdurr
Rahman Dempo**

2023



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
LAZADA (Situs Jual Beli *Online*) DITINJAU DARI
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H)
dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh

**SITI RAMADHANI HARAHAP
NIM. 1810200046**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
LAZADA (Situs Jual Beli *Online*) DITINJAU DARI
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H)
dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah*

Oleh

**SITI RAMADHANI HARAHAHAP
NIM. 1810200046**

PEMBIMBING I

**Dr. Kholidah, M. A
NIP. 19720827 200003 2002**

PEMBIMBING II

**Dhillali Simanjuntak, M.A
NIDN. 2003118801**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website : fasih.uinsyahad.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
A.n. : Siti Ramadhani Harahap

Padangsidempuan, Oktober 2023

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
UIN SYAHADA Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi ini Aguslan Mulia Siregar berjudul “ **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online) Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**”. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Drs. Kholidah, M.Ag.
NIP. 19720827 200003 2 002

PEMBIMBING II

Dahlan Simanjuntak, M.A.
NIP. 19881103 202321 2 032

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Ramadhani Harahap
Nim : 1810200046
Fakultas/ Prodi : Syariah dan Ilmu Hukum/ Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli *Online*) Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya serahkan ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain dalam skripsi saya ini kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 ayat 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Padangsidempuan, Oktober 2023



Siti Ramadhani Harahap
NIM: 1810200046

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Ramadhani Harahap
Nim : 1810200046
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli *Online*) Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen".

Dengan Hak Bebas Royaltitas Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal Desember 2023
Saya Menyatakan,



Siti Ramadhani Harahap
NIM. 1810200046



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

Jln. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733 Tlp (0634) 22080, Fax (0634) 24022
Website: <http://fasih.uinsyahada.ac.id> email: fasih@uinsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Siti Ramadhani Harahap
NIM : 1810200046
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online) Ditinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Ketua

Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Sekretaris

Dr. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002

Anggota

Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Dr. Arbanur Rasyid, M.A
NIP. 19730725 199903 1 002

Dahliati Simanjuntak, M.A
NIP. 19881103 202321 2 032

Darania Anisa, S.H.I, M.H.
NIP. 19930305 202012 2 012

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa, 31 Oktober 2023
Pukul : 08.00 s/d 11.00 WIB
Hasil/ Nilai : 76,75 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3,45 (Tiga Koma Empat Puluh Lima)
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIKINDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website : fasih.uinsyahad.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: 271/Un.28/D/PP/00.9/03/2024

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli
Online) Ditinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang
Perlindungan Konsumen


Ditulis Oleh : Siti Ramadhani Harahap
NIM : 1810200046

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Hukum (S.H)

Padangsidimpuan, 15 Maret 2024

Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum




Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar. M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

NAMA : SITI RAMADHANI HARAHAHAP
NIM : 1810200046
JUDUL : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN LAZADA (Situs Jual Beli *Online*) DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
TAHUN : 2023

Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Melalui transaksi *online* pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran serta membantu konsumen dalam menghemat waktu dan biaya. Namun pemanfaatan transaksi *online* mempunyai dampak negatif terutama bagi konsumen seperti mendapatkan barang tidak sesuai informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.

Jenis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *juridis normative* melalui metode *library research*. Pendekatan yuridis normatif dipergunakan dalam usaha menganalisis bahan hukum dengan mengacu kepada norma-norma hukum yang dituangkan dalam peraturan perundang-undangan, serta asas-asas hukum, sejarah hukum, doktrin serta yurisprudensi. Metode yuridis normatif itu sendiri menggunakan pendekatan-pendekatan antara lain pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan kasus (*case approach*), dan pendekatan historis (*historical approach*).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, menunjukkan bahwa pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia telah dapat diakomodasi dengan baik oleh UU Perlindungan Konsumen dan UU Informasi dan Transaksi Elektronik yang terwujud melalui Perlindungan data pribadi konsumen, syarat sahnya transaksi *e-commerce*, klausula baku, dan pengaturan mengenai objek transaksi *e-commerce*. Perlindungan hukum kepada konsumen Lazada telah diakomodir dengan baik melalui ketentuan pemberian ganti rugi, pengajuan tuntutan oleh konsumen yang dirugikan, pengawasan oleh pemerintah dan masyarakat, pengaturan mengenai penyelesaian sengketa konsumen, dan penerapan sanksi kepada pelaku usaha apabila terjadi pelanggaran.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Jual Beli *Online*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan waktu dan kesehatan dan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam skripsi ini. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw. yang telah menuntun Umatnya kejalan yang benar.

Skripsi yang berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online) Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”** ini disusun untuk untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.

Penulis sadar betul penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna serta banyak hambatan yang dihadapi penulis yang diakibatkan keterbatasan ilmu pengetahuan. Namun berkat bimbingan dan saran-saran pembimbing akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag sebagai Rektor UIN Syahada, Wakil Rektor dibidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Wakil Rektor dibidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Kerjasama, Wakil Rektor Kemahasiswaan dan Kerjasama dan seluruh civitas akademik UIN Syahada.

2. Ibu Drs, Kholidah, M. Ag sebagai Pembimbing I dan Ibu Dahliati Simanjuntak, M.A. sebagai pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Syahada.
4. Ibu Nurhotia Harahap, M.H sebagai Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah FASIH UIN Syahada.
5. Bapak Dr. H. Ali Sati, M.Ag, selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Bapak kepala perpustakaan dan seluruh pegawai perpustakaan UIN Syahada yang telah membantu penulisan dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
7. Para Dosen/ Staf di lingkungan UIN Syahada yang membekali berbagai pengetahuan sehingga mampu menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
8. Teristimewa Kedua Orangtua saya Ayahanda tercinta **Muhammad Hatta Harahap** dan Ibunda tersayang **Sopiyah Deliana Hasibuan** yang telah menyayangi dan mengasihi saya sejak kecil, senantiasa memberikan do'a, motivasi yang berguna baik moral maupun materil dan juga restu, serta jerih payah, yang paling berjasa dalam penulisan Skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan studi mulai dari tingkat Dasar sampai Perguruan Tinggi UIN Syahada, semoga keluarga penulis yang saya sayangi selalu dalam lindungan Allah SWT.

9. Saudari Saya yaitu: Kepada kakak saya, Kakak Meri Hasmida Harahap dan Kakak Fauziah Romaito Harahap yang selalu memberikan semangat kepada saya, serta Ahmad Ananada Harahap selaku adik kandung saya yang juga telah memberikan semangat kepada saya. Serta Bang Sori Tua Hasibuan dan Bang Pajar Mikrot Siregar. Terimakasih atas doa serta selalu ada dalam memberikan dorongan dan motivasi kepada saya.
10. Teman Seperjuangan Sejurusan Hes-1, Hes-2, Hes-3 angkatan 2018, Kepada Masrita Yana Harahap, Sarah Khairani Harahap, Rezki Anisah, Henni Novita Harahap, Elfida Khairani, Kasmeliani Hasibuan, Gustina Alawiyah, risnawati siregar, seri devi tanjung dan Sridelvi Khoimah Siregar. Kepada kalian yang telah memberikan dukungan atau motivasi kepada saya untuk tetap semangat, saya ucapkan banyak terimakasih.
11. Rekan-rekan mahasiswa yang selalu memberikan bantuan dan sebagai teman diskusi di kampus UIN Syahada.
12. Teruntuk diri saya sendiri, Thank you for the enthusiasm so far and hopefully the spirit will continue until the next time. Kerjakan dengan lebih dan sepenuh hati.

Akhirnya dengan berserah diri dan memohon ridho Allah SWT, Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis, pembaca dan masyarakat luas.

Padangsidimpuan, Oktober 2023
Penulis

Siti Ramadhani Harahap
1810200046

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan Tunggal




Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.




1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

1. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻝ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Masalah.....	4
C. Batasan Istilah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Kegunaan Penelitian	6
G. Penelitian Terdahulu	6
H. Sistematika Pembahasan.	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen.....	10
1. Pengertian Perlindungan Hukum	10
2. Tujuan Perlindungan Hukum	11
3. Dasar Penetapan Ketentuan Hukum.....	13
B. Konsumen	19
1. Pengertian Konsumen	19
2. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	23
C. Pelaku Usaha (Jual Beli <i>Online</i>).....	29
1. Pengertian Jual Beli <i>Online</i>	29
2. Jenis-Jenis Transaksi <i>Online</i>	32
3. Proses Jual Beli <i>Online</i>	33
4. Bentuk-Bentuk Dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i>	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	50
B. Sumber Data Penelitian.....	50
C. Teknik Pengumpulan Data	51
D. Teknik Analisis Data.....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada Ditinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	52
B. Penyelesaian Sengketa Bagi Konsumen Yang Mengalami Kerugian Ditinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	63
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan jual beli, masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau bertatap muka perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online* yang merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli. Hal ini membuat banyak penjual salah satunya di aplikasi lazada yang berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan jual beli *online* yang sedang diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini. Sebagian masyarakat menikmati keadaan yang mempermudah mereka dalam berbelanja dan sebagian lagi memanfaatkan situasi yang terjadi dengan cara berbisnis *online*.

Menurut Arwiedya, jual beli *online* membuka peluang usaha dalam bidang produk fashion di internet yang banyak membidik remaja sebagai konsumennya. Keunggulan jual beli *online* selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya.¹ Perkembangan bisnis melalui media internet semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di indonesia.

¹ Arwiedya dan Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam sistem hukum Indonesia*, (Jakarta: Refika Aditama, 2004). hal. 16.

Lazada merupakan salah satu contoh aplikasi *e-commerce* atau tempat belanja *online* berbasis *mobile* yang menyediakan banyak pilihan produk. Terutama, di bidang fashion, peralatan rumah tangga, kesehatan dan kecantikan. Media ini telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang sangat baik dan tren yang sangat baik saat ini, dimana melalui media internet penjual dapat menjangkau. Kelebihan-kelebihan dari jual beli *online* inilah yang menyebabkan bisnis *online* menjadi tren yang sangat luar biasa, dalam lima tahun terakhir bisnis via internet semakin meluas. Bahkan perusahaan-perusahaan besar pada akhirnya menggunakan jual beli *online* sebagai citra diri perusahaan untuk lebih menjangkau konsumennya.

