

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
LAZADA (SITUS JUAL BELI ONLINE)
DI PEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum (S.H.)**



**OLEH :
RICARDO FARERA
NPM : 151010326**

PROGRAM STUDI HUKUM BISNIS

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020**

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ricardo FARERA
NPM : 151010326
Tempat/Tanggal Lahir : Sendayan Kampar Utara / 12 September 1996
Program Studi : Ilmu Hukum
Alamat : Teratak Padang
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada
(Situs Jual Beli Online) di Pekanbaru

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, orisinil dan tidak dibuatkan oleh orang lain serta sepengetahuan saya Skripsi ini belum pernah ditulis oleh orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti Skripsi ini merupakan hasil karya orang lain, atau hasil mencontek Skripsi/ karya ilmiah orang lain (pagiati), maka saya bersedia gelar Sarjana Hukum (S.H) yang telah saya peroleh dibatalkan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 04 Februari 2020

Yang menyatakan,



(Ricardo FARERA)

No. Reg. 409/V/UPM FH UIR 2020

Paper ID. 1303273767 / 29%

Sertifikat

ORIGINALITAS PENELITIAN Fakultas Hukum Universitas Islam Riau

MENYATAKAN BAHWA :

Ricardo Farera

151010362

Dengan Judul :

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada Situs Jual Beli Online Di Pekanbaru

Telah lolos Similarity sebesar maksimal 30%

Pekanbaru, 5 Mei 2020

Wakil Dekan Bidang Akademik
Fakultas Hukum Universitas Islam Riau

Dr. Surizki Rebrianto, S.H., M.H., C.L.A.



ABSTRAK

Transaksi jual beli online telah mengubah kegiatan jual beli yang biasanya menggunakan transaksi konvensional. Jual beli online memberikan kemudahan bagi pembeli dalam hal barang dan/atau jasanya, sedangkan penjual mendapatkan kemudahan dalam memasarkan produknya, bahkan mendapat penghematan biaya dan waktu, dalam kegiatan jual beli online, penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung, sehingga pembeli tidak bisa melihat bahkan meneliti barang yang akan dibelinya. Barang yang diperdagangkan kerap kali tidak sesuai dengan informasi dari penjual bahkan terdapat cacat tersembunyi. Pembeli berhak atas adanya informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang yang di perjual belikan, seperti yang tercantum dalam Pasal 4 huruf C Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Bagaimana perlindungan hukum atas konsumen Lazada (situs jual beli online) di Pekanbaru. Apakah ada faktor dan hambatan atas konsumen Lazada di Pekanbaru.

Penelitian yang hendak penulis lakukan merupakan penelitian dengan jenis *observational research* atau dikenal dengan penelitian survey. Sedangkan sifatnya adalah penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen adalah penyelesaian sengketa konsumen, proses penyelesaian sengketa konsumen dilakukan apabila dalam transaksi online terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Proses penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui jalur pengadilan maupun diluar pengadilan, ketentuan ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Proses hukum yang cukup panjang dan menyita waktu, terkadang menjadi penghambat utama bagi konsumen untuk melakukan tuntutan atas kerugian yang mereka alami dengan berbelanja di situs belanja online. Sehingga sebagian besar konsumen lebih memilih mendingkan permasalahan tersebut tanpa ada solusi dan tentu saja hal ini akhirnya akan merugikan konsumen itu sendiri. Adanya anggapan di masyarakat bahwa dalam berbelanja online, maka konsumen harus siap menanggung konsekuensi jika produk tidak sesuai dengan yang ditawarkan dan diharapkan oleh konsumen, juga menjadi salah satu kendala dalam penerapan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online.

Kata Kunci : Perlindungan, Konsumen, Lazada

ABSTRACT

Online buying and selling transactions have changed the buying and selling activities that usually use conventional transactions. Buying and selling online makes it easy for buyers in terms of goods and / or services, while sellers find it easy to market their products, even get cost and time savings, in online buying and selling activities, sellers and buyers do not meet face to face, so buyers cannot see even researching the items to be bought. Goods that are traded often do not match the information from the seller and even have hidden defects. Buyers are entitled to information that is true, clear, and honest about the conditions and guarantees of goods being traded, as stated in Article 4 letter C of the Consumer Protection Law. How is the legal protection for Lazada consumers (online buying and selling site) in Pekanbaru. Are there factors and obstacles for Lazada consumers in Pekanbaru.

The research that the writer intends to do is a type of observational research, known as survey research. While its nature is descriptive research.

The results of this study. The form of legal protection for consumers is consumer dispute resolution, the process of consumer dispute resolution is carried out if in online transactions there is a violation of consumer rights. The process of resolving consumer disputes can be carried out through court channels or outside the court, this provision is regulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The legal process is quite long and time-consuming, sometimes being the main obstacle for consumers to sue for the losses they have experienced by shopping on online shopping sites. So that most consumers prefer to ignore these problems without any solution and of course this will ultimately harm the consumers themselves. There is an assumption in the community that in online shopping, consumers must be prepared to bear the consequences if the product is not in accordance with what is offered and expected by consumers, is also one of the obstacles in implementing legal protection for consumers in online buying and selling transactions.

Keywords: Protection, Consumer, Lazada

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayahnya. Sehingga penulis telah diberikan nikmat, kesehatan, kekuatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Shalawat beriringan salam tidak lupa juga penulis kirimkan untuk junjungan Nabi Muhammad SAW telah berhasil membawa umatnya dari alam jahiliyah kealam yang penuh ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Untuk menyelesaikan pendidikan dalam strata satu (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi, pada kesempatan ini adapun judul skripsi sipenulis yaitu **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online) Di Pekanbaru”** penulisan skripsi ini dimaksud untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana hukum di Universitas Islam Riau di Pekanbaru.

Pada kesempatan ini penulis bermaksud untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, baik secara moril maupun materil yang dapat disampaikan kepada :

1. Kedua orang tua dan kakak-kakak dari penulis yang telah memberikan semangat dan doa sehingga bisa terselesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H., MCL., selaku rektor Universitas Islam Riau yang telah bersedia menerima penulis untuk menuntut ilmu pengetahuan pada Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. Admiral S.H., M.H., selaku dekan fakultas hukum Universitas Islam Riau yang telah bersedia untuk menuntut ilmu pengetahuan pada Universitas Islam Riau.
4. Bapak Rahdiansyah, S.H., M.H. selaku pembimbing yang telah memberikan waktu yang luang dan memberikan petunjuk kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini serta memberikan referensi yang berkaitan mengenai judul penulis.

5. Bapak ibuk dosen fakultas hukum Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada sipenulis selama diperkuliahan.
6. Karyawan dan karyawan fakultas hukum Universitas Islam Riau terutama staf bagian tata usaha yang telah memberikan layanan untuk membantu dan mempermudah sebaik mungkin dalam menyelesaikan administrasi
7. Seluruh member NCT 2018 dan WayV yang telah menjadi motivasi selama penulis membuat skripsi hingga selesai .
8. Ricardo Farera yaitu diri saya sendiri yang telah berjuang dan bersemangat untuk membuat skripsi ini sendiri hingga selesai, love my self.

Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi materi maupun penulisan karena berbagai kesulitan yang penulis temui terutama keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki dan penulis sebagai manusia biasa yang tak luput dari kesalahan dan khilaf dalam penyajian maupun penulisan.

Dengan segenap kerendahan penulis mengharapkan kritik dan saran dari sipembaca yang bersifat membangun.

Pekanbaru, 05 Agustus 2020

Ricardo Farera

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
SERTIFIKAT ORIGINALITAS PENELITIAN.....	iii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	iv
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
PENUNJUKKAN PEMBIMBING I.....	vi
PENUNJUKKAN PEMBIMBING II.....	vii
SK PENETAPAN DOSEN PENGUJI UJIAN SKRIPSI.....	viii
BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	7
E. Konsep Operasional	19
F. Metode Penelitian	21
BAB II TINJAUAN UMUM	
A. Tinjauan Umum Perlindungan Hukum atas Konsumen	26
B. Tinjauan Umum Perikatan Situs Online	32

C. Tinjauan Umum Tentang PT. Lazada 35

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum perlindungan hukum atas konsumen Lazada (situs jual beli
online) di Pekanbaru.....42

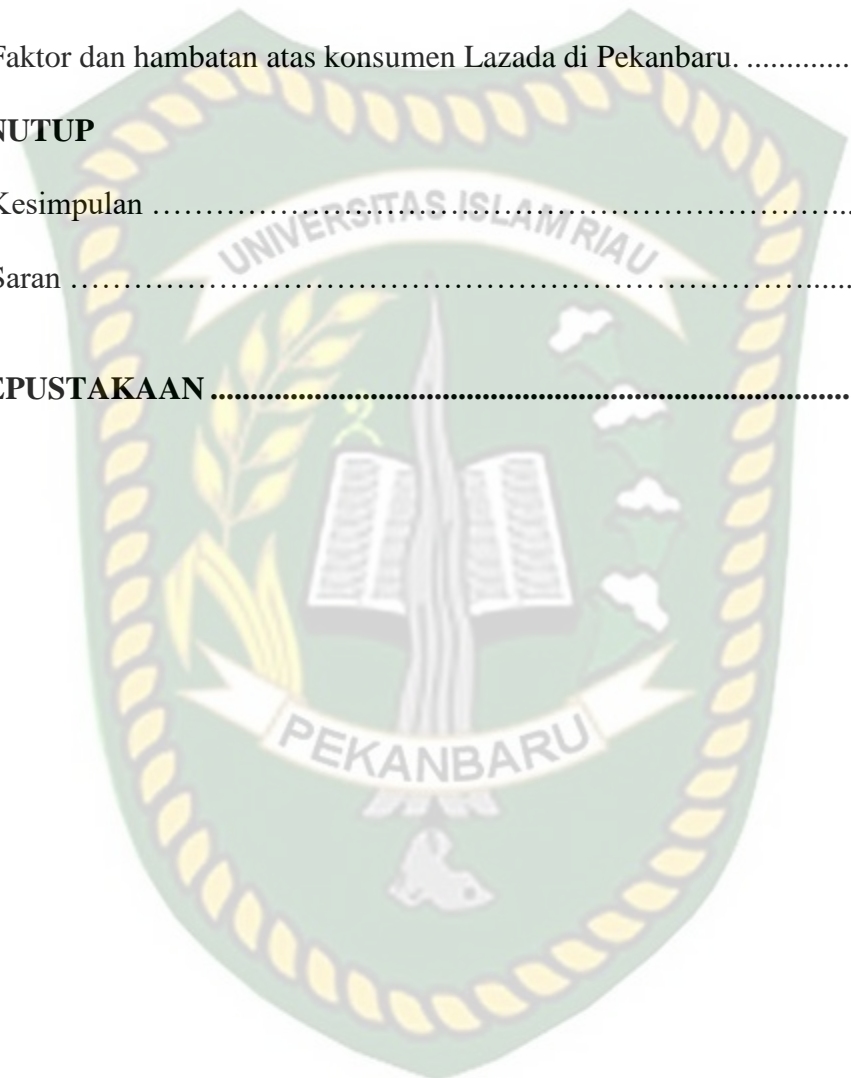
B. Faktor dan hambatan atas konsumen Lazada di Pekanbaru.72

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan 77

B. Saran 78

DAFTAR KEPUSTAKAAN 79



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Majunya perkembangan teknologi beserta perekonomian yang begitu maju di zaman sekarang ini sudah banyak memberikan berbagai macam bentuk produk untuk diproduksi oleh perusahaan dalam menggaet pembeli untuk menggunakan produk yang dihasilkannya. Seiring majunya teknologi dan informasi, perluasan ruang gerak dan arus transaksi produk dan/atau pekerja telah melewati batas wilayah negeri ini. Seorang pembeli kemudian dihadapkan pada berbagai pilihan produk. Kondisi ini pada satu pihak telah membuat seorang pembeli merasa diuntungkan, karena kebutuhan terhadap produk atau pekerja yang diinginkan dapat dipenuhi dengan berbagai macam pilihan.

Di pihak lain, kondisi ini menjadikan kedudukan seorang pembeli (konsumen) berada di pihak yang lemah. Hal ini karena seorang konsumen menjadi tujuan kegiatan bisnis untuk menghasilkan laba yang sangat besar melalui situs internet dan iklan dengan cara penjualan yang sebagian besar melalui promosi. Cara seperti ini dapat merugikan konsumen karena pihak penjual bisa saja membodohi konsumen dengan cara menipu produk yang ada.

Teknologi informasi dan komunikasi tentu akan mengalami perkembangan yang akan bermanfaat sebagai sarana untuk memotivasi manusia agar dapat menambah ilmu pengetahuan dan menjadi sarana dalam belajar yang dilakukan secara terus menerus. Dalam melakukan bisnis online tentu akan memerlukan

sarana teknologi informasi dan komunikasi yang saat ini telah canggih serta memberi kemudahan kepada kedua belah pihak dalam melakukan transaksi salah satunya adalah dengan tidak perlu melakukan pembelian secara tatap muka (*Face to Face*, para penjual dan pembeli hanya melakukan transaksi jual beli menggunakan smartphone, internet, komputer maka telah terlaksana kegiatan perdagangan. Transaksi jual beli yang dilakukan melalui media seperti yang disebutkan sebelumnya dikenal dengan sebutan *Electronic commerce* di singkat dengan *e-commerce*.

Transaksi jual beli online ini sangat memudahkan baik itu pembeli maupun penjualnya karena pada umumnya kegiatan jual beli harus dilakukan secara konvensional atau tatap muka, namun kegiatan jual beli dengan cara tatap muka ini sudah di anggap biasa atau kuno karena transaksi jual beli secara online lebih menghemat waktu dan biaya.

Pada dasarnya pemilik perusahaan dibelakang standar kontrak atau perjanjian baku yang sudah ditandatangani oleh pembeli dan penjual ataupun lewat informasi yang diberikan terhadap produsen kepada pembeli (Zulham, 2013). Sesungguhnya setiap perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial yaitu kepedulian dan komitmen moral perusahaan terhadap kepentingan masyarakat yang harus bertanggungjawab terhadap perlindungan konsumennya.

Pada hakikatnya, penjagaan terhadap hak pembeli merupakan masalah kepentingan manusia dan menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya (Rahdiansyah, 2018). Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pembeli merupakan kepentingan perusahaan itu sendiri guna meraih

kepercayaan publik yang kemudian perusahaan akan memetik keuntungan dari kepercayaan itu sendiri, dengan demikian diharapkan dapat melahirkan perusahaan yang kuat dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang serta pekerja yang berkualitas. Masalah penjagaan terhadap pembeli semakin sering dibicarakan, masalah seperti ini tidak akan pernah habis dan akan selalu menjadi perbincangan masyarakat.

Dalam transaksi jual beli online ini akan menimbulkan masalah dalam mempercayai antara pihak, karena dalam sistem transaksi jual beli secara online ini adalah penjual dan pembeli tidak dapat berinteraksi dan bertatap muka secara langsung sehingga pembeli tidak dapat melihat memeriksa secara langsung barang yang akan ia beli, setiap penjual tentu saja tidak semua bisa jujur dalam memperdagangkan barangnya barang yang ia jual dengan informasi yang diterima pembeli sering kali tidak sesuai dengan ekspektasi bahkan terdapat cacat pada barang yang dijual oleh penjual. Sesuai ketentuan pada pasal 4 Undang-undang Noomro 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Pembeli berhak menerima informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai kondisi serta keadaan barang yang akan ia beli dan memperoleh jaminan terhadap barang yang diperjual belikan. Oleh sebab itu segala upaya harus dilakukan oleh negara (dalam hal ini pemerintah) untuk mewujudkan situasi persaingan yang sehat dan melindungi kepentingan konsumen. Pasar dengan kondisi persaingan yang sehat dikenal juga dengan istilah pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna adalah pasar di mana tidak ada pembeli atau penjual yang

memiliki kekuatan cukup signifikan untuk mampu mempengaruhi harga barang-barang yang dipertukarkan sehingga konsumen dapat dilindungi (Apriani, 2019)

Hal seseorang memakai barang (konsumsi) yang diacuhkan oleh pihak pemilik barang (pengusaha) harus dicermati dengan seksama. Di zaman globalisasi seperti sekarang ini, banyak pedagang ilegal (bebas) dan banyak muncul beragam jenis barang/layanan yang ditawarkan terhadap konsumen baik itu dengan cara menggunakan iklan, diskon dan baliho maupun diletakkan secara langsung. Jika dalam memilih sebuah produk pembeli tidak memperhatikan bentuk dan memilih produk yang ingin dibeli dengan tidak teliti, maka konsumen hanya dijadikan sebagai objek dalam mengeksploitasi produk dari pemilik produk tersebut yang tidak memperhatikan kerugian yang akan dialami oleh konsumen. Tanpa disadari, konsumen akan menerima begitu saja produk yang dijual oleh pihak penjual dan menerimanya.

Akhir-akhir ini kita sering dikejutkan dengan pemberitaan mengenai produk-produk seperti makanan dan pakaian yang menggunakan bahan pengawet atau barang yang di foto ternyata tidak cocok dengan barang yang diterima oleh pembeli. Sebagai seorang konsumen, tentu kita menyadari bahwa kita telah dibohongi, dengan bentuk produk yang dibeli namun tidak cocok dengan produk yang diterima artinya foto yang dicantumkan di aplikasi penjual ternyata tidak cocok dengan produk yang kita terima. Kondisi ini menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap barang yang dibeli dan menyebabkan kerugian pada diri konsumen. Kenyataan di atas memberikan contoh baha masalah perlindungan

terhadap konsumen merupakan kasus yang serius. Namun sayangnya, kasus seperti ini baru dibicarakan saat banyak diangkat dalam berita di berbagai media.

Permasalahan yang kerap dikomentari seorang konsumen berkenaan dengan pelanggan yang menyimpannya diantaranya adalah :

- a. Konsumen kecewa kepada pihak yang bersangkutan dalam pengiriman produk
- b. Produk yang diterima seringkali tidak mirip dengan produk yang dipesan
- c. Bentuk produk yang kurang bagus
- d. Pengantaran produk atau pelayanannya yang kurang memuaskan
- e. Membohoni konsumen tentang produk yang ditawarkan dengan berbagai alasan.

Perlindungan konsumen merupakan bidang hukum yang tidak bisa dipisahkan serta di tarik batasannya dari hukum. Konsumen berhak memperoleh kenyamanan serta keamanan dari produk dan pelayanan yang ditawarkan kepadanya. Jenis produk serta pelayanan tidak boleh membahayakan atau merugikan salah satu pihak jika dikonsumsi atau dipakai agar konsumen tidak dirugikan secara jasmani maupun rohani.