Bisnis *Online* adalah segala kegiatan bisnis atau urusan/ kepentingan yang menggunakan fasilitas internet untuk mencapai tujuan (keuntungan atau profit). Perlindungan konsumen pada saat ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan jual beli. Dalam kegiatan perdagangan diharapkan menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Di Indonesia saat ini perlindungan konsumen mendapat perhatian yang cukup baik karena menyangkut aturan untuk menciptakan kesejahteraan. Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan makmur²

Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya dengan beragam pilihan. Kondisi

² Erman Rajagukguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm.12.

seperti ini, pada sisi lain menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang/jasa yang diinginkan dapat terpenuhi namun di sisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen tidak seimbang di mana konsumen berada pada posisi yang lemah, karena masih banyak konsumen yang mengalami kerugian. Contoh kasus yang dialami konsumen Lazada yakni Nelma di salah satu situs jual beli *online* yang dimana produk yang dibeli konsumen di lazada tidak sesuai ekspektasi dengan perjanjian awal, waktu pengiriman barang yang memerlukan waktu yang lama tidak sesuai kesepakatan. Nelma membeli produk sepatu yang dipesan pada tanggal 1 Agustus 2022 disepakati tiba pada tanggal 8 Agustus 2022 nyatanya produk tersebut datang pada tanggal 14 Agustus 2022 selain itu terjadi kerusakan atas barang yang dikirimkan yaitu sol sepatu rusak/sobek.³

Kasus selanjutnya, yang dialami oleh Deli yaitu barang yang datang tidak sesuai pesanan. Deli membeli cincin di salah satu toko Alpe66 ketika datang barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan yaitu celana panjang ketika dihubungi dari pihak toko tidak ada respon yang baik.⁴ Dari pihak konsumen sudah melakukan negoisasi dalam melakukan pembayaran dengan produsen yang memposting produk dagangannya. Setelah keduanya sepakat dengan perjanjian yang mereka adakan maka timbul hak dan kewajiban yang diterima masing-masing pihak, namun dilain pihak terjadi wanprestasi di mana produsen tidak melakukan kewajibannya dalam perjanjian yang dilakukan kepada pihak konsumen, dan dalam hal ini apabila konsumen telah mendapatkan sebuah

³ Nelma, 8 Agustus 2022

⁴ Deli, 20 Agustus 2022

tindakan pelanggaran yang dilakukan oleh pihak produsen maka bagaimana kekuatan hukum yang timbul dalam perjanjian yang diadakan oleh kedua belah pihak, agar dari pihak konsumen dapat memiliki rasa aman dari pihak produsen tersebut.

Undang-Undang di Indonesia saat ini yang dapat digunakan sebagai pedoman adalah undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen karena bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul: **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN LAZADA (Situs Jual Beli *Online*) DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**.

B. Fokus Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas, maka penelitian ini lebih difokuskan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen lazada ditinjau dari hukum perikatan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

C. Batasan Istilah

Untuk mempermudah dalam hal memahami proposal ini, maka perlu diuraikan secara singkat maksud dari beberapa istilah dalam judul proposal ini **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN LAZADA (Situs Jual**

Beli *Online*) DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN ”. Sebagai berikut istilah yang dimaksud:

1. Perlindungan Hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum.
2. Perlindungan Konsumen keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat.⁵
3. Lazada adalah pusat belanja *online* yang menawarkan berbagai macam jenis produk.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara Lazada melindungi hak-hak konsumennyatahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
2. Bagaimana analisis perlindungan konsumen Lazada menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1999?

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Adapun tujuan yang ingin penyusun tercapai dalam penelitian:
 - a. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen lazada ditinjau dari Undang-Undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

⁵ W. J. S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Cetakan IX, (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), h. 600.

- b. Untuk mengetahui bagaimana penyelesaian sengketa bagi konsumen ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

F. Kegunaan Penelitian

1. Untuk menambah wawasan penulis khususnya dan pembaca umumnya dalam hal perlindungan hukum terhadap konsumen ditinjau dari undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen
2. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana hukum (S.H) pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Di Lingkungan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

G. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian yang memiliki kaitan erat dengan kajian saat ini adalah:

1. Penelitian oleh Bayu Adi Nugroho dari Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online E-commerce Studi Kasus Distro Anyway Jogjakarta*. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa suatu perjanjian atau transaksi *e-commerce* terdapat beberapa jenis perjanjian diantaranya adalah bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, dan konsumen ke konsumen. Sitem jual beli yang digunakan oleh pihak distro adalah dengan menggunakan sistem *order from* yang merupakan salah satu cara belanja yang sering digunakan dalam transaksi *e-commerce*.⁶

⁶ Bayu Adi Nugroho, “ Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online E-commerce Studi Kasus Distro Anyway Jogjakarta”, *skripsi* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014)h. 91.

2. Penelitian Nurpazila dari Universitas Muhammadiyah Mataram dengan judul *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online E-commerce*. Hasil penelitian ini dalam perjanjian jual beli online terdapat perjanjian antara satu orang atau lebih berdasarkan yang khusus dibuat oleh para pihak yang terkait, wujudnya dalam bentuk substansi atau isi perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha seperti ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa dan sebagainya.⁷
3. Penelitian oleh Solikhin dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta *Perlindungan Hak-Hak Konsumen Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perspektif Indonesia*. Hasil penelitian ini dipaparkan bagaimana perlindungan konsumen dibahas dalam ajaran agama islam dan juga hukum konvensional dan juga dibandingkan bagaimana kedua sisi tersebut memberikan jaminan perlindungan bagi konsumen.⁸
4. Penelitian oleh Muhammad dari Universitas Jember *Aspek Hukum Transaksi Jual Beli Secara Online Dengan Menggunakan Media Facebook*. Hasil penelitian ini dipaparkan aspek hukum yang berlaku dalam hal transaksi secara *online* dengan fokus meneliti media sosial facebook.⁹
5. Penelitian oleh Apriyanti dari Universitas Muhammadiyah Surakarta *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet Dengan Sistem Pembayaran Melalui Rekening Bersama*. Hasil Penelitian ini

⁷ Nurpazila, ‘‘ Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online E-commerce’’, *skripsi* (Mataram: Universitas Muhammadiyah mataram, 2020). h. 80.

⁸ Solikhin ‘‘Perlindungan Hak-Hak Konsumen Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perspektif Indonesia’’, *Skripsi* (Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,2014).h. 77.

⁹ Muhammad dari Universitas Jember Aspek Hukum ‘‘Transaksi Jual Beli Secara Online Dengan Menggunakan Media Facebook’’, *Skripsi* (Jember : Universitas Jember, 2011). h. 13.

dipaparkan bagaimana konsumen mendapatkan perlindungan hukum dalam hal penipuan jual beli *online* yang menggunakan rekening bersama dalam jual beli *online*.¹⁰

Penelitian diatas berbeda dengan penelitian yang akan diteliti. Dalam Penelitian ini saya menjelaskan berbagai kasus yang terjadi dalam transaksi jual beli *online* yang menjadi permasalahan baru dalam lingkungan perdagangan dan menjelaskan bagaimana Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsume yang menjadi korban dalam penipuan jual beli *online* dan saya juga menjelaskan analisis apa saja yang dapat dilakukan dalam menyelesaikan sengketa tersebut sehingga dapat terwujud perlindungan bagi konsumen dalam hal transaksi jual beli *online* (pada kasus lazada). Namun demikian, penelitian yang pernah dilakukan diatas akan menjadi tambahan literasi bagi peneliti.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh hasil yang sistematis dan baik, maka penulisan dalam penelitian ini terdiri dari:

Bab I merupakan penelitian pustaka, pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, fokus masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian terdahulu, dan metode penelitian.

Bab II Landasan Teori, berisi ketentuan umum perlindungan hukum terhadap konsumen lazada ditinjau dari Undang-Udang No. 8 Tahun 1999 tentang

¹⁰ Apriyanti “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet Dengan Sistem Pembayaran Melalui Rekening Bersama” , *Skripsi* (Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013).h. 13-14.

perlindungan konsumen yang memuat didalamnya terdiri dari: Perlindungan hukum terhadap konsumen, asas dan tujuan perlindungan hukum, dasar perlindungan konsumen.

Bab III membahas tentang hasil penelitian yang mencakup inti dan pembahasan.

Bab IV merupakan bab penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaedah-kaedah bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen dari pelaku usaha yang bertindak sewenang-wenang dan tidak bertanggung jawab yang menempatkan posisi konsumen sebagai objek dari bisnis yang dilakukannya. Artinya usaha untuk melakukan perlindungan hukum terhadap konsumen diatur oleh hukum perlindungan konsumen yang terdapat dalam UU Perlindungan Konsumen.¹¹

Konsumen memiliki posisi yang lemah baik dalam hal pengetahuan seputar produk yang dibuat oleh pelaku usaha maupun dalam hal tawar-menawar berkaitan dengan penggunaan klausula baku yang terlebih dahulu ditetapkan oleh pelaku usaha tanpa ada kehendak bebas dari konsumen. Guna menyeimbangkan kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen, maka dirasa perlu adanya suatu hukum yang melindungi kepentingan konsumen yang lemah tersebut yang disebut dengan hukum perlindungan konsumen.¹²

AZ. Nasution, memberikan batasan dari hukum perlindungan konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia

¹¹ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hlm. 9.

¹² <http://repository.uinsuska.ac.id/7132/4/BAB%20III%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf> diakses pada tanggal 09 Maret 2017, jam 14.00 WIB.

barang dan/atau jasa konsumen.¹³ Dengan demikian hukum perlindungan konsumen digunakan apabila terjadi permasalahan antara konsumen dengan pelaku usaha yang berkaitan dengan suatu hubungan hukum. Apabila terjadi penipuan transaksi jual beli online, kita bisa melaporkan ke Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka (1) menyebutkan bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Artinya pemerintah memberikan kepastian hukum kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Cakupan hukum yang berlaku mengenai hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, dan cara-cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban tersebut. Meskipun UU Perlindungan Konsumen ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen bukan berarti mengabaikan kepentingan pelaku usaha yang mempunyai peranan penting dalam dunia perdagangan dan pemenuhan akan kebutuhan masyarakat.¹⁴

2. Tujuan Perlindungan Hukum

Adapun yang menjadi tujuan dari diadakannya perlindungan terhadap konsumen tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

¹³ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 66

¹⁴ <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36689/1/09E00843.pdf> , diakses pada tanggal 9 Maret 2017, jam 17.00 WIB

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.¹⁵

Sementara itu Janus Sidabalok mengemukakan ada 4 (empat) alasan pokok mengapa konsumen perlu dilindungi, yaitu sebagai berikut :¹⁶

- a. Melindungi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa sebagaimana diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut UUD 1945.

¹⁵ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo, Jakarta, 2011, hlm. 1-15

¹⁶ M. Ali Mansyur, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press, Yogyakarta, 2007, hlm. 81

- b. Melindungi konsumen perlu untuk menghindarkan konsumen dari dampak negatif penggunaan teknologi.
- c. Melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku pembangunan, yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional.
- d. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.