Setiap produk yang ditawarkan kepada konsumen lewat media online, harus disertai informasi yang jelas, agar tidak memanipulasi pembeli. Informasi ini diperlukan agar seorang pembeli tidak merasa bingung oleh produk atau[un layanan yang diatwarkan kepadanya. Jika konsumen merasa kuantitas atau kualitas produk atau layanan yang dikonsumsi kurang sesuai dengan gambar yang disediakan oleh aplikasi online tersebut, maka ia harus mendapat ganti rugi yang sesuai. Bentuk dan hasil ganti rugi itu harus sesuai dengan ketentuan yang sudah disepakati sebelumnya, dalam perjanjian kepada semua pihak. Agar

terhindar dari segala bentuk ganti rugi, pemilik barang harus mencantumkan informasi tentang hubungan hukum antara pemilik produk/penjual dengan pembeli produk/konsumen. Klausul sama seperti “barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan” dalam bentuk yang lazim ditemukan di toko-toko atau aplikasi belanja online. Berita yang disiarkan dengan cara tidak memberi tahu kepada siapapun tidak akan dapat menghilangkan hal seorang pembeli untuk menginginkan ganti rugi yang dialami pembeli (Kristiyanti, 2009).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka pokok masalah beserta pengkajian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum atas konsumen Lazada (situs jual beli online) di Pekanbaru ?
2. Apakah ada faktor dan hambatan atas konsumen Lazada di Pekanbaru ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum atas konsumen Lazada (situs jual beli online) di Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui faktor dan hambatan atas konsumen Lazada di Pekanbaru yang melakukan jual beli melalui situs belanja online.

2. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis dan pembaca

Observasi ini dapat menambah pengetahuan serta wawasan penulis dan pembaca tentang bagaimana dampak hukum bagi barang atau layanan yang tidak sesuai, keterlambatan barang yang dipesan melalui situs belanja online, serta mengetahui bagaimana penerapan hukum yang ada di dalamnya.

2. Bagi Konsumen

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat membantu memberikan masukan yang berguna bagi konsumen yang melakukan pembelian barang melalui situs online.

3. Bagi Fakultas Hukum Universitas Islam Riau

Sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum dan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum khususnya bidang Hukum Bisnis.

D. Tinjauan Pustaka

1. Perlindungan Hukum atas Konsumen

Menghadapi cepatnya perkembangan perekonomian nasional saat ini yang semakin kompetitif serta harus menghadapi tantangan yang semakin banyak diiringi dengan kemajuan dalam sistem keuangan yang diterapkan sehingga dibutuhkan adanya penyesuaian kebijakan di berbagai bidang khususnya di bidang hukum dan ekonomi.

Hukum dalam kehidupan bermasyarakat adalah sarana untuk memberikan ketentraman dan ketertiban dalam kehidupan bermasyarakat, dengan adanya hukum maka hubungan antar anggota masyarakat dapat dijaga kepentingannya. Hukum merupakan bentuk perlindungan bagi kepentingan manusia dalam bentuk norma atau kaedah. Hukum sebagai kumpulan peraturan atau kaedah mengandung isi yang bersifat umum dan normatif, hukum berlaku bagi setiap orang, sifat normatif artinya ada hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan, hukum juga menentukan cara melaksanakan kepatuhan berdasarkan kaedah yang ada (Mertokusumo, 2003:39).

Pada dasarnya adanya hubungan subjek hukum dan objek hukum yang dilindungi oleh hukum, pada akhirnya akan menimbulkan hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban yang timbul dari hubungan hukum tersebut harus dilindungi oleh hukum agar anggota masyarakat merasa aman dalam melaksanakan kepentingannya. Kondisi ini berarti bahwa perlindungan hukum dapat diartikan sebagai suatu jaminan atau kepastian bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang menjadi hak serta kewajibannya dengan demikian, setiap orang akan merasa aman.

Perlindungan Hukum merupakan bagian dari sarana dalam memberi hak dan kewajiban kepada subjek hukum agar dapat memperoleh keadilan, perlindungan hukum ini dapat digunakan untuk mempertahankan hak dan berkaitan terhadap bagaimana hukum memberikan keadilan kepada setiap subjek hukum yang menerima pelanggaran (Soelistyandari, 2007:283).

Nicolai memberikan pengertian mengenai hak dan kewajiban sebagai berikut: (hak merupakan suatu hal yang mengandung kebebasan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu serta hal yang dianggap oleh pihak lain untuk melakukan tindakan tertentu. Sedangkan kewajiban merupakan hal yang membuat keharusan untuk melakukan atau tidak melakukan hal tertentu) (Soelistyandari, 2007:283).

Perlindungan hukum itu dapat bersifat *preventif* maupun *represif* menurut Philipus M Hadjon terdapat dua macam perlindungan hukum bagi masyarakat yaitu perlindungan hukum yang sifatnya *preventif* tujuannya adalah untuk mencegah agar tidak terjadi persengketaan kemudian perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk menyelesaikan setiap persengketaan yang ada.

Setiap tindakan perlindungan hukum, minimal harus ada dua pihak dan perlindungan hukum tersebut harus fokus pada salah satu pihak yang bersengketa dimana pihak pemerintah di salah satu pihak dengan tindakan-tindakannya, dan rakyat di pihak lain yang dikenai oleh tindakan-tindakan pemerintah tersebut (Soelistyandari, 2007:284).

Seperti dikemukakan oleh Rahardjo (2005:121) bahwa perlindungan hukum merupakan benjut-bentuk upaya untuk melindungi setiap kepentingan orang per orang melalui penerapan kekuasaan agar dapat bertindak sesuai dengan kepentingannya. Adapun sifat dan tujuan dari hukum menurut Rahardjo (2005:121) adalah memberikan pengayoman kepada masyarakat dengan demikian perlindungan hukum kepada masyarakat diwujudkan dalam bentuk pemberian

kepastian hukum itu sendiri. Selanjutnya menurut Darmodiharjo dan Shidarta (2006:155) tujuan hukum adalah memberikan kepastian hukum, kemanfaatan, serta keadilan bagi masyarakat. Hukum yang ideal adalah apabila dapat menerapkan ketiga unsur tersebut dengan tepat.

Terkait dengan perlindungan hukum, Shidarta (2006:19) menyatakan bahwa tindakan perlindungan konsumen merupakan segala bentuk kegiatan yang bertujuan untuk menjaga kepentingan masyarakat sehingga dapat hidup dengan aman dan nyaman serta sejahtera. Sidharta (2006:19) juga menambahkan bahwa upaya perlindungan konsumen merupakan bentuk perlindungan hukum dengan demikian setiap tindakan perlindungan hukum konsumen dapat menimbulkan aspek pada hukum. Aspek-aspek yang bisa memperoleh perlindungan hukum tersebut tidak hanya bersifat fisik tetapi juga meliputi hak-hak masyarakat, dengan demikian tindakan perlindungan hukum konsumen merupakan bentuk perlindungan dalam hukum terhadap hal-hak masyarakat selaku konsumen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen ini merupakan bagian hukum yang berisi asas-asas ataupun kaidah-kaidah yang bersifat dapat mengatur serta melindungi kepentingan dari konsumen itu sendiri (Nasution, 2002:22). Hukum konsumen memiliki arti yaitu keseluruhan kaidah-kaidah didalam hukum yang dapat mengatur hubungan pada setiap permasalahan yang ditimbulkan oleh para pihak-pihak yang terkait dengan barang dan jasa yang diperjualkan kepada konsumen.

Hondius dalam Badruzaman (1986:57) menyatakan bahwa yang disebut konsumen yaitu setiap warga negara atau orang yang menjadi pemakai akhir dari

suatu produk atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*) berdasarkan pengertian tersebut maka dapat dilihat bahwa ada dua unsur yang penting untuk diperhatikan disini yaitu:

- 1) Konsumen, adalah orang yang mengkonsumsi sedangkan
- 2) Barang atau Jasa, adalah sesuatu yang digunakan untuk kepentingan pribadi konsumen dan keluarganya.

Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum (Ali, 2002:85). Maka hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat (Ali, 2002:86). Tegasnya, hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen (Samsul, 2004:34).

Hak konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa dan harta bendanya karena memakai atau mengkonsumsi produk. Dengan demikian setiap produk, baik dari segi komposisi bahannya, dari segi desain dan konstruksi, maupun dari segi kualitas nya harus diarahkan untuk mempertinggi rasa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen (Sidabalok, 2004:35).

2. Tinjauan Tentang Perjanjian

Didalam bahasa Belanda istilah perjanjian dikenal juga dengan *overeenskomst* yang artinya adalah persetujuan atau perjanjian. Persetujuan atau perjanjian ini memiliki definisi yang sama yang dimana kata perjanjian memiliki makna yaitu para pihak yang melakukan perjanjian telah sepakat kepada perjanjian yang telah dibuat, sedangkan persetujuan memiliki arti yaitu pihak-pihak yang melakukan perjanjian tersebut juga telah secara bersama-sama menyetujui sesuatu yang diperjanjikan.

Menurut J. Satrio (2002:146) yang menyatakan bahwa asal kata dari perjanjian ini yaitu kata “janji” yang meiliki arti adalah sesuatu masalah yang ada kemudian dibuat suatu pernyataan oleh seseorang yang berikan kepada orang lain. Maka perjanjian dapat didefinisikan sebagai suatu pernyataan yang disepakati oleh dua orang atau lebih yang bersifat mengikat dan menimbulkan prestasi serta menimbulkan kewajiban agar kesepakatan tersebut dipenuhi.

Perjanjian merupakan suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih yang sepakat untuk berjanji mengenai harta benda yang kemudian dilaksanakan dan pihak lain berhak menuntut dari pelaksanaan perjanjian yang telah dilakukan (Prodjodikoro, 2011:4). Menurut Subekti (1990:1) Perjanjian merupakan peristiwa yang terjadi dimana seseorang yang memberikan janji kepada seseorang yang lain atau dua orang yang saling memberikan janji untuk melaksanakan dan melakukan sesuatu hal.

Definisi mengenai Perjanjian/persetujuan ini sendiri juga diatur pada didalam KUH Perdata pada pasal 1313 yang berbunyi “Perjanjian merupakan

suatu perbuatan yang dibuat oleh dua orang atau lebih yang bersifat mengikatkan dirinya kepada orang lain. Beberapa ahli hukum telah memberikan pendapat mengenai definisi perjanjian atau rumusan Pasal 1313 KUH Perdata beberapa diantaranya telah penulis sebutkan diatas, selain Pendapat dari Subekti (1990: 2) diatas mengenai perjanjian, beliau berpendapat pula bahwa perjanjian ini merupakan rangkaian dari perikatan yang didalamnya mengandung janji-janji atau berisi kesanggupan dari yang telah menulis dan mengucapkan janji-janji tersebut.

Setiawan (1986:12) memberi definisi bahwa suatu perjanjian merupakan perbuatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih yang saling mengingatkan dirinya satu sama lain. Setiawan beranggapan bahwa pasal 1313 yang teradapat didalam KUH Perdata memiliki kelemahan yaitu, pada pasal tersebut tidak menjelaskan secara rinci dan lengkap karena hanya menyebutkan dari satu pihak saja seolah-olah perjanjian tersebut hanya perjanjian yang disepakati satu pihak saja sedangkan perjanjian yang terjadi adalah persetujuan dari dua pihak atau lebih, kelemahan lainnya yaitu hanya menyebutkan kalimat perbuatan saja sehingga ini terlihat rancu dan memiliki pengertian yang lebih luas.

Maka sehubungan dengan pernyataan tersebut diberikan perbaikan mengenai pasal diatas, yaitu:

- 1) Perbuatan diberikan definisi sebagai kata atau perilaku yang bertujuan menimbulkan perbuatan hukum.
- 2) Memberi tambahan berupa kata saling mengikatkan diri.

Dari perubahan yang telah diberikan diatas, maka Pasal 1313 KUH Perdata diubah menjadi:

“ Perjanjian merupakan suatu perbuatan atau tindakan hukum yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang saling mengikatkan diri satu sama lain”

Definisi yang diberikan tersebut dapat memberi pendapat bahwa suatu perjanjian bisa menimbulkan dan melahirkan sebuah perikatan, yang memiliki hubungan hukum kepada dua pihak atau lebih yang masing-masing memiliki hak dan kewajiban atas suatu prestasi, Berdasarkan ketentuan Pasal 1233 KUH Perdata yang berbunyi: “Setiap perikatan dilahirkan dari perjanjian maupun dari undang-undang”

Pandangan berbeda-beda yang diberikan para ahli hukum tersebut timbul dikarenakan beberapa pihak melihat dari sudut pandangan hukumnya, sedangkan beberapa pihak yang lain memandang objeknya dari perbuatan yang di perbuat subyek hukumnya. Perbedaan ini lah yang membuat batasan-batasan sendiri bagi para ahli hukum dalam memberikan definisi mengenai perjanjian. Sudikno pula memiliki pandangan dan pendapat mengenai perjanjian ini ia mengatakan bahwa “Perjanjian merupakan suatu hubungan hukum yang dibentuk oleh dua orang atau lebih yang menimbulkan akibat hukum dan berdasarkan pada kata sepakat” (Mertokusumo, 1985:97).

Perjanjian pada dasarnya merupakan suatu proses dalam berinteraksi yang dapat menimbulkan hubungan hukum dan perbuatan hukum dimana pihak yang satu memberikan penawaran sedangkan pihak satu yang lain menerimanya agar

tercapainya kesepakatan dalam perjanjian tersebut yang telah mengikat kedua belah pihak. Pengertian dari perjanjian yang tercantum pada Pasal 1313 KUH Perdata ini telah mendapat komentar dari para ahli hukum, mereka memberi kritikan karena definisi yang diberikan memiliki kelemahan dan perlu ada koreksi di sebabkan dalam melakukan suatu perjanjian maka ada dua pihak yaitu pihak yang wajib berprestasi disebut dengan (*Debitur*) dan pihak yang berhak menerima prestasi itu disebut dengan (*Kreditor*) oleh sebab itu pada prakteknya menimbulkan perdebatan mengenai batasan-batasan yang dirasa kurang lengkap.

Dari penjelasan diatas, maka perjanjian itu mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- 1) Para Pihak, dua orang atau lebih (*subjek*)
- 2) Persetujuan dari Para Pihak (*consensus*)
- 3) Memiliki tujuan yang harus di capai
- 4) Prestasi yang harus dilakukan atau dilaksanakan
- 5) Berbentuk Lisan atau Tulisan
- 6) Untuk membuat perjanjian harus ada syarat-syarat tertentu

3. Jual Beli

Secara kebahasaan jual beli diartikan sebagai menukar harta dengan harta lainnya. Sedangkan secara terminologis, jual beli dimaknai sebagai transaksi penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan. Jual beli menjadi bagian terpenting dalam kegiatan usaha perekonomian karena langsung berhubungan dengan konsumen. Jual beli adalah sebuah proses pemindahan hak milik berupa barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai salah satu

alat tukarnya. Masing-masing pihak dalam proses ini dinamakan penjual dan pembeli.

Penjual adalah orang atau sekelompok orang yang mengeluarkan barang untuk diperdagangkan, sedangkan pembeli adalah orang atau sekelompok orang yang berusaha menjadikan barang atau harta tersebut miliknya dengan cara membayar kepada pihak penjual.

Jual beli menurut Subekti (2005: 20) adalah jual beli sebagai perjanjian timbal balik dimana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang sedangkan pihak lainnya (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri dari atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak tersebut. Menurut Muhammad (2010:243) mengenai pengertian dari perjanjian jual beli merupakan perjanjian yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli dimana penjual menyetujui memindahkan hak milik atas barangnya kepada pembeli dengan cara pembeli membayar sejumlah uang sebagai imbalan atas barang yg diterimanya ini disebut dengan harga.

Pengaturan mengenai perjanjian jual beli ini diatur pada Buku Ke-III di Bab Ke-V KUH Perdata tentang Jual Beli yakni terdapat pada Pasal 1457 sampai pada Pasal 1540 KUH Perdata. Pengertian jual beli secara yuridis diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdata Jual beli adalah suatu persetujuan di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Sesuai dengan pengertian dalam Pasal 1457 KUHPPerdata di atas, maka ada tiga makna pokok dari jual beli yaitu:

- 1) Kesepakatan mengenai jenis dan bentuk benda yang dijual
- 2) Kesepakatan mengenai harga benda yang dijual
- 3) Penyerahan benda, yaitu mengalihkan hak kepemilikan atas kebendaan yang telah dijual.

Unsur-Unsur Jual Beli terdiri dari :

- 1) Barang/Benda yang diperjualbelikan.
Barang/benda yang harus diserahkan dalam persetujuan jual beli adalah barang berwujud benda/zaak. Barang adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan objek harta benda atau harta kekayaan.
- 2) Harga.
Harga berarti suatu jumlah yang harus dibayarkan dalam bentuk uang. Pembayaran harga dalam bentuk uang lah yang dikategorikan jual beli. Harga ditetapkan oleh para pihak (Harahap, 1986:182)
- 3) Kewajiban utama yang harus dilakukan pembeli yaitu melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang telah disepakati, Pembeli dapat memilih metode pembayaran sebagai berikut :
 - a) Jual Beli Tunai Seketika
 - b) Jual Beli dengan Cicilan/Kredit
 - c) Jual Beli dengan Pemesanan/Indent.

4. Jual Beli Online

Kegiatan dalam melakukan Jual Beli menggunakan media internet agar mendapatkan suatu keuntungan atau uang disebut dengan Jual Beli Online. Salah satu kelebihan dalam melakukan jual beli online ini yaitu dalam memasarkan Barang/Jasa nya tidak memiliki batasan daerah, tidak memerlukan stok yg banyak asal memiliki akses internet yang baik maka kegiatan jual beli dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, maka penjual akan mengantar pesanan ketempat tujuan pembeli dan dibungkus dengan rapi. Namun kelemahan yang telah penulis

sebutkan yaitu pembeli tidak bisa melihat dan memeriksa secara langsung kondisi barang yang akan di belinya tak jaraang seringkali penjual bahkan menipu pembelinya dengan memberi informasi yang tidak jujur sehingga pembeli menjadi tidak yakin dalam melakukan jual beli secara online ini maka dari itu pembeli harus lebih selektif lagi dalam melakukan pembelian secara online, kendala lain yaitu barang yang telah di beli sering kali juga tidak sampai tepat padan waktunya kepada sesuai dengan yang telah dijanjikan.

4. Tinjauan terhadap Aplikasi Lazada

Di indonesia banyak bermunculan aplikasi Bisnis Online yaitu salah satunya situs belanja online Lazada. Situs belanja online ini meyediakan berbagai macam barang yaitu seperti pakaian, alat-alat kesehatan, perlengkapan bayi, mainan anak-anak, barang-barang elektronik, perlengkapan rumah tangga, produk kecantikan, serta perlengkapan olahraga hingga makanan dan lain-lain. Situs belanja online ini bergerak pada bidang IT atau Teknoogi Informasi dan Komunikasi.



Lazada Group merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang e-commerce dan berada di Asia Tenggara, Lazada Group didirikan oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant pada tahun 2012, dan perusahaan ini dimiliki oleh Alibaba Group.

Tanggal didirikan	: Singapura, 27 Maret 2012
Pemilik	: Alibaba Group
CEO	: Peng Lei (Mar 2018–)
Kantor Pusat	: Singapura
Jenis usaha	: Swasta
Wilayah operasi	: Asia Tenggara
Pendiri	: Alexander Samwer, Marc Samwer, Oliver Samwer
Tokoh Penting	: Pierre Poignant (CEO)
Jasa	: e-commerce
Peringkat Alexa	: No 11 36,775

5. Konsep Operasional

Agar dalam memahami penelitian ini tidak terjadi salah dalam penafsiran pada penelitian ini, maka penulis akan menjelaskan istilah apa saja yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Perlindungan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tempat berlindungnya konsumen berupa perbuatan dan sebagainya sehingga konsumen merasa aman dan nyaman.

Hukum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah aturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah dan undang-undang, peraturan dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat.

Terhadap menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) istilah kata depan untuk menandai arah kepada lawan.