3. Dasar Penetapan Ketentuan Hukum

Dasar hukum perlindungan konsumen tidak bisa dilihat dalam konteks UUPK saja, tetapi juga harus dilihat dalam kerangka sistem hukum perlindungan konsumen.¹⁷ Sehingga untuk mempelajari hukum perlindungan konsumen, selain mempelajari UUPK sebagai dasar hukum yang utama, juga harus mempelajari dasar-dasar hukum perlindungan konsumen lainnya yang terdapat dalam hukum privat maupun hukum publik, walaupun tidak secara khusus bertujuan untuk melindungi konsumen.

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan TAP MPR.

Hukum konsumen terutama Hukum Perlindungan Konsumen mendapatkan landasan hukumnya pada Undang-Undang Dasar 1945, pembukaan alinea keempat yang berbunyi : “kemudian dari pada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap

¹⁷ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum : Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 1999, hlm. 115

bangsa Indonesia”. Landasan hukum lainnya terdapat pada Pasal 27 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945: “Tiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”, Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat 1993: “meningkatkan pendapatan produsen dan melindungi kepentingan konsumen.”

b. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Perdata.

Hukum perlindungan konsumen dalam hukum perdata mencakup pengertian hukum perdata dalam arti luas yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang Undang Hukum Dagang, serta Peraturan Perundang-Undangan Nasional yang tergolong dalam hukum privat. KUHPerdata walaupun tidak secara khusus mengatur menyebutkan istilah konsumen, tetapi ketentuan-ketentuan dalam KUHPerdata juga mengatur masalah hubungan antara pelaku usaha.¹⁸

c. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Publik

Hukum perlindungan konsumen dalam hukum publik yang dimaksud adalah hukum yang mengatur hubungan antara negara dan alat-alat perlengkapannya atau hubungan antara negara dengan perorangan. Adapun yang termasuk dalam hukum publik dan terutama dalam kerangka hukum konsumen dan/atau hukum perlindungan konsumen adalah Hukum

¹⁸ Saddar, M, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Akademia, Jakarta. 2012, hlm. 102.

Administrasi Negara, Hukum Pidana, Hukum Acara Perdata/Pidana dan Hukum Internasional.¹⁹

Dari definisi yang dikemukakan diatas dapatlah disimpulkan bahwa jual beli itu dapat terjadi dengan cara :²⁰

- 1) Pertukaran harta antara dua pihak atas dasar saling rela, dan
- 2) Memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan yaitu berupa alat tukar yang diakui sah dalam lalu lintas perdagangan.

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.²¹ Terdapat beberapa ayat Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW yang berbicara tentang jual beli.

d. Al-Qur'an

- 1) Surat an-Nisa' ayat 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

¹⁹ Tuti, Titik Triwulan, *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008, hlm. 121.

²⁰ Sutendi, Adrian, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 110.

²¹ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2010, hlm. 68.

Ayat ini memberikan pemahaman bahwa upaya untuk mendapatkan harta tersebut harus dilakukan dengan adanya kerelaan semua pihak dalam transaksi, seperti kerelaan antara penjual dan pembeli. Dalam kaitanya dengan transaksi jual beli, transaksi tersebut harus jauh dari unsur bunga, spekulasi ataupun mengandung unsur gharar di dalamnya. Selain itu, ayat ini juga memberikan pemahaman bahwa dalam setiap transaksi yang dilaksanakan harus memperhatikan unsur kerelaan bagi semua pihak.²²

e. Hadits

“Telah menceritakan kepadaku Qabisah dari Sufyan dari Abi Hamzah dari Hasan dari Abi Sa’id dari Nabi SAW beliau Bersabda: pedagang yang jujur (benar), dan dapat dipercaya nanti bersama-sama dengan Nabi, shiddiqin, dan syuhada”. (HR. At-Tirmidzi)

Para ulama dan seluruh umat islam sepakat tentang dibolehkannya jual beli, karena hal ini sangat dibutuhkan oleh manusia pada umumnya. Dalam kenyataan kehidupan sehari-hari tidak semua orang memiliki apa yang dibutuhkannya. Apa yang dibutuhkannya kadang-kadang berada ditangan orang lain, maka manusia saling tolong menolong untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian, roda kehidupan ekonomi akan berjalan positif karena apa yang mereka lakukan akan menguntungkan kedua belah pihak.²³

²² Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008, hlm. 70-71

²³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, Amzah, Cet. I, Jakarta, 2010, hlm. 179.

Rukun jual beli ada tiga, yaitu akad (*ijab qabul*), orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli), dan *ma'qud 'alaih* (objek akad).²⁴

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum *ijab* dan *qabul* dilakukan sebab *ijab qabul* menunjukkan kerelaan/keridhaan. Akan tetapi, jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu:²⁵

- a) Ada orang yang berakad atau *muta'qidain* (penjual dan pembeli)
- b) Ada *shighat* (*lafat ijab dan qabul*)
- c) Ada barang yang yang diperjualbelikan
- d) Ada nilai tukar pengganti barang

Adapun syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad adalah sebagai berikut :²⁶

- a) *Aqil* (berakal).

Karena hanya orang yang sadar dan berakal lah yang akan sanggup melakukan transaksi jual beli secara sempurna. Karena itu anak kecil yang belum tahu apa-apa dan orang gila tidak dibenarkan melakukan transaksi jual beli tanpa kontrol pihak walinya, karena akan menimbulkan berbagai kesulitan dan akibat-akibat buruk, misalnya penipuan dan sebagainya.

²⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm. 70.

²⁵ Nasroen Haroen, *Fiqh Muamalah*, Gaya Media Pratama, Jakarta, 2007, hlm. 115.

²⁶ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi*, Diponegoro, Bandung, 1999, hlm. 79-81

b) *Tamyiz* (dapat membedakan).

Sebagai pertanda kesadaran untuk membedakan yang baik dan yang buruk.

c) *Mukhtar* (bebas atau kuasa memilih).

Yaitu bebas melakukan transaksi jual beli, lepas dari paksaan dan tekanan. Islam tidak mengharamkan perdagangan kecuali perdagangan yang mengandung unsur kezhaliman, penipuan, eksploitasi, atau mempromosikan hal-hal yang dilarang. Perdagangan khamr, ganja, babi, patung, dan barang-barang sejenis, yang konsumsi, distribusi atau pemanfaatannya diharamkan, perdagangannya juga diharamkan Islam. Setiap penghasilan yang didapat melalui praktek itu adalah haram dan kotor.²⁷

Jual beli yang dilarang di dalam Islam di antaranya sebagai berikut:²⁸

(1) Menjual kepada seorang yang masih menawar penjualan orang lainnya, atau membeli sesuatu yang masih ditawarkan orang lainnya. Misalnya, “tolaklah harga tawarannya itu, nanti aku yang membeli dengan harga yang lebih mahal”. Hal ini dilarang karena akan menyakitkan orang lain.

²⁷ Ghufroon A. Mas'adi, *Fikih Mu'amalah Kontekstual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 141.

²⁸ Ghufroon A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 141.

- (2) Membeli dengan tawaran harga yang sangat tinggi, tetapi sebetulnya dia tidak menginginkan benda tersebut, melainkan hanya bertujuan supaya orang lain tidak berani membelinya.
- (3) Membeli sesuatu sewaktu harganya sedang naik dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat, kemudian barang tersebut disimpan dan kemudian dijual setelah harganya melambung tinggi.
- (4) Mencegat atau menghadang orang-orang yang datang dari desa di luar kota, lalu membeli barangnya sebelum mereka sampai ke pasar dan sewaktu mereka belum mengetahui harga pasar. Hal ini tidak diperbolehkan karena dapat merugikan orang desa yang datang, dan mengecewakan gerakan pemasaran karena barang tersebut tidak sampai di pasar.
- (5) Menjual suatu barang yang berguna, tetapi kemudian dijadikan alat maksiat oleh yang membelinya. Misalnya menjual buah anggur kepada orang yang biasa membuat khamr dengan anggur tersebut.

B. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen memiliki posisi yang lemah baik dalam hal pengetahuan seputar produk yang dibuat oleh pelaku usaha maupun dalam hal tawar-menawar berkaitan dengan penggunaan klausula baku yang terlebih dahulu ditetapkan oleh pelaku usaha tanpa ada kehendak bebas dari konsumen. Guna menyeimbangkan kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen, maka

dirasa perlu adanya suatu hukum yang melindungi kepentingan konsumen yang lemah tersebut yang disebut dengan hukum perlindungan konsumen.²⁹

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda).³⁰ Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”.³¹

AZ. Nasution, memberikan batasan dari hukum perlindungan konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen.³² Dengan demikian hukum perlindungan konsumen digunakan apabila terjadi permasalahan antara konsumen dengan pelaku usaha yang berkaitan dengan suatu hubungan hukum. Apabila terjadi penipuan transaksi jual beli *online*, kita bisa melaporkan ke Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka (1) menyebutkan bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Artinya pemerintah memberikan kepastian hukum kepada konsumen dalam hal perlindungan terhadap hak-hak dan kepentingannya.

²⁹ <http://repository.uinsuska.ac.id/7132/4/BAB%20III%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf> diakses pada tanggal 09 Maret 2017, jam 14.00 WIB.

³⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 22.

³¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan pemikiran)* Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 7.

³² AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 66

Pengertian konsumen menurut UU Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka (2) menyatakan bahwa, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

AZ. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni:³³

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain untuk diperdagangkan, bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam pengertian konsumen adalah:³⁴

³³ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media, Jakarta, 2001, hlm. 13

³⁴ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit media, Jakarta, 2001, hlm.27

a. Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” disini tidak dibedakan apakah orang individual atau termasuk juga badan hukum. Oleh karena itu, yang paling tepat adalah tidak membatasi pengertian konsumen sebatas pada orang perseorangan, tetapi konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum.

b. Pemakai

Kata ”pemakai” dalam bunyi Penjelasan Pasal 1 angka (2) UU Perlindungan Konsumen diartikan sebagai konsumen akhir (*ultimate consumer*). Konsumen tidak hanya setiap orang yang membeli (*buyer*) tetapi semua orang dan badan hukum yang mengkonsumsi barang dan jasa.

c. Barang dan/atau jasa

UU Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, benda yang dapat dihabiskan maupun yang tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang tersedia dalam masyarakat

Barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran yang dapat dilihat dari rumusan Pasal 9 ayat (1) huruf e

UU Perlindungan Konsumen. Namun, di era perdagangan sekarang ini, syarat mutlak itu tidak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya di Indonesia telah banyak berkembang perusahaan pengembang (*developer*) perumahan, yang mengadakan transaksi terlebih dahulu sebelum bangunannya jadi yang dikenal dengan istilah “*booking*”.

e. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain

Unsur ini berupaya untuk memperluas definisi dari konsumen dan kepentingannya. Kepentingan akan barang dan jasa tidak hanya tergantung pada pemakaian untuk diri sendiri dan keluarga tetapi juga barang dan jasa yang diperuntukkan bagi orang lain bahkan untuk makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.

f. Barang dan/ atau jasa tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, keluarganya, atau pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya yang bersifat non-komersial. Definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah pengguna terakhir, tanpa melihat apakah si konsumen adalah pembeli dari barang dan/ atau jasa tersebut.³⁵

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum, sehingga perlindungan konsumen pasti mengandung aspek hukum. Materi

³⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis Dan Perkembangan Pemikiran)* Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 8

yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik saja melainkan kepada hak-hak yang bersifat abstrak. Jadi perlindungan konsumen sangat identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal adanya empat hak dasar konsumen yaitu hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*), hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*), dan akhirnya hak untuk didengar (*the right to be heard*).³⁶

Adapun hal-hal yang menjadi hak dari konsumen tercantum dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa

Hak ini dimaksudkan untuk memberikan rasa aman, nyaman dan menjamin keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang diperolehnya dari pelaku usaha.

- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan / atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Hak ini dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan kebutuhan, yang tentu saja barang dan/atau jasa yang ditawarkan tersebut sama kondisi dan kualitasnya dengan yang dipromosikan oleh pelaku usaha. Dan pemilihan terhadap barang dan/atau jasa tersebut disesuaikan dengan nilai uang yang dipergunakannya sebagai alat pembayaran.

³⁶ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm.16

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang / jasa

Informasi yang merupakan hak konsumen adalah informasi mengenai kegunaan produk, efek samping penggunaan produk, tanggal kadaluarsa, identitas produsen yang membuat produk barang dan/atau jasa. Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya.

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan

Konsumen mempunyai hak untuk mengeluhkan mengenai kekurangan barang dan/atau jasa yang dibelinya dari pelaku usaha, yang mungkin saja berbeda dengan yang dipromosikan oleh pelaku usaha. Disamping itu, apabila kekurangan dari barang dan/atau jasa tersebut bersifat fatal maka konsumen berhak meminta ganti yang baru. Tentu saja hal ini didasarkan pada alasan-alasan yang dapat diterima.

- e. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut

Apabila terdapat persengketaan antara pelaku usaha dengan konsumen, maka konsumen berhak untuk didampingi oleh advokat sebagai kuasa hukumnya, sedangkan jika ditempuh secara non litigasi maka

konsumen dapat menyelesaikan sengketanya dengan bantuan instansi yang berwenang yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen

Hak yang satu ini ditujukan untuk memberikan kesadaran dan pengetahuan seputar hak dan kewajiban dari konsumen itu sendiri serta pengetahuan tentang cara menggugat atau menuntut (litigasi), ataupun mengajukan permohonan kepada BPSK (non-litigasi), sehingga apabila suatu hari konsumen merasa dirugikan, ia dapat menggugat atau menuntut pelaku usaha sesuai dengan hukum yang berlaku

g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

Konsumen berhak mendapat perlakuan adil yang tidak diskriminatif oleh pelaku usaha terkait kurang mampunya konsumen dalam hal materi. Dengan kata lain pelaku usaha harus berlaku tidak diskriminatif terhadap pembelinya, yang kaya didahulukan dan yang miskin tidak diacuhkan.

h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

Hak untuk mendapatkan garansi ataupun hak untuk mendapatkan ganti rugi terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kualitas saat dipromosikan

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari sembilan butir hak konsumen yang diberikan diatas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen merupakan generasi keempat hak asasi manusia, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia dalam perkembangan di masa yang akan datang.³⁷

Adapun yang menjadi kewajiban dari konsumen termuat dalam Pasal 5 UU Perlindungan konsumen, yaitu sebagai berikut :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi pemakaian dari pemanfaatan barang dan/atau jasa

Hal ini wajib dilakukan oleh konsumen agar tidak ada persengketaan yang muncul dikemudian hari. Dengan membaca dan mengikuti petunjuk pemakaian maka konsumen tahu resiko ataupun hal hal lain yang melekat pada barang dan/atau jasa tersebut. Bagi konsumen yang tidak dapat membaca, maka ia wajib bertanya kepada pelaku usaha tentang segala sesuatu mengenai barang dan/atau jasa yang akan dibelinya.

³⁷ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004. hlm. 180

b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa

Tidak hanya pelaku usaha saja yang wajib untuk beritikad baik dalam menjalani usahanya, tetapi konsumen juga wajib beritikad baik dalam bertransaksi seperti tidak adanya keinginan untuk menipu.

c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

Konsumen wajib membayar harga barang dan/atau jasa sesuai dengan harga kesepakatan antara konsumen itu sendiri dengan pelaku usaha.

d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Dengan mengetahui apa yang menjadi hak dan kewajibannya, konsumen tidak dapat lagi dijadikan sebagai objek eksploitasi oleh pelaku usaha yang kerap kali tidak memperdulikan hak dari konsumen. Sebagai konsumen yang telah mengerti akan hak dan kewajibannya, dapat menjadikan posisi antara konsumen dengan pelaku usaha menjadi seimbang dan tidak ada yang berada diposisi yang lemah ataupun kuat. Memang pada dasarnya konsumen mempunyai kekurangan dalam hal pengetahuan di bidang produksi barang atau jasa yang di tawarkan oleh pelaku usaha, namun hal ini dapat diatasi dengan bersikap waspada serata menjadi konsumen yang bijak dan mandiri yaitu dengan :³⁸

- 1) Membiasakan diri untuk berbelanja dengan menggunakan rencana
- 2) Mengonsumsi barang dan/atau jasa sesuai kebutuhan
- 3) Teliti sebelum membeli

³⁸ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 31

- 4) Membeli barang dan/atau jasa yang berkualitas sesuai dengan standart kesehatan dan keamanan
- 5) Memerhatikan lebel, keterangan barang, dan tanggal kadaluarsa.

Yaitu pertanggung jawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara. Dalam hal pembuktian, yang dipakai adalah pembuktian terbalik seperti yang diatur dalam Pasal 22 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa: “pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 UUPK, yaitu kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang dialami konsumen merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, tanpa menutup kemungkinan dalam melakukan pembuktian”.

Jadi, kedudukan tanggung jawab perlu diperhatikan, karena mempersoalkan kepentingan konsumen harus disertai pula analisis mengenai siapa yang semestinya dibebani tanggung jawab dan sampai batas mana pertanggung jawaban itu dibebankan kepadanya. Tanggung jawab atas suatu barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau industri.

C. Pelaku Usaha

1. Pengertian Jual Beli *Online*

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan

komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet.³⁹

Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar. Berikut beberapa unsur dari *E-commerce*, yaitu:⁴⁰

- a. Ada kontrak dagang
- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik
- c. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan
- d. Kontrak itu terjadi dalam jaringan public
- e. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau WWW
- f. Kontrak itu terlepas dari batas yuridiksi nasional

Dalam transaksi jual beli secara *online*, pihak-pihak yang terkait antara lain :⁴¹

- a. Penjual (*merchant*) yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini

³⁹ Edmon makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Gravindo Persada, Jakarta, 2000, hlm 65.

⁴⁰ Gultom, Elisatris, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Media Electronic Commerce*, Ellpis Media, Jakarta, 2009, hlm 85.

⁴¹ Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2005, hlm. 152.

dimaksudkan agar merchant dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.

- b. Konsumen/*card holder* yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk (barang/jasa) melalui pembelian secara *online*. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan menggunakan *credit card* (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara manual/*cash*. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit/*card holder*. Pemegang kartu kredit adalah orang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang dibuat.
- c. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan antara penjual dan penerbit dan perantara pembayaran antara pemegang dan penerbit. Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan penagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran antara pemegang dan penerbit adalah bank dimana pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).

d. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet. Transaksi jual beli secara elektronik, dalam hal ini *provider* memiliki kewajiban untuk menyediakan layanan akses 24 jam kepada calon pembeli untuk dapat melakukan transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet dengan penjual yang menawarkan produk lewat internet tersebut, dalam hal ini terdapat kerjasama antara penjual/pelaku usaha dengan provider dalam menjalankan usaha melalui internet ini.

2. Jenis-Jenis Transaksi *Online*

Transaksi *online* meliputi banyak hal, maka untuk membedakannya perlu dibagi dalam jenis-jenis *E-commerce*. Jenis-jenis transaksi dari suatu kegiatan *online* adalah sebagai berikut :⁴²

a. *Business to Business* (B2B)

Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu.

b. *Business to Consumer* (B2C)

Business to consumer dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu. Dalam transaksi bisnis ini produk yang diperjualbelikan mulai produk barang dan

⁴² Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, hlm. 408.

jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk dikonsumsi.

c. *Consumer to Consumer (C2C)*

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi

3. Proses Transaksi Jual-Beli *Online*

Transaksi jual beli *online* merupakan metode penjualan yang sedang berkembang pesat seiring perkembangan teknologi di zaman sekarang ini. Penjualan *online* memudahkan kita mencari barang yang kita inginkan dengan cepat dan tentunya tidak menghabiskan banyak waktu dan energi karena yang kita butuhkan untuk mencari hanya komputer serta koneksi internet. Kita tidak perlu berjalan mengunjungi setiap toko yang menjual barang yang di inginkan, dengan begitu kita dapat menghemat waktu serta biaya untuk mencari suatu barang sehingga lebih efektif dan efisien. Penjualan *online* sangat menguntungkan kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli. Untuk penjual, produk atau tokonya dapat tersebar luas di internet sehingga informasi tentang produknya dapat diketahui dan dilihat oleh calon pembeli. Sedangkan bagi pembeli, dapat melihat berbagai macam produk yang dicari dan dijual di

internet serta dapat membandingkan suatu produk dengan produk lainnya dengan cepat.⁴³

Salah satu website yang memfasilitasi jual beli *online* adalah lazada.co.id.