Kerugian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah menanggung atau menderita rugi.

Konsumen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakai, makanan dan sebagainya).

Jual beli menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah persetujuan saling mengikat antara penjual yakni pihak yang menyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.

Situs menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daerah temuan benda-benda.

Online/internet menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah jaringan computer dan jaringan komunikasi elektronik yang saling terhubung yang fasilitasnya berupa fasilitas pada computer yang kemudian terorganisasi pada sistem telepon atau satelita.

Lazada merupakan suatu aplikasi yang menawarkan suatu produk atau barang dan jasa untuk memudahkan masyarakat untuk melakukan pembelian barang/atau jasa.

Pembinaan terhadap penyelenggaraan penjualan terhadap seorang pembeli (konsumen) ialah salah satu aspek struktur yang dibutuhkan dalam menjamin agar apa saja yang dicita-citakan oleh pembentuk undang-undang (dalam hal ini UUPK) dapat tercapai. Melalui pembinaan ini, diharapkan berbagai aspek yang dipandang dapat menghambat pencapaian tujuan diberlakukannya undang-undang baik secara langsung maupun bertahap, dapat teratasi. Selain daripada itu dengan adanya pembinaan ini diharapkan akan terjadi percepatan dalam upaya-upaya pemberian perlindungan hukum terhadap konsumen.

Secara normatif pembinaan tersebut diatur di dalam :

1. Pasal 29 UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) jo.
2. Peraturan Pemerintah Np. 58 Tahun 2011 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen.

Pembinaan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen yang merupakan tanggung jawab pemerintah diselenggarakan oleh Menteri, menurut Pasal 1 Angka 13 UUPK jo. Pasal 1 Angka 9 PP No. 58 Tahun 2001 (Wardiono, 2014).

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang hendak penulis lakukan merupakan penelitian dengan jenis *observational research* atau dikenal dengan penelitian survey. Penelitian ini dilakukan secara langsung ke tempat yang dijadikan objek permasalahan dalam penelitian dengan mempergunakan wawancara dan kuesioner sebagai alat dari pengumpulan data (Syafrinaldi, 2017:14).

Kemudian penulis juga menggunakan sifat dari penelitian yaitu berupa deskriptif, yaitu penulis mencoba memberikan gambaran secara rinci tentang Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online) di Pekanbaru.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan terhadap perlindungan hukum atas konsumen Lazada (situs jual beli online) di Kota Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan bagian dari himpunan yang dijadikan subjek penelitian (Sunggono, 2005:118). Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari

populasi yang dapat mewakili keseluruhan objek penelitian untuk mempermudah peneliti dalam menentukan penelitian (Sunggono, 2005:118). Responden adalah pihak yang dapat menjadi subjek peneliti untuk mendapatkan data pada waktu melakukan penelitian di lapangan.

Berikut dapat diketahui populasi dan sampel yang dijadikan subjek penelitian adalah :

1. Penyedia Layanan/Produsen Portal Lazada
2. Karyawan/Kurir Lazada
3. Konsumen

Supaya lebih jelas, mengenai populasi dan sampel ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Populasi dan Sampel

No	Kriteria Populasi	Responden	Sampel	Persen	Keterangan
1	Penyedia layanan/produsen Portal Lazada	10	1	10%	Sensus
2	Karyawan/kurir Lazada	10	5	50%	
3	Konsumen	100	40	25%	
	Jumlah	120	46		

Sumber : Data Lapangan atas Konsumen, September 2019

Adapun metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode sensus. Metode sensus ini adalah metode yang sering dipakai dalam penelitian dengan populasi yang kecil atau tidak banyak. Sehingga memungkinkan penulis menggunakan populasi secara keseluruhan

sebagai sampel (Syafrialdi, 2017). Metode ini digunakan terhadap penyediaan layanan/produsen Lazada dan Karyawan/Kurir Lazada karena populasinya kecil.

Sedangkan untuk konsumen Lazada penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan cara mengambil subjek yang didasarkan pada tujuan tertentu yaitu memilih kelompok subjek didasarkan pada ciri-ciri tertentu yang memiliki sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Syafrialdi, 2017).

4. Sumber Data

Untuk membantu pelaksanaan penyelesaian sebuah penelitian, penulis menggunakan sumber data yaitu:

a. Data Primer

Hasil primer adalah hasil utama yang diperoleh dari hasil wawancara dan survey kepada responden atau sampel. Data ini dapat berasal dari masyarakat yang pernah melakukan pembelian barang melalui belanja di situs online Lazada dan dari sumber lainnya yang terpenting data tersebut harus berhubungan langsung dengan pokok permasalahan.

5. Alat Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner yaitu alat pengumpulan hasil yang dilakukan beserta cara penelitian dengan membuat daftar

pertanyaan secara tertutup atau terbuka kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Daftar pertanyaan harus disesuaikan dan memiliki hubungan erat dengan masalah yang diteliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengambilan data yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada siapapun yang menjadi responden.

6. Analisis Data

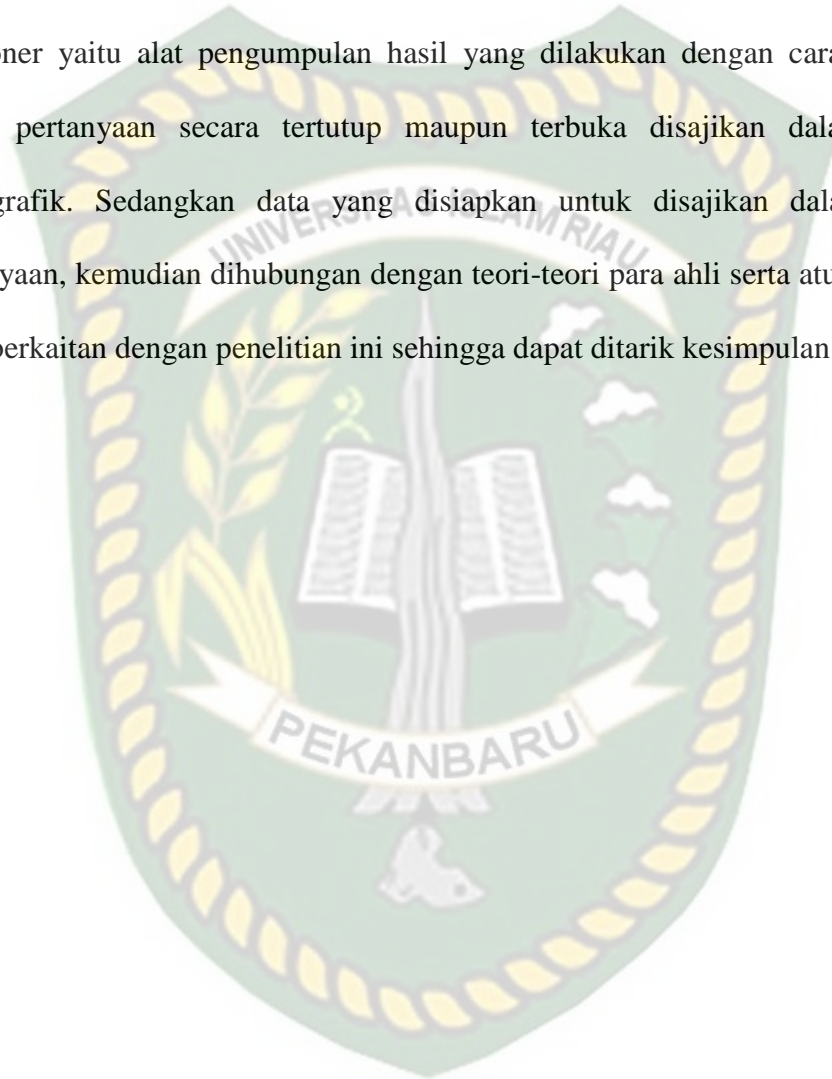
Penelitian yang penulis lakukan dalam menyusun skripsi ini yaitu merupakan penelitian Hukum Normatif. Dengan cara melakukan pengolahan data dalam melakukan analisa terhadap masalah yang akan diteliti, Analisis data dilakukan dengan cara:

- a. Mengumpulkan hasil kuesioner dan wawancara yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.
- b. Menganalisa hasil kuesioner yang disebar dan hasil wawancara
- c. Memilih norma dan kaidah hukum atau doktrin yang sesuai dengan masalah yang akan diteliti
- d. Mensistematisasikan kaidah-kaidah hukum, asas atau doktrin.
- e. Memberikan penjelasan terhadap hubungan-hubungan dalam berbagai konsep, pasal dan doktrin yang sesuai
- f. Menarik kesimpulan dengan pendekatan deduktif.

7. Metode Penarikan Kesimpulan

Metode penarikan kesimpulan pada penelitian ini adalah metode primer, yaitu hasil pertama yang diperoleh dari penelitian melalui populasi yang dijadikan

sampel. Hasil ini dapat berasal dari sekumpulan konsumen yang melakukan pembelian barang melalui situs online (Lazada) yang penting hasil tersebut terkait dengan masalah pokok yang dibicarakan. Selanjutnya hasil yang berasal dari kuesioner yaitu alat pengumpulan hasil yang dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan secara tertutup maupun terbuka disajikan dalam bentuk tabel/grafik. Sedangkan data yang disiapkan untuk disajikan dalam bentuk pertanyaan, kemudian dihubungkan dengan teori-teori para ahli serta aturan hukum yang berkaitan dengan penelitian ini sehingga dapat ditarik kesimpulan.