Cara berbelanja *online* pada situs Lazada.co.id adalah sebagai berikut:

- a. Untuk belanja *Online* di lazada langkah pertama adalah masuk ke situs/web lazada yaitu www.lazada.co.id. Setelah itu pengguna dapat memilih barang apa yang hendak dibeli seperti fashion, tas, jamtangan, handphone/Hp, tablet, elektronik, peralatan rumah tanggadan lain-lain.
- b. Kemudian langkah selanjutnya klik “BELI SEKARANG” dan sudah otomatis masuk ke troli kanjang pembelian pengguna.
- c. Setelah pengguna mengklik “Beli Sekarang” di langkah 2, maka otomatis keluar Pop Up untuk mengkonfirmasi pembelian dengan cara klik “Konfirmasi”.
- d. Jika pengguna sudah mengkonfirmasi di langkah 3 Selanjutnya masukkan email pengguna yang masih aktif. Apabila pengguna baru pertama kali belanja online di Lazada maka harus mendaftar terlebih dahulu dengan mengisi kolom yang sudah tersedia yang terdiri dari :
 - 1) Kolom 1. Nama Lengkap Pengguna.
 - 2) Kolom 2. Alamat lengkap sesuai KTP.
 - 3) Kolom 3. Provinsi.

⁴³ [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=447058&val=9458&title=TRANS AKSI%20JUAL%20BELI%20ONLINE%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=447058&val=9458&title=TRANS%20AKSI%20JUAL%20BELI%20ONLINE%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM), diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 14.00 WIB.

- 4) Kolom 4. Kota.
- 5) Kolom 5. Kecamatan.
- 6) Kolom 6. No Handphone
- 7) Langkah terakhir pengguna tinggal memilih metode pembayaran ke lazada.

Ada 7 opsi pembayaran yang disediakan oleh pihak lazada. Berikut penjelasan mengenai metode pembayaran di lazada :

a. Bayar di Tempat/COD

Pembayaran dilakukan secara tunai menggunakan uang cash setelah barang sudah sampai di tempat dan tidak di pungut biaya dan pajak sama sekali.

b. Kartu kredit/debit

Pengguna tinggal mengisikan nomor kartu, nama sesuai kartu dan tanggal kadaluarsa CCV/CW.

c. Bank Transfer

Selanjutnya adalah mengkonfirmasi pembayaran dengan mengupload bukti pembayaran .

d. Helopay

Pembayaran dengan visa, indomaret dan bisa transfer dari semua bank melalui jaringan ATM bersama PRIMA dan Alto.

e. BCA Klickpay

Nanti akan di alihkan ke halaman BCA Klickpay untuk konfirmasi pesanan pengguna.

f. MANDIRI Klickpay

Memiliki user ID Mandiri klickpay dan token Mandiri. Pengguna hanya memasukan no kartu dan pastinya pengguna sudah terdaftar di Mandiri klickpay

g. Cicilan *Online*

Daftar Bank untuk cicilan yang di dukung adalah menggunakan kartu kredit mandiri dan BNI, untuk opsi angsuran dari mulai 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

Transaksi *e-commerce* antara pihak *e-merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) dengan *e-customer* (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah *paper document*, melainkan dokumen elektronik (*digital document*).

Secara umum tahapan mekanisme transaksi *e-commerce* dapat diurutkan sebagai berikut:⁴⁴

- 1) *E-customer* /pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet dan *E-merchant* /pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet bertemu dalam dunia maya melalui *server* yang disewa dari Internet *Server Provider* (ISP) oleh *e-merchant*.
- 2) Transaksi melalui *e-commerce* disertai *term of use* dan *sales term condition* atau klausula standar, yang pada umumnya *e-merchant* telah

⁴⁴ http://fitria_okta.staff.gunadarma.ac.id /Downloads/files/32689/E-COMMERCE.doc, diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 14.30 WIB

meletakkan klausula kesepakatan pada *websitenya*, 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.

Menurut Onno w.Purbo dan Aang Arif wahyudi ada lima tahapan dalam melakukan transaksi e-commerce, kelima tahapan itu adalah.⁴⁵

1) *Find it*

Pada tahap ini pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang apa yang diinginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode *search* dan *browse*. Dengan *search*,

⁴⁵ Onno w. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, hlm. 143.

pembeli bisa mendapatkan tipe-tipe barang yang diinginkan dengan hanya memasukkan *keywords* (kata kunci) barang yang diinginkan pada kotak *search*. Sedangkan *browse* menyediakan menu-menu yang terdiri atas jenis – jenis barang yang disediakan.

2) *Explore it*

Setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut seperti harga dan gambar barang tersebut, nilai rating barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya apakah barang tersebut baik, cukup baik atau bahkan mengecewakan, spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut dan menu produk-produk lain yang berhubungan. Jika ternyata barang yang dilihat tersebut sudah cocok, maka siap untuk melakukan transaksi.

3) *Select it*

Seperti halnya toko yang sebenarnya, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai pada *check out*. *Shopping cart software* adalah perangkat lunak yang digunakan dalam *e-commerce* untuk membantu orang membuat pembelian secara *online*. Perangkat lunak ini memungkinkan pelanggan belanja *online* untuk mengumpulkan daftar item untuk pembelian atau bisa disebut “menempatkan item dalam keranjang belanja”. Selain itu *shopping cart* juga dapat menghapus atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan

nanti. Setelah *checkout*, perangkat lunak biasanya menghitung total pesanan, termasuk pengiriman dan penanganan yaitu ongkos kirim dan pengepakan, biaya dan pajak yang terkait.

4) *Buy it*

Setelah semua yang diatas dilakukan, selanjutnya dilakukan proses *check out*. Pada tahap ini, dilakukan proses transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh *merchant*. Pihak *merchant* tidak akan menarik pembayaran pada *credit card* sampai kita sudah menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman.

5) *Ship it*

Setelah proses transaksi selesai, pihak *merchant* akan mengirimkan *e-mail* konfirmasi pembelian dan *e-mail* lain yang akan memberitahukan pengiriman barang telah dilakukan. Toko *online* juga menyediakan *account* untuk para pelanggan mereka seperti halnya ketika akan memasuki *mailbox* pada layanan fasilitas *e-mail* gratis. Sehingga pembeli dapat mengetahui status order pada *account* yang telah tersedia di situs tersebut.

Suatu transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *e-commerce* juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Suatu kesepakatan terjadi apabila terdapat suatu penawaran dari pihak penjual lalu ada suatu penerimaan dari pihak calon pembeli. Penawaran dan penerimaan inilah

yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak -pihak yang bersangkutan.⁴⁶

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja, mengenai kapan terjadinya kesepakatan terdapat beberapa teori, antara lain :

1) Teori ucapan

Suatu perjanjian tercapai pada saat orang menerima tawaran dan menyetujui tawaran tersebut.

2) Teori pengiriman

Perjanjian tercapai pada saat dikirimkannya surat jawaban mengenai penerimaan terhadap suatu penawaran.

3) Teori pengetahuan

Menurut teori ini, bahwa perjanjian tercapai setelah orang yang menawarkan mengetahui bahwa penawarannya telah disetujui.

4) Teori penerimaan

Menyatakan perjanjian tercapai saat diterimanya surat jawaban penerimaan oleh orang yang menawarkan.

Sedangkan proses transaksi online dalam pandangan islam dikenal dengan istilah *Ba'i as-salam* atau disebut juga *as-salaf* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna penyerahan. Lebih lanjut *as-salam* merupakan transaksi atas sesuatu yang masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan diserahkan kemudian

⁴⁶ http://eprints.radenfatah.ac.id/506/1/Ayu%20Intan%20Pandini_FebEkoIsl.pdf, diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 15.00 WIB.

dengan pembayaran harga di tempat kontrak atau secara lebih ringkas disebutkan jual beli yang ditangguhkan dengan harga disegerakan.

Transaksi as-salam merupakan bagian dari transaksi jual beli biasa. Hanya saja dalam transaksi as-salam terdapat persyaratan tambahan yang menentukan validitas transaksi tersebut. Karena dalam transaksi as-salam produk yang dijadikan obyek transaksi tidak ada / tidak dapat dihadirkan pada saat transaksi terjadi. Penjual dalam hal ini hanya menyebutkan kriteria-kriteria tertentu pada produk yang akan dijual. Seperti halnya jual beli biasa transaksi as-salam memiliki unsur-unsur yang harus ada dan saling berhubungan ketika terjadinya suatu transaksi jual beli.

Unsur-unsur yang dimaksudkan merupakan tiga unsur rukun termasuk pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi as-salam, yaitu pertama tentang sighat transaksi (ijab qabul), kedua tentang pelaku transaksi (ba'i dan mustari) dan ketiga tentang obyek transaksi (Ma'qus alaih).⁴⁷

4. Bentuk-Bentuk Dalam Transaksi Jual Beli Secara *Online*

Berikut penulis jabarkan berbagai bentuk-bentuk dalam transaksi jual beli online :

a. Lemahnya Kedudukan Konsumen Terhadap Pelaku Usaha.⁴⁸

Pada dasarnya suatu perjanjian dibuat berdasarkan negosiasi oleh para pihak, tetapi dengan penggunaan klausula baku, isi perjanjian telah ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha. Konsumen tidak memiliki

⁴⁷ Azhar Muttaqin, *Transaksi E-commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam*, Ulumuddin, Volume VI, No.4, Januari-Juni 2010, hlm. 462.

⁴⁸ Agus Suwandono, *Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, hlm. 13.

posisi tawar (*bergaining position*) yang seimbang dengan pelaku usaha. Penggunaan klausula baku dalam perjanjian jual-beli memang secara Hukum Perdata diakui sah karena tidak adanya unsur pemaksaan kehendak didalamnya yakni jika konsumen menyetujui, maka ia sudah tahu mengenai segala resiko yang akan ditanggungnya, namun jika ia menolak klausula baku maka para pengusaha tidak akan memaksanya.

Praktiknya konsumen demi memenuhi kebutuhan hidupnya tidak jarang juga menyetujui klausula baku yang telah terlebih dahulu ditetapkan oleh pengusaha. Melihat kondisi demikian, acap kali pengusaha membuat isi klausula baku cenderung menguntungkan diri sendiri sehingga timbullah ketidakseimbangan hak dan kewajiban antara pengusaha dengan konsumen.

b. Keabsahan Perjanjian Menurut Pasal 1320 KUH Perdata⁴⁹

Disebutkan ada 4 syarat sahnya suatu perjanjian yaitu :

- 1) kesepakatan antara kedua belah pihak untuk mengikatkan diri,
- 2) kecakapan untuk membuat perjanjian,
- 3) suatu hal tertentu, dan
- 4) suatu sebab yang halal.