BAB II

TINJAUAN UMUM

A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum Atas Konsumen

1. Hak Konsumen

Dalam menggunakan situs online telah diatur aspek-aspek berupa hak yang diterima konsumen yang disebut hak konsumen, hak konsumen ini di bagi dua yaitu Hak bagi konsumen agar memperoleh prestasi yang telah dijanjikan, sedangkan yang kedua Hak bagi Konsumen untuk memperoleh ganti rugi apabila terjadi wanprestasi dalam melakukan perjanjian jual beli tersebut. Di Indonesia ada dua Undang-undang yang mengatur mengenai Hak konsumen, ketentuan ini terdapat pada Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ketentuan kedua terdapat pada KUH Perdata, didalam KUH Perdata beberapa pasal ini mengatur mengenai ganti kerugian sebagai Hak dari konsumen, pasal-pasal yang mengatur yaitu pada Pasal 1480, Pasal 1481, Pasal 1487, Pasal 1496, Pasal 1501, dan Pasal 1509 KUH Perdata. Pada Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ada delapan aspek yang mengatur mengenai hak konsumen yang penulis rangkum, yaitu :

1. Konsumen BerHak menerima dan mengkosumsi Barang/Jasa secara nyaman, aman dan terjaga keselamatannya.
2. Konsumen BerHak dalam mendapatkan dan memilih barang/jasa yang sesuai dengan kondisi dan jaminan yang diperjanjikan penjual serta dapat menyesuaikan dengan nilai tukar barang/jasa yang dibeli.
3. Konsumen berHak menerima informasi yang jujur, yang benar dan jelas atas kondisi barang/jasa yang diterimanya serta memperoleh jaminan dari barang/jasa tersebut.

4. Konsumen BerHak menyampaikan dan memiliki hak untuk didengar keluhannya atas barang/jasa yang digunakannya.
5. Apabila mengalami sengketa maka konsumen BerHak mendapatkan advokasi, perlindungan serta upaya penyelesaian sengketa sebagai bentuk dari perlindungan konsumen secara adil.
6. Konsumen BerHak menerima pembinaan serta pendidikan bagi konsumen.
7. Konsumen BerHak menerima pelayanan secara benar dan diperlakukan secara jujur serta tidak diskriminatif.
8. Apabila barang/jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan maka konsumen berhak memperoleh ganti rugi dan/atau penggantian serta kompensasi sebagaimana mestinya.

Hak- hak konsumen yang telah disebutkan diatas dapat dikatakan belum sioenuhi oleh situs belanja online, dan belum memenuhi aspek mengenai hak-hak konsumen, hal ini menjadi suatu anggapan bahwa hak-hak yang harusnya diperoleh konsumen nelum dilindungi dan dipenuhi oleh pihak penjual. Pada umumnya pihak konsumen tidak dapat berbuat apa-apa dimana mereka harus menerima perjanjian tersebut, mereka harus bersedia tidak memperoleh barang, pelayanan, dan jasa yang di-inginkan. Sehingga adalah penting pemerintah untuk melindungi hak hak prinsipil konsumen sebagaimana yang diamanatkan dalam Pembukaan UUD Negara RI Tahun

945 yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia. Perlindungan Konsumen merupakan masalah kepentingan manusia dan menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha san pemerintah (Rahdiansyah, 2018)

2. Kewajiban Pelaku Usaha

Pengaturan mengenai kewajiban pokok dalam melakukan transaksi jual beli terdapat pada Bab Jual Barang angka 15 dan pada Bab Transaksi angka 7, kewajiban bagi penjual atau pelaku usaha terdapat pada Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen, bagi situs belanja online mereka hanya membuat dan menerapkan tiga kewajiban yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan barang
2. Pelaku usaha memiliki kewajiban agar memberikan informasi secara jelas dan benar.
3. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk melakukan ganti rugi.

Tetapi didalam peraturan perundang-undangan di Indonesia tidak hanya menerapkan tiga kewajiban tersebut namun diatur lebih rinci sehingga tidak ada yang merasa dirugikan antara kedua belah pihak terutama konsumen, seperti contoh peraturan diluar dari kewajiban yang telah disebutkan diatas yaitu Pasal 1473 KUH Perdata yang mengatur mengenai kejelasan dari penjual dalam melakukan transaksi dan untuk apa mengikatkan diri, pada Pasal 1476 mengatur tentang biaya dalam penyerahan barang dari penjual, pasal-pasal lain dalam KUH Perdata yaitu Pasal 1477, Pasal 1481, Pasal 1482, Pasal 1483, yang Pasal-pasalnya mengatur mengenai ganti rugi, selain KUH Perdata Undang-undang lain yang mengatur mengenai kewajiban pelaku usaha terdapat pada Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang telah konsumen sebutkan diatas, diantaranya sebagai berikut:

- Huruf (a) menyebutkan mengenai itikad baik
- Huruf (b) menyebutkan mengenai informasi

Huruf (c) menyebutkan mengenai bagaimana pelayanan yang baik terhadap konsumen

Huruf (d) menyebutkan mengenai jaminan mutu barang

Huruf (e) menyebutkan mengenai garansi

Huruf (f) menyebutkan mengenai ganti rugi terhadap penggunaan suatu barang,

Huruf (g) menyebutkan mengenai ganti rugi apabila terjadi wanprestasi.

Namun pada situs belanja online hanya berpedoman pada peraturan yang dia buat yaitu pada kewajiban dalam menyampaikan informasi secara benar, jelas, dan jujur, dalam menyerahkan barang, dan ganti rugi tanpa memperhatikan peraturan tertulis yang telah dibuat dan dibukukan dalam bentuk peraturan perundang-undangan, karena para pemilik situs belanja online berfikir bahwa setelah memenuhi tiga kewajiban pelaku usaha tersebut maka telah terpenuhi segala kewajiban mereka.

Padahal banyak kewajiban dari pelaku usaha yang harus dipenuhi selain dari 3 aturan yang mereka buat tersebut, seperti yang telah penulis sebutkan diatas yaitu didalam KUH Perdata pada Pasal 1473, Pasal 1476, Pasal 1477, Pasal 1481, Pasal 1482, Pasal 1483, Pasal 1488, Pasal 1499, Pasal 1508, dan Pasal 1510 didalam undang-undang lain yaitu pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

3. Wanprestasi dan Akibat Hukumnya

Apabila penjual melakukan wanprestasi dalam melakukan perjanjian jual belinya, maka ada pula peraturan yang berlaku mengatur mengenai wanprestasi, dan akibat hukum dalam melakukan wanprestasi yang diatur didalam KUH Perdata yaitu pada Pasal 1243 dan pada Pasal 1480 didalam bab ini diatur

mengenai ganti rugi apabila melakukan wanprestasi, peraturan perundang-undangan yang lain mengatur mengenai akibat hukum dari melakukan wanprestasi terdapat pada Pasal 16, Pasal 17 dan Pasal 18 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal ini berisi berupa akibat wanprestasi dalam pembatalan perjanjian.

Namun secara umum dan lebih rinci mengenai wanprestasi secara lengkap diatur didalam KUH Perdata, seperti pada Pasal 1238 KUH Perdata didalam pasal ini selain disebutkan mengenai definisi dari wanprestasi juga diatur mengenai akibat hukum dari wanprestasi salah satunya lalai, Lalai yang maksud pada Pasal 1243 KUH Perdata yaitu berarti tidak melaksanakan perjanjian sebagaimana yang telah diperjanjikan, melaksanakan perjanjian tetapi terlambat dari waktu yang telah diperjanjikan, melanggar perjanjian dengan cara melakukan sesuatu yang di dalam perjanjian tidak boleh dilakukan, maka didalam aturan yang dibuat situs belanja online mengenai wanprestasi dan akibat hukumnya telah menyesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti aturan mengenai wanprestasi dan akibat hukumnya yang dibentuk oleh situs belanja onlinen yaitu melakukan kelalaian dengan tidak melakukan sesuatu yang sebelumnya ia sanggupi, maka akibat hukum yang dtimbulkan adalah Ganti kerugian atau pembatalan perjanjian, ini diatur di dalam Pasal 1243 KUH Perdata angka 16, 17, 18 dan Pasal 1480 KUH Perdata angka 6 dan 10 yang mengatur mengenai akibat hukum dalam melakukan wanprestasi.

Menurut Surbekti salah satu penyebab wanprestasi timbul karena yang melakukan perjanjian menyanggupi isi perjanjian namun ketika perjanjian tersebut berjalan dia tidak dapat menyanggupinya, dan lalai dalam melakukan perjanjian yang telah disepakatinya, sehingga salah satu pihak merasa dirugikan, oleh sebab itu dibuatlah peraturan yang mengatur mengenai akibat hukum dalam melakukan wanprestasi agar terciptanya keadilan.

Penerapan dalam melaksanakan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai akibat hukum dalam melakukan wanprestasi dianggap telah sejalan dengan peraturan yang dibuat oleh situs belanja online saat ini, penggantian rugi yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan pembeli dan mengikuti prosedur didalan peraturan perundang-undangan yang berlaku, sehingga tidak ada pertentangan dengan peraturan perundang undangan yang diberlakukan oleh situs belanja online.

4. Overmacht dan Akibat Hukumnya

Overmacht merupakan tanggung jawab yang semula berada di tangan penjual telah beralih menjadi tanggung jawab pihak ekspedisi sebagai jasa pengirim dari pihak penjual kepada pihak pembeli. Namun ini bertentangan dengan Pasal 1472 KUH Perdata yang menyebutkan bahwa beban resiko tetap di tanggung penjual, tetapi pada kenyataannya resiko yang tadi seharusnya menjadi beban pihak penjual berpindah tangan kepada pihak ekspedisi atau jasa pengirim, aturan ini menjadi tidak sesuai denga peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Didalam Pasal 1472 KUH Perdata tidak mengatur mengenai peralihan beban dari pihak penjual kepada pihak ekspedisi namun hanya diatur mengenai resiko yang timbul akibat terjadinya *overmacht* yaitu perjanjian batal dan barang musnah, atau apabila pembeli hanya mendapatkan sebagian dari barang yang di beli sehingga pembeli berhak meminta uang kembali sesuai dengan harga yang telah dibayarkan dari barang yang tidak dia terima, oleh sebab itu peraturan mengenai *overmacht* ini belum sesuai antara yang terjadi dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

B. Tinjauan Umum Tentang Perikatan Situs Online

Peranan Hukum Perjanjian dalam melakukan transaksi ekonomi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dalam bentuk E-Commerce pada situs jual beli online.

1. Subjek Hukum dalam Transaksi Ekonomi di Situs Jual Beli Online

Subjek hukum dalam transaksi jual beli online ini tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, peraturan yang mengatur mengenai subjek hukum ini diatur pada Pasal 1457 KUH Perdata, Pasal 1320, dan Pasal 1330 KUH Perdata. Didalam Pasal 1457 KUH Perdata telah memberi penjelasan dalam melakukan transaksi jual beli hanya ada dua subjek hukum, yaitu subjek hukum sebagai penjual yang menjual serta menyerahkan barang dan subjek hukum pembeli yang membeli barang serta menyerahkan uang.

2. Objek Hukum Perjanjian dalam transaksi situs jual beli online

Menurut (Harahap, 1986:183) adalah yang menjadi objek didalam suatu perjanjian adalah prestasi yang harus dipenuhi. Pernyataan ini telah disebutkan didalam Pasal 1234 KUH Perdata yang dimana perikatan diperuntukkan dalam memberikan sesuatu, dalam berbuat sesuatu, atau dalam tidak berbuat sesuatu.

Didalam Pasal 1320 KUH Perdata juga telah disebutkan bahwa yang dikatakan dengan objek hukum adalah prestasi dan harus termasuk dalam suatu hal tertentu, yang dikatakan sebagai objek perjanjian didalam sebuah perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Pernyataan ini terdapat didalam Pasal 1457 KUH Perdata yang menyebutkan bahwa perjanjian yang telah disepakati dimana satu pihak berjanji untuk menyerahkan barang dan pihak lain berjanji untuk membayara sesuai harga yang telah disepakati ini disebut dengan jual beli.

Barang yang boleh diperjual belikan didalam situs online tidak boleh termasuk dalam kategori “Barang Terlarang”, daftar barang-barang terlarang ini juga diatur didalam aturan dalam penggunaan situs belanja online. karena barang merupakan objek hukum dalam sebuah perjanjian jual beli situs belanja online sehingga harus lebih diperhatikan,

Seperti yang telah dikemukakan oleh (Harahap, 1986:184) bahwa perjanjian haruslah memiliki objek yang berupa prestasi, sejalan dengan pendapat Harahap ini didalam Pasal 1234 KUH Perdata juga telah dijelaskan secara khusus bahwa dalam perjanjian jual beli yang disebut prestasi yaitu barang dan harga. Namun didalam situs belanja online yang disebut dengan objek perjanjian hanyalah berupa barang-barang

Namun selain dengan anggapan mengenai objek perjanjian yang berbeda, aturan lain yang mengatur mengenai objek hukum seperti yang terdapat pada Pasal 1234 KUH Perdata dan Pasal 1457 KUH Perdata tidak ada pertentangan baik dengan pendapat ahli hukum maupun peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam transaksi di situs jual beli online

a. Hak dan Kewajiban Penjual

Yang menjadi hak utama dari penjual dalam transaksi online sama halnya dengan penjual biasa yaitu menerima uang hasil dari hasil barang atau produk yang dia jual, ketentuan ini terdapat pada aturan penggunaan situs online dalam bab transaksi: Angka 16, Angka 17,

b. Kewajiban Penjual

Didalam perjanjian selain memiliki hak penjual juga memiliki kewajiban yang harus dipenuhi yaitu dalam memasarkan produknya penjual harus memberikan informasi secara benar, jelas dan jujur, apalagi pada sistem jualan online penjual tidak boleh menjual barang yang sudah rusak atau cacat.

c. Hak dan Kewajiban Konsumen

Berbeda dengan membeli secara langsung yang ketika konsumen telah membayar sejumlah uang sesuai dengan harga yang telah disepakati maka konsumen berhak menerima barang, namun pada sistem belanja online perpindahan barang terjadi setelah konsumen setuju membeli barang dan konsumen membayar maka setelahnya konsumen menerima nomor resi sebagai bukti dalam memindahkan hak atas barang tersebut

d. Kewajiban konsumen

Kewajiban konsumen dalam melakukan belanja situs online sama halnya berbelanja secara manual yaitu melakukan pembayaran pada harga yang telah disepakati, konsumen juga memiliki kewajiban untuk membayar secara jujur kepada penjual.

C. Tinjauan Umum Tentang PT. Lazada

Di Indonesia banyak bermunculan aplikasi Bisnis Online yaitu salah satunya situs belanja online Lazada. Situs belanja online ini menyediakan berbagai macam barang yaitu seperti pakaian, alat-alat kesehatan, perlengkapan bayi, mainan anak-anak, barang-barang elektronik, perlengkapan rumah tangga, produk kecantikan, serta perlengkapan olahraga hingga makanan dan lain-lain. Situs belanja online ini bergerak pada bidang IT atau Teknologi Informasi dan Komunikasi. LAZADA merupakan situs belanja online di Asia Tenggara yang tergabung menjadi Asia Tenggara Group LAZADA Internasional dan berdiri pada Tahun 2012 di Indonesia, jumlah karyawan LAZADA berawal hanya berjumlah 4 orang, namun bertambah menjadi 200 karyawan pada Agustus 2012 dan akan bertambah setiap bulannya.

Tom Damek selaku Managing Director di Indonesia enggan menyebutkan jumlah omset yang mereka dapatkan selama ini namun menurut tafsiran pengamat, omset LAZADA dalam sebulan mencapai milyaran rupiah. LAZADA mempunyai warehouse atau gudang seluas 2.500 meter persegi dan 5.000 meter persegi di Jakarta, hal ini merupakan upaya untuk mempertahankan pertumbuhan sebesar 20% setiap bulan. Hingga Desember 2012, LAZADA memiliki 13 kategori produk, dan lebih dari 3.000 subkategori. Total, perusahaan menjual 25.000 jenis produk. Pada tahun lalu, Lazada mendapatkan beberapa kali suntikan dana dari beberapa perusahaan seperti JP Mogan dan Kinnevik.

Selain Indonesia, LAZADA juga beroperasi di empat negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina. Pada tahun lalu, LAZADA Indonesia memiliki kontribusi pendapatan terbesar yakni 30%, diikuti Thailand. Selain Indonesia, Lazada juga beroperasi di empat negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina. Pada tahun lalu, Lazada Indonesia memiliki kontribusi pendapatan terbesar yakni 30%, diikuti Thailand.

LAZADA Indonesia adalah pusat belanja online yang menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari elektronik, buku, mainan anak dan perlengkapan bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, peralatan rumah tangga, dan perlengkapan traveling dan olah raga. LAZADA Indonesia didirikan pada tahun 2012 dan merupakan salah satu cabang dari jaringan retail online LAZADA di Asia Tenggara. Grup LAZADA International di Asia Tenggara terdiri dari LAZADA Indonesia, LAZADA Malaysia, LAZADA Vietnam, LAZADA Thailand, LAZADA Filipina. Jaringan LAZADA Asia Tenggara merupakan cabang anak perusahaan jaringan perusahaan internet Jerman, Rocket Internet. Rocket Internet merupakan perusahaan online incubator yang sukses menciptakan perusahaan-perusahaan online inovatif di berbagai belahan dunia. Berkantor pusat di Berlin, Jerman, proyek yang dimiliki Rocket Internet antara lain Zalando, TopTarif, eDarling, Groupon (sebelumnya CityDeal), dll

Di Indonesia pebisnis E-Commerce akhir-akhir ini berkembang sangat pesat, berbagai pebisnis E-commerce baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri tidak ingin ketinggalan merasakan kesuksesan dalam mengembangkan sayapnya di bidang E-commerce yang saat ini tengah menjadi tren didalam masyarakat.

Menurut Rainer dan ceigielsky yang menjelaskan mengenai definisi E-commerce ialah suatu proses dalam melakukan penjualan, membeli, menukar atau mentransfer produk, jasa dan informasi dengan melakukan via jaringan computer yaitu internet atau bisa di jelaskan secara singkat mengenai definisi e-commerce adalah melakukan transaksi melalui transmisi dan proses data dengan cara elektronik.

Perusahaan-perusahaan yang berasal dari luar negeri atau asing yang bergerak dibidang e-commerce yang telah hadir ditengah-tengah masyarakat Indonesia saat ini, beberapa diantara perusahaan ini telah membuka kantor sebagai perwakilan dinegara Indonesia hal ini dilakukan sebagai wujud keseriusan mereka dalam menjalankan bisnis e-commerce ini.

Lazada Indonesia merupakan salah satu contoh perusahaan e-commerce yang telah sukses dan berkembang di Indonesia, namun perusahaan Lazada ini bergerak pada tipe *Business to Customer* (B2C) maksudnya adalah menarik customer individu dan melakukan transaksi di situs mereka, pengertian lebih jelas dari maksud mengenai *Business to Customer* ini adalah mereka lebih memfokuskan dengan mekanisme bagi pembeli agar mengakses situs perusahaannya dalam suatu web yang telah disediakan oleh perusahaan. Selanjutnya perusahaan berfokus pada pelayanan yang diberikan oleh penjual

kepada pembeli ini menjadi sebuah tantangan utama bagi perusahaan karena perusahaan menyediakan layanan berbelanja dari rumah, selama 7 hari dalam seminggu, dan bisa dilakukan selama 24 jam.