E-commerce merupakan metode perdagangan modern yang tidak mempertemukan penjual dan pembeli, maka untuk terjadinya suatu kesepakatan sulit untuk diketahui dengan jelas kapan kesepakatan antara kedua belah pihak itu terjadi. Selain itu mengenai kecakapan kedua belah pihak juga dipertanyakan karena antara penjual dan pembeli tidak bertemu

⁴⁹<http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jphi/article/download/1304/1397>, diakses pada tanggal 17 Desember 2016, jam 22.45.

langsung maka tidak dapat diketahui dengan jelas kedua belah pihak tersebut cakap atau tidak menurut Undang-Undang.

Perjanjian elektronik dalam transaksi elektronik harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Sebagaimana ditentukan pada Pasal 18 ayat (1) UUIE yang berbunyi “Transaksi Elektronik yang dituangkan kedalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak”. Pasal 19 UUIE menyatakan bahwa “para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati”. Jadi, sebelum melakukan transaksi elektronik, para pihak harus bersepakat untuk menggunakan sistem elektronik untuk melakukan transaksi. Selain itu pelaku usaha dalam websitenya harus mencantumkan kategori umur untuk memasuki website tersebut atau didalam registrasi data pribadi konsumen dicantumkan seperti nomor KTP atau paspor dimana diharapkan dapat menjamin kecakapan seorang konsumen dalam bertansaksi.

Mengenai suatu sebab yang halal juga menjadi permasalahan dalam transaksi jual beli melalui internet. Sebab yang halal dalam Undang-Undang adalah tidak melanggar kesusilaan dan ketertiban umum. Masalahnya barang yang diperdagangkan di internet beraneka ragam dan ada barang disuatu Negara yang diperdagangkan tetapi disuatu Negara tertentu juga ada barang yang tidak boleh diperdagangkan. Sehingga perlu ada peraturan yang melarang memperdagangkan barang-barang yang sesuai dengan aturan hukum positif di Indonesia atau mengadakan perjanjian antar Negara mengenai barang-barang yang boleh diperdagangkan di dunia maya.

c. Tidak Ada Lembaga Penjamin Keabsahan Toko *online*.

Perusahaan atau akun jual beli online di dunia maya sangatlah mudah untuk didirikan dibandingkan dengan mendirikan perusahaan di dunia nyata. Sebagaimana kenyataannya bahwa pendirian suatu perusahaan di dunia nyata memerlukan izin dari pejabat/ instansi terkait. Namun dalam mendirikan atau membangun toko *online* di dunia maya hanya menyewa tempat di dunia maya dan membuat *web* desain toko *online* pada *Internet Service Provider* (ISP) maka toko *online* ini sudah dapat beroperasi layaknya toko di dunia nyata. Kemudahan dalam membuat toko *online* inilah yang menjadi masalah bagi konsumen yang akan membeli produk pada toko *online* tersebut. Maraknya kasus penipuan terhadap konsumen seperti misalnya toko *online* yang fiktif, pencurian nomor kartu kredit dan sebagainya.

Salah satu upaya untuk menutupi kekurangan dalam perlindungan bagi konsumen ini adalah pemberian *trustmark* oleh pelaku usaha dalam *websitenya* yang dapat dilihat oleh konsumen. Melalui *trustmark* tersebut konsumen dapat mengetahui bahwa pelaku usaha tersebut merupakan penyelenggara transaksi elektronik yang dapat dipercaya dan mendapat sertifikasi dari lembaga sertifikasi yang berwenang, independen, dan profesional. Definisi lembaga Sertifikasi Keandalan yang diberikan oleh UU ITE adalah lembaga independen yang dibentuk oleh profesional yang diakui, disahkan, dan diawasi oleh pemerintah dengan kewenangan

mengaudit dan mengeluarkan sertifikat keandalan dalam transaksi elektronik.

Dalam hal ini, Pasal 10 ayat (1) UU ITE menentukan bahwa setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan. Dalam penjelasan Pasal ini sertifikasi keandalan dimaksudkan sebagai bukti bahwa pelaku usaha yang melakukan perdagangan secara elektronik layak berusaha setelah melalui penilaian dan audit dari badan yang berwenang. Bukti telah dilakukan sertifikasi keandalan ditunjukkan dengan adanya logo sertifikasi berupa trustmark pada laman (*home page*) pelaku usaha.

d. Masalah Keamanan Transaksi Terkait Dengan Jaminan Kepastian Hukum

Implikasi dari pengembangan jual beli *online* ini dirasa ada sisi positif dan sisi negatif. Aspek positifnya bahwa dengan adanya perdagangan di internet melalui jaringan online dapat meningkatkan peran dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan efek efisiensi.

Aspek negatifnya adalah persoalan keamanan dalam transaksi menggunakan media *e-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum. Masalah keamanan yang dipermasalahkan dalam aspek ini adalah masalah kerahasiaan pesan, masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya sampai ke tangan penerima, masalah keabsahan pelaku transaksi dan masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti

Untuk menjaga keamanan dan kerahasiaan pesan, data, atau informasi dalam suatu transaksi elektronik diperlukan beberapa enkripsi guna membuat pesan, data, atau informasi agar tidak dapat dibaca atau dimengerti oleh sembarang orang, kecuali untuk penerima yang berhak. Selain itu, dalam konteks perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, maka pelaku usaha perlu juga menunjukkan bukti keandalan dari sistem elektronik yang dimilikinya dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Sistem pengamanan terhadap transaksi elektronik harus dapat memberikan perlindungan terhadap hal-hal berikut:

- 1) Mengenkripsi atau mengkode pesan, data, atau informasi selama transaksi berlangsung. Ini berarti dapat mengubah informasi ke dalam kode yang hanya dapat dibaca jika orang lain memiliki kuncinya.
- 2) Melindungi pesan, data, atau informasi selama transaksi berlangsung dari perubahan, penambahan, atau perusakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
- 3) Memverifikasi para pihak yang memang berkepentingan dalam transaksi tersebut dan melindungi dari pihak yang tidak bertanggung jawab atas usaha untuk memperoleh informasi yang dirahasiakan.

e. Keberadaan Konsumen Yang Tidak Tervisual Secara Jelas

Mengingat adanya transaksi yang dilakukan dalam dunia maya, sehingga dapat kemungkinan seperti pihak yang melakukan transaksi mungkin saja pihak yang secara hukum tidak diperkenankan melakukan tindakan hukum. Contohnya pihak konsumen yang melakukan transaksi

berusia di bawah ketentuan yang tercantum dalam syarat-syarat dalam melakukan transaksi, ataupun apabila telah terjadi kata sepakat oleh kedua belah pihak dan ketika akan ditelusuri pihak konsumen fiktif. Di dalam perjanjian secara elektronik para pihak dalam melakukan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung, para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak akan bertemu sebelum perjanjian atau bahkan tidak akan pernah bertemu. Untuk mengatasi resiko perihal ketiadaan tatap muka langsung ini, telah ada mekanisme pengesahan identitas. Teknologi yang dapat diandalkan dalam mekanisme pengesahan identitas adalah teknologi penandatanganan secara digital.

Apabila kita menulis sebuah surat biasanya kita menandatangani surat tersebut. Kita melakukan itu dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa surat itu otentik, surat itu memang buatan kita. Tanda tangan digital juga bertujuan sama dengan tanda tangan biasa, bedanya proses penandatanganannya juga bersifat digital. Proses pendaftaran, verifikasi dan penerbitan Tanda Tangan Digital akan difasilitasi melalui platform Sistem Verifikasi *Online* (SiVION) yang saat ini sudah bisa diakses melalui sivion.id.

f. Yurisdiksi Hukum Dalam Transaksi Jual Beli lintas Negara

Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan. Klausula mengenai pilihan hukum pada umumnya terjadi pada ecommerce yang bersifat lintas batas Negara. Pilihan hukum

menyangkut hukum negara mana yang akan digunakan bila terjadi sengketa, dalam hal ini sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yang berkedudukan di luar negeri.

UUPK memiliki kelemahan, yakni tidak dapat menjangkau pelaku usaha yang berkedudukan di luar negeri. Hal ini terlihat dalam rumusan Pasal 1 butir 3 UUPK yang menyatakan :“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Berdasarkan pengertian pelaku usaha di atas maka ruang lingkup dari UUPK hanyalah pelaku usaha yang bergerak di dalam wilayah hukum Republik Indonesia. UU ITE sudah mengatur perihal mengenai pilihan hukum yakni dicantumkan dalam Pasal 18 ayat (2) dimana disebutkan bahwa para pihak mempunyai kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya, namun UU ITE tidak mengatur perihal mengenai klausula baku sebagaimana diatur oleh UUPK, sehingga mau tidak mau konsumen tunduk pada ketentuan yang dikeluarkan oleh pelaku usaha.

Walaupun Pasal 18 ayat (2) UU ITE mempunyai kelemahan sebagaimana disebutkan diatas namun terdapat ketentuan internasional yang dapat digunakan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam e-commerce internasional. Ketentuan tersebut terdapat dalam Konvensi

Roma 1980 Pasal 5 ayat (2) yang menegaskan bahwa: “Dalam kontrak bisnis-konsumen, pilihan hukum yang dibuat di dalam kontrak tidak dapat menghilangkan hak-hak konsumen atas perlindungan konsumen dari Negara tempat ia memiliki kediaman tetap”.

Sejalan dengan ketentuan yang terkandung dalam konvensi roma 1980 tersebut, berlaku asas bahwa hukum yang dipilih para pihak dalam kontrak tidak dapat mengesampingkan kaidah-kaidah memaksa (mandatory laws) dari Negara yang memiliki closest connection atau koneksi terdekat dengan kontrak. Dengan adanya ketentuan ini walaupun pihak konsumen menggugat pelaku usaha di Negara lain, konsumen tersebut tetap mendapatkan hak-haknya sebagai konsumen sebagaimana diberikan oleh UUPK.⁵⁰

⁵⁰ <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jphi/article/download/1304/1397>, diakses pada tanggal 17 Desember 2016, jam 22.45.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk *field research* atau penelitian lapangan yaitu peneliti memaparkan dan menggambarkan keadaan serta fenomena yang lebih jelas mengenai situasi yang terjadi, maka jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Peneliti ini membuat informasi dari masyarakat berupa wawancara dan yang menjadi sumber lainnya adalah buku. Kemudian dalam penelitian ini membuat data-data primer dan sekunder.

B. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah tempat, orang atau benda dimana peneliti dapat mengamati, bertanya tentang hal-hal yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Sumber data peneliti dibagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:

1. Data primer, yaitu bahan hukum yang terdiri dari peraturan perundang-undangan. Bahan hukum primer ini adalah 1. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Data sekunder yang digunakan untuk mendukung bahan hukum primer, diantaranya berasal dari hasil karya para sarjana, jurnal, serta buku-buku kepustakaan yang dapat dijadikan referensi yang dapat menunjang penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam bagian ini dijelaskan urutan kerja, alat, dan cara pengumpulan bahan primer maupun skunder yang disesuaikan dengan pendekatan penelitian, karena masing-masing pendekatan memiliki prosedur dan teknik yang berbeda. Metode pengumpulan bahan hukum primer dalam penelitian normative antara lain dengan membaca, menganalisis dan melakukan penentuan bahan hukum, inventarisasi bahan hukum yang relevan dan pengkajian bahan hukum.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan bagaimana caranya mengolah bahan yang berhasil dikumpulkan untuk memungkinkan peneliti yang bersangkutan melakukan analisa yang sebaik-baiknya. Setelah mengumpulkan bahan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Metode analisis yang digunakan untuk membuat suatu kesimpulan penelitian adalah *content analysis* atau analisis isi yang artinya sebuah tehnik yang digunakan untuk menganalisis dan memahami teks. Analisis ini dapat diartikan juga sebagai tehnik penyelidikan yang berusaha menguraikan secara objektif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada Ditinjau Dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Perkembangan teknologi telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan jual beli, masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau bertatap muka perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online* yang merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli. Hal ini membuat banyak penjual salah satunya di aplikasi lazada yang berlomba-lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan jual beli *online* yang sedang diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini.

Dengan demikian dipahami bahwa UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan peraturan telah dan memberikan lazada dalam pasal 4 menyebutkan sejumlah hak konsumen berupa hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi

dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Namun demikian pelaksanaan UUPK ini belum terlaksanakan dengan maksimal, seperti kasus yang dialami beberapa konsumen lazada dan pelaku usaha lazada seperti: Kasus 1, seseorang yang bernama Asta yang merupakan pemilik *online* shop di lazada berencana untuk memulai bisnis jual beli snack import dan memilih *ovomaltine* sebagai fokus bisnisnya. Dalam memulai bisnisnya, Asta mulai mencari supplier yang memberikan harga termurah dan terpercaya sehingga menemukan supplier untuk bisnis snack importnya dari lazada dengan akun @anekastuff_id sebagai *supplier snack ovomaltine*.

Akun @anekastuff_id menjual dengan harga yang sangat murah dibawah harga pasaran, bebas ongkos kirim dan tidak ada minimum order yang menjadikan Asta sangat antusias untuk membeli melalui akun @anekastuff_id sebagai supplier *online* shopnya di lazada tersebut. Namun transaksi pembelian dari akun @anekastuff_in ini hanya melalui sms saja.

Keanihan ditemukan oleh Asta bahwa testimonial dari supplier akun @anekastuff_id ini ada yang dari line. Karena sudah merasa menemukan supplier yang sangat murah dari harga pasaran , keanihan tersebut baru dia sadari setelah melakukan transfer uang pembayaran senilai Rp. 210.000,00 ke rekening atas nama Johan Wijaya sebagai supplier dengan akun @anekastuff_id. Setelah melakukan transfer korban menanyakan melalui sms kapan barang pesanan sampai dan pelaku penipuan @anekastuff_id menjawab barang akan sampai dalam waktu 2 hari.

Namun setelah lebih dari 2 hari bahkan 2 minggu korban tidak mendapat konfirmasi mengenai barang pesannya dan pelaku tidak dapat dihubungi. Karena merasa tertipu oleh pelaku @anekastuff_id , korban pun melakukan pengecekan dan mendapatkan banyak informasi bahwa pelaku dengan lazada @anekastuff_id ini sangat cerdas dan telah lama melakukan penipuan dengan cara sering mengganti nomor rekening, nomor handphone dan akun @anekastuff_if juga sering berganti-ganti.

Pelaku @anekastuff_id mengganti nama akun, melakukan private pada akun lazadanya dan menghapus semua testimonial mengenai penipuannya. Korban juga menyebarkan informasi penipuan tersebut di beberapa group dan ternyata juga banyak yang menjadi korban pelaku penipuan dengan akun lazada @anekastuff_id. Korban juga melakukan pencarian informasi di google dan mendapatkan berbagai kasus penipuan yang dilakukan oleh pelaku sejak tahun 2013.⁵¹

Kasus 2, seperti yang menimpa seorang dokter gigi berinisial NP, warga Cilandak. Dia yang tertarik dengan penjualan kucing di akun lazada malah ditipu mentah-mentah oleh sang penjual. Kucing seharga Rp 3 juta itu gagal menjadi koleksinya. Korban awalnya berniat untuk menambah koleksi kucingnya dan sengaja mencarinya di lazada. Dia kemudian tertarik dengan salah satu kucing yang dijual itu. Nomor telepon yang tertera dalam aplikasi lazada itu pun langsung dihubungi.

⁵¹ Asta, *Pemilik Online Shop Di Lazada*, Kasus Jual Beli Online Tanggal 25 September 2015.

Perjanjian pun kemudian dilakukan antara kedua belah pihak. Kata sepakat kemudian terlontar dan NP diwajibkan mengirim uang tersebut ke rekening yang dituju sang penjual. Uang tersebut kemudian dikirim ke rekening BRI 032801001159533 atas nama Reski. Sang penjual menjanjikan kucing tersebut akan sampai paling lama 12 jam ke rumah NP. Lama ditunggu kucing tersebut tak kunjung diterima.

NP pun berpikir dirinya sudah ditipu dan memutuskan melaporkan kejadian ini ke Polres Metro Jakarta Selatan, kemarin sore. Kasubag Humas Polres Metro Jakarta Selatan Kopol Aswin membenarkan laporan itu. NP, warga Cilandak Barat, Jakarta Selatan, tertipu saat membeli kucing melalui *online* shop. Akibat kejadian itu, korban kehilangan uang sebesar Rp3.000.000 dan melaporkan kasus penipuan tersebut dilaporkan ke Mapolres Jakarta Selatan.⁵²

Kasus 3, Kasus selanjutnya Sebagai contoh, seorang wanita bernama Intan yang berprofesi sebagai wedding singer Jakarta melakukan pembelian baju dress yang akan digunakan ketika bekerja sebagai wedding singer. Mengingat lazada menjadi social media yang juga dimanfaatkan sebagai online shop dengan banyak pilihan, Intan memilih baju dress yang terdapat di lazada dengan nama @RauffaApparel.

Setelah menentukan pilihannya dan melakukan transaksi pembayaran dengan total nominal Rp.1.000.000 rupiah. Intan menunggu barang yang dia beli di lazada dan setelah barang sampai ternyata tidak sesuai harapan. Baju dress yang dipilih intan di lazada tidak sesuai dengan kondisi fisik baju dress yang dia

⁵² Np, *Pembeli Di Lazada*, Kasus Jual Beli *Online* Tanggal 1 April 2016

dapatkan baik dari segi warna maupun bahan yang dijanjikan. Hal ini salah satu kasus yang sering terjadi dalam transaksi *e-commerce*, produsen melakukan penipuan dengan menggunakan foto-foto palsu untuk menarik perhatian konsumen sedangkan barang yang dijanjikan tidak sesuai perjanjian baik dari segi bahan, ukuran maupun warna.⁵³

Beberapa kasus tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan hukum perlindungan konsumen dilihat dari pendekatan utama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik 63 (PP PSTE). PP PSTE sendiri merupakan turunan dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Dengan pendekatan UU PK, kasus yang terjadi tersebut dapat disimpulkan sebagai salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen. Pasal 4 UU PK menyebutkan bahwa hak konsumen adalah :⁵⁴

Terkait dengan ketiga kasus diatas, lebih tegas lagi Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut (kasus 3), dan jelas pelaku usaha melanggar hak-hak konsumen yang tertera pada pasal 4 UUPK hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan (kasus 1 dan 2).

⁵³ Intan, *Pembeli Di Lazada*, Kasus Jual Beli *Online* Tanggal 25 september 2015

⁵⁴ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, hlm. 408.

Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang (kasus 3) merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang begitu juga dengan pelanggaran hak-hak konsumen yang telah dilakukan oleh pelaku usaha. Pada kasus 3 , konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UU PK tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.⁵⁵

B. Penyelesaian Sengketa Bagi Konsumen Yang Mengalami Kerugian Ditinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Diawal sudah disebutkan bahwa Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen masih dalam tataran normative belum sampai pada pengaplikasiannya terbukti dengan banyaknya kasus yang dialami oleh konsumen maupun ingkar janji pelaku usaha yang mengalami kerugian. Oleh karena itu jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha maka oleh undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen juga memberikan alternative dalam penyelesaiannya. Dalam pasal 45 ayat 2 disebutkan bahwa jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha maka dapat diselesaikan secara litigasi dan non litigasi.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan (litigasi) merupakan cara yang ditempuh dengan mengajukan gugatan ke pengadilan secara keperdataan. Dinyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu

⁵⁵ Intan, *Pembeli Di Lazada*, Kasus Jual Beli *Online* Tanggal 25 september 2015

pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam pasal 45 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁵⁶ Dalam proses penyelesaian sengketa yang terjadi, UU Perlindungan Konsumen (UUPK) telah memberikan jangka waktu yang pasti bagi penyelesaian perselisihan konsumen yang timbul, yakni 21 (dua puluh satu) hari untuk proses pada tingkat pengadilan negeri, dan 30 (tiga puluh) hari untuk diselesaikan oleh Mahkamah Agung, dengan “jeda” masing-masing 14 (empat belas) hari untuk mengajukan keberatan ke Pengadilan Negeri maupun kasasi ke Mahkamah Agung.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku. Konsumen sebagai pengguna jasa pengiriman barang memiliki resiko yang lebih besar dari pada pelaku usaha. Dengan perkataan lain hak-hak konsumen rentan untuk dilanggar. Hal ini disebabkan karena jasa pengiriman barang tidak hanya mengirimkan satu barang milik konsumen saja tetapi beratus-ratus barang dikirimkan oleh pelaku usaha dalam seharinya keseluruhan penjuru Indonesia yang kemudian dapat menimbulkan terjadinya wanprestasi karena kelalaian pelaku usaha.