Lazada sendiri merupakan perusahaan yang menjadi bagian dari rocket internet, rocket internet ini berasal dari Jerman namun kantor pusat Lazada berada di Timur Tengah atau lebih tepatnya terletak di Dubai, Uni Emirat Arab. Background dari Lazada sendiri yaitu bernuansa biru dan oranye yang sama seperti tema dari Amazon, CEO dari Rocket Internet yang merupakan founder dari Go-Jek sehingga Lazada memberikan keunggulan dengan layanan antar gratis di daerah Jakarta karena menggandeng Go-Jek. Namun berbeda dengan Zalora yang berfokus pada produk fashion, Lazada lebih memfokuskan kepada produk peralatan rumah tangga dan elektronik, oleh sebab itu sejumlah merek terkenal telah terdaftar didalam Lazada Indonesia.

Kehadiran Lazada ke Asia Tenggara merupakan pertanda dari awal didirikannya Lazada di negara-negara Asia lain seperti Thailand, Vietnam, Phillipine dan Malaysia, dan merupakan salah satu perusahaan Top Online Retailer di Indonesia yang bergerak di bidang network.

Lazada Indonesia menyediakan segala jenis produk yang dibutuhkan konsumen seperti produk kesehatan, produk kecantikan, alat elektronik, peralatan rumah tangga dan lain-lain dengan cara mengakses ke website yang telah disediakan oleh perusahaan. Dengan keunggulan yang dimiliki Lazada ini produk yang telah di pesan akan di antar langsung kerumah konsumen dengan

memberikan pelayanan kurir dengan baik dan cepat, dan pembayaran juga dapat dilakukan melalui kartu kredit dan secara tunai.

Dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen Lazada akan memberikan secara maksimal yakni dengan cara mempekerjakan karyawan yang berkualitas yang memiliki jiwa kewirausahaan berasal dari sekolah bisnis terbaik. Sehingga dapat memberi kenyamanan bagi konsumen dalam berbelanja dan konsumen memiliki pengalaman berbelanja secara online yang lebih baik, ini merupakan salah satu dari visi dan misi dari Lazada agar menjadi perusahaan situs belanja online yang top terutama di Indonesia, oleh sebab itu pelayanan yang diberikan lazada inilah menjadi nilai tambah serta menjadi kelebihan dalam pasar Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Dapat memilih produk-produk yang berkualitas dengan berbagai jenis

Ada 12 kategori produk yang menjadi produk utama di Lazada Indonesia yaitu Komputer, TV, Mainan, Kesehatan, Kecantikan, Elektronik, Peralatan Rumah Tangga, Handphone&aksesories, Tas, Peralatan olahrag, Buku, dan lain-lain.

2. Penawaran Khusus atau Promo Produk

Dalam menjalankan bisnisnya tentu saja perusahaan harus memperhatikan keadaan masyarakatnya, dengan melakukan penawaran, promo dan di diskon sesuai tema yang sedang tren ditengah-tengah masyarakat, ini menjadi keunggulan dari situs belanja online yang tidak dapat dilakukan toko manual.

3. Layanan Super Untuk Raja

Konsumen tidak perlu repot seperti berbelanja secara konvensional, karena didalam sistem situs belanja online juga berlaku slogan bahwa pembeli adalah raja,

apabila konsumen mengalami masalah dengan barang yang dia beli atau pesan, konsumen tinggal menelfon penjual terkait produknya, atau apabila konsumen ingin complain mengenai pelayanan penjual konsumen tinggal mengajukan pengaduan kepada pihak Lazada. Konsumen bisa memilih metode pembayaran yang ingin dilakukan dan dapat meminta kapan barang pesannya untuk diantarkan.

Lazada selalu mengutamakan pelayanannya sehingga Lazada memiliki 2 macam Layanan yaitu Layanan Luar biasa dan Layanan Super, sebagai berikut:

a. Telepon Layanan Hotline

Apabila ada pengaduan, keluhan dan lain lain dapat menghubungi nomor telepon yang tercantum di halaman web.

b. Keseluruh Indonesia Gratis Biaya Kirim

Dengan minimum belanja sebanyak Rp. 200.000 (Dua ratus ribu rupiah) maka Lazada Indonesia memberikan gratis ongkos kirim keseluruhan Indonesia bagian barat dan bagian tengah.

c. Mengembalikan barang yang tidak sesuai dalam jangka waktu 14 hari

Jika terdapat kerusakan dan ketidak kesesuaian dalam barang yang diterima, maka Lazada telah membuat aturan dengan memberikan jangka waktu selama 14 hari kepada pelaku usaha untuk melakukan penukaran barang atau mengembalikan uang. Pengembalian barang ini dapat dilaksanakan konsumen dengan cara mengisi formulir online yang telah disediakan Lazada pada website Lazada agar pengembalian barang dapat di proses lebih lanjut

d. Waktu Pengiriman

Lazada telah memberikan kemajuan yang baik dalam hal memberikan pelayanan kepada pelanggannya dalam hal pengiriman barang, dalam melakukan pengiriman Lazada hanya membutuhkan rentang waktu 2 sampai 6 hari ke seluruh Indonesia. Walaupun Lazada belum menerapkan sistem waktu kirim yang sama (*same day delivery*).

Walaupun mengalami hambatan dalam melakukan penjualan di awal – awal pembentukan Lazada Indonesia, pihak Lazada sangat merespon dengan sangat baik dengan melakuakn berbagai promo untuk menaikkan keinginan masyarakat berbelanja di dalam situs mereka. Sehingga jika melihat kesuksesan yang diraih oleh Lazada kita dapat menyimpulkan bahwa system E-commerce yang dibawa oleh perusahaan rocket internet dengan anak perusahaannya yaitu Lazada sangat diminati oleh para konsumen.

Sedangkan untuk kekurangan dari E-commerce Lazada Indonesia adalah :

1. Tidak menutup kemungkinan dari costumers yang berkunjung ke web ini dan meragukan integritas dari situs E-commerce ini yang dikarenakan nomor customer yang dicantumkan di situs merupakan nomor provider untuk telepon genggam yang dianggap sama kebanyakan situs / penjual produk bohongan (penipuan) yang juga tersebar di internet.
2. Respon layanan konfirmasi pembayaran yang masih sedikit terlambat
3. Beberapa produk yang available stock di website ternyata out of stock di gudang
4. Layanan M-Banking dan pembayaran kartu kredit yang belum memiliki integritas tinggi

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum atas Konsumen Lazada (Situs Jual Belin Online) di Pekanbaru

Fenomena berbelanja online saat ini sudah menjadi suatu bentuk gaya hidup baru bagi masyarakat di Indonesia, seperti juga halnya di Pekanbaru. Minat masyarakat untuk berbelanja secara online semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi internet dan berbagai promosi yang dilakukan oleh situs-situs belanja online yang ada. Penulis melakukan penelitian terhadap 40 orang responden yang pernah melakukan belanja di situs belanja online dalam hal ini Lazada.

Setiap konsumen tentunya memiliki pengalaman yang berbeda-beda saat berbelanja di situs belanja online Lazada, apakah konsumen juga melakukan pembelian di situs belanja online lainnya, dapat dilihat dari tanggapan responden berikut ini :

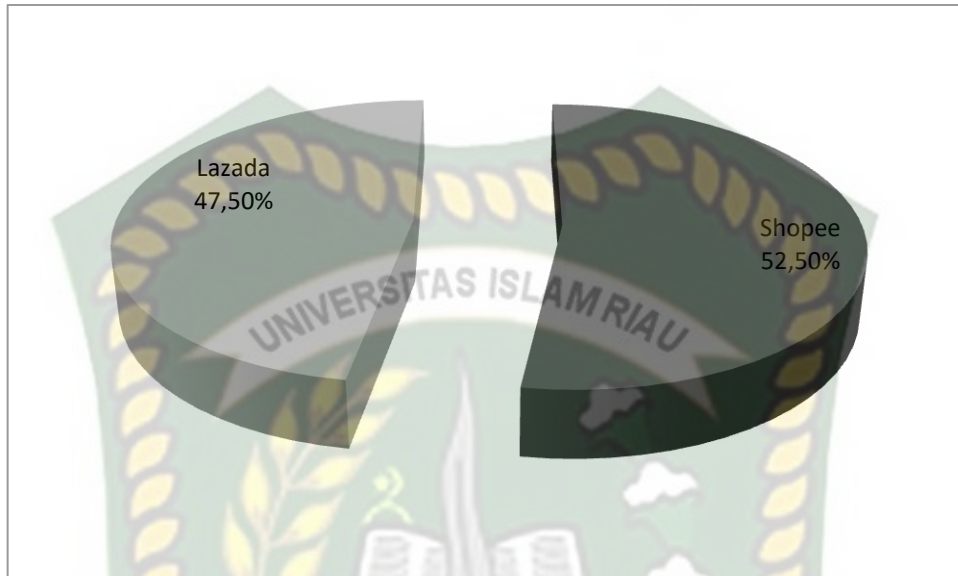
Tabel III.1.
Tanggapan Responden Mengenai Pengalaman
Berbelanja di Situs Online Selain Lazada

No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Shopee	21	52,50
2	Lazada	19	47,50
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Berdasarkan Tabel III.1. dapat dilihat bahwa jumlah responden yang mengunjungi situs belanja online lain selain Lazada ada 21 orang atau 52,50% yaitu mengunjungi situs online Shopee, sedangkan yang hanya mengunjungi Lazada sebanyak 19 orang atau 47,50%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik berikut ini :

Grafik III.1.
Situs Belanja Online yang Dikunjungi Responden Selain Lazada



Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Selisih persentase yang tidak begitu jauh berbeda menunjukkan bahwa responden merasa tidak puas dengan situs Lazada sehingga mereka memilih untuk mengunjungi situs belanja online lainnya yaitu Shopee. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen akan mudah berpindah ke situs belanja online lain jika dirasa situs belanja online langganannya tidak bisa memberikan kepuasan dalam berbelanja. Kondisi ini tentunya harus menjadi perhatian pemilik situs belanja online agar mereka tidak kehilangan konsumen karena pelayanan yang diberikan ternyata tidak memuaskan