Jalur litigasi dapat ditempuh apabila jalur nonlitigasi itu tidak menghasilkan kesepakatan sebagaimana disebut dalam pasal 45 ayat 4; Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak

⁵⁶ Pasal 48, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersangkutan.⁵⁷ Berdasarkan hasil telusuran, sejauh ini peneliti belum menemukan adanya kasus antara konsumen dan pelaku usaha yang sampai ke pengadilan agama. Hanya saja baru sebatas melaporkan kejadian ini ke polres metro, seperti yang dialami dokter gigi tertipu saat membeli kucing melalui lazada (*online shop*). Akibat kejadian itu, korban kehilangan uang sebesar RP3.000.000 dan melaporkan kasus penipuan tersebut dilaporkan ke mapolres.⁵⁸

Non litigasi adalah cara yang ditempuh di luar pengadilan dengan jalan mencari hasil kesepakatan yang terbaik untuk para pihak. Mekanisme penyelesaian sengketa diluar pengadilan dengan cara menggunakan mekanisme yang hidup dalam masyarakat seperti halnya, secara musyawarah, perdamaian, kekeluargaan dan sebagainya. Upaya penyelesaian sengketa diluar pengadilan merupakan upaya hukum yang terlebih dahulu diusahakan oleh para pihak sebelum ke badan peradilan.⁵⁹ Dalam pasal 49 Badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) merupakan suatu lembaga khusus yang dibentuk oleh tiap-tiap daerah tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.⁶⁰

Berdasarkan pasal 52 huruf a UUPK bahwa BPSK akan menyelesaikan sengketa konsumen dengan jalan melalui Mediasi, Konsiliasi, dan arbitrase.⁶¹

⁵⁷ Pasal 45 ayat 4 penyelesaian sengketa

⁵⁸ Asta, *Pemilik Online Shop Di Lazada*, Kasus Jual Beli Online Tanggal 25 September 2015.

⁵⁹ Pasal 49 Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

⁶⁰ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari hukum acara serta kendala impementasinya*, Prenadamedia Group, Jakarta 2008. Hal 99

⁶¹ Pasal 54 huruf (a) UUPK bahwa penyelesaian sengketa konsumen melalui Mediasi, konsiliasi dan Arbitrase.

1. Mediasi, merupakan cara penyelesaian sengketa yang fleksibel dan tidak mengikat serta melibatkan pihak internal yaitu mediator.
2. Konsialisasi, menyelesaikan sengketa konsumen dengan pelaku usaha berdasarkan UUPK. Menyerahkan semuanya kepada pihak ketiga tetapi pendapat dari konsiliator tidak mengikat.
3. Arbitrase, Penyelesaian sengketa dengan langkah arbitrase ini adalah salah satu cara mempercepat penyelesaian sengketa konsumen, yaitu melalui lembaga BPSK, yang putusannya dinyatakan final dan mengikat.

Menurut Pasal 52, BPSK mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:⁶²

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen; Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
3. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-Undang ini;
4. Menerima pengaduan, baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
5. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
6. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

⁶² Pasal 52, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

7. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang- Undang ini;
8. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagai mana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
9. Mendapatkan, meneliti, dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
10. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen
11. Memberitahukan putusan pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
12. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang- Undang ini.

Pasal 47 UUPK dan penjelasannya, dapat diketahui penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan akan menghasilkan kesepakatan yang diatur dalam pasal 47 dalam penjelasannya:

1. Kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha.
2. Bentuk ganti kerugian yang harus diberikan oleh pelaku usaha.
3. Besarnya ganti kerugian yang harus diberikan oleh pelaku usaha.
4. Jaminan dari pelaku usaha berupa pernyataan tertulis yang menerangkan perbuatan yang telah merugikan konsumen tidak akan terulang kembali.

Pergantian kerugian secara langsung dipertegas pada pasal 19 UUPK yaitu:⁶³

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/ atau jasa yang dihasilkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (Tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

⁶³Aulia Muthiah, Hukum bisnis-Hukum perlindungan konsumen, Pustaka baru pers, Yogyakarta,2018.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian-uraian dan pembahasan pada hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia telah dapat diakomodasi dengan baik oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah mampu memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang bergerak melalui *E-commerce*.

Pengaturan mengenai Perlindungan Konsumen dalam transaksi elektronik tersebut dapat dilihat dalam pengaturan mengenai penggunaan data pribadi konsumen, pengaturan mengenai syarat sahnya suatu transaksi *e-commerce*, pengaturan mengenai klausula baku, pengaturan tentang validitas subjek hukum, otensitas subjek hukum dan mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa yang dapat dijadikan acuan bagi objek dalam transaksi *e-commerce*.

2. Perlindungan hukum kepada konsumen lazada berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) dan Undang-Undang

Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008(UU ITE) terlihat dari pengaturan mengenai perlindungan hak-hak konsumen dan pemberian ganti rugi. Konsumen yang dirugikan dapat mengajukan tuntutan yang kiranya sejalan dengan UUPK dan UU ITE sehingga memberikan kepastian hukum bagi konsumen.

Pemerintah dan masyarakat juga memiliki peran yang penting dalam perlindungan konsumen melalui fungsi pengawasan. Pengawasan tersebut dapat terlihat dari dibentuknya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) sebagai wadah untuk secara bersama-sama memperjuangkan, memberikan nasihat, menyebarkan informasi, dan membantu konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya. Konsumen yang merasa dirugikan juga dapat melaporkan kerugiannya kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui jalur litigasi, Pengawasan terhadap situs *e-commerce* juga dilakukan, guna menciptakan keamanan dalam bertransaksi.

3. Bentuk pertanggung jawaban pengelola situs lazada terhadap kerugian yang dialami konsumen telah diatur sepenuhnya melalui syarat dan ketentuan penggunaan layanan yang dapat diakses pada situs belanja lazada. Bentuk pertanggung jawaban tersebut adalah melalui penyediaan sarana pelaporan konsumen mengenai kerugian-kerugian yang dialami konsumen, pemblokiran konten-konten negatif, pemberian garansi lazada, pengembalian dana kepada konsumen, penindaklanjutan akun-akun palsu penjual, serta perlindungan terhadap data-data pribadi dan kartu kredit konsumen, lazada bertanggung

jawab penuh terhadap kerugian konsumen yang terjadi akibat kegagalan pada sistem portal web. Bentuk penggantian kerugian yang diberikan dapat berupa pengembalian dana maupun penggantian barang rusak. Walaupun demikian, lazada juga memiliki batasan-batasan tanggung jawab.

B. Saran

Dalam rangka menjamin perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada situs belanja Shopee secara lebih spesifik dan menyeluruh, baik dalam hal pencegahan maupun penegakan hukum, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Walaupun perlindungan konsumen atas transaksi elektronik telah dijamin dan diatur dalam Undang-Undang sebagaimana dijelaskan diatas, namun prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi haruslah dikedepankan agar dapat meminimalisir dampak kerugian yang mungkin timbul dikemudian hari. Dengan demikian, konsumen harus lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara online dan mengedepankan aspek keamanan transaksi sebagai pertimbangan utama selain hanya faktor kepercayaan (*trust*), dengan memperlihatkan kebenaran identitas penjual/pembeli maupun faktor keamanan jalur pembayaran.
2. Perlindungan hukum kepada konsumen lazada berdasarkan UU Perlindungan Konsumen dan UU Transaksi Elektronik yang diterapkan oleh lazada kiranya sesuai dengan kenyataan yang ada agar konsumen mengetahui bahwa hak-haknya dilindungi dan mengetahui secara jelas tanggung jawab dari pelaku usaha. Peran pemerintah dan masyarakat dalam pengawasan perlindungan

konsumen kiranya dapat membantu konsumen dalam setiap permasalahan yang dialami.

3. Pemerintah perlu meningkatkan kesadaran konsumen untuk mau melaporkan atau mengajukan gugatan Konsumen yang mengalami kerugian akibat transaksi jual beli online sangatlah banyak. Namun seringkali tidak dilaporkan ke pihak berwenang karena nilai transaksinya dianggap tidak terlalu besar. Padahal beberapa masuk ranah pidana, seperti kasus penipuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam sistem hukum Indonesia*, Jakarta: Refika Aditama, 2004.
- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2011.
- Celine Tri Siwi Kristiayanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Didik M. Arief dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: Refika Aditama, 2005.
- Djawahir Hejazziey, dkk, *Hukum Perikatan*, Jakarta: FHS UIN, 2001.
- Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2000.
- Erman Rajagukguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2000.
- I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Soedharyo Soimin, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Sinar Grafika, 2001.
- Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas , Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung : Mandar Maju, 2000.
- Status Hukum. “*Perlindungan Hukum Represif*”, artikel diakses pada 29 Januari 2014 dari <http://statushukum.com/tag/perlindungan-hukum-represif>.
- W. J. S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Cetakan IX, Jakarta: Balai Pustaka.
- Saddar, M, dkk. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Akademia.
- Susanto, Happy. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia.
- Sutendi, Adrian. 2008. *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Tutik, Titik Triwulan. 2008. Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Waluyo, Bambang. 1996. Penelitian Hukum dalam Praktek. Jakarta: Sinar Grafika.
- Yani, Ahmad dan Gunawan Widjaja. 2000. Hukum tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Zulham. 2003. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Gultom, Elisatris. 2009. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Perdagangan Melalui Media Electronic Commerce. Jakarta: Ellips Media.
- Hadjon, Philipus M. 1987. Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia. Surabaya: PT. Bina Ilmu
- Hariri, Wawan Muhwan. 2011. Hukum Perikatan. Bandung: Pustaka Setia.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2008. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.
- Makarim, Edmon. 2005. Kompilasi Hukum Telematika. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Teknologi Informasi. Bandung: Refika Aditama.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2012. Pengantar Ilmu Hukum. Jakarta: PT Mitra Grafika Sarana



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
Jalan T. Rizal Nurdin Km, 4.5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080, Faximile (0634) 24022
Website: <http://fasih.iain-padangsidimpuan.ac.id> e-mail: fasih@iain-padangsidimpuan.ac.id

Nomor : B- 841 /In.14/D.1/PP.00.9/04/2022
Lamp : -
Perihal : Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi
Yth. Bapak/Ibu :

18 April 2022

1. Dr. Kholidah, M. Ag
2. Dahliati Simanjuntak, M. A

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkaji Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi Mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : Siti Ramadhani Harahap
NIM : 1810200046
Sem/T.A : VIII (Delapan) 2022/2023
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli *Online*) Ditinjau Dari Hukum Perikatan (Studi Kasus Di Desa Pasar Binanga Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas)

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan skripsi mahasiswa dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terimakasih. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bid. Akademik




Ahmatnizar, M. Ag
NIP. 19680202 200003 1 005

Plt. Ketua Program Studi


Nurhotia Harahap, M.H
NIP. 19900315 201903 2 007

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I


Dr. Kholidah, M. Ag
NIP. 19720827 200003 2002

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II


Dahliati Simanjuntak, M. A
NIDN. 2003118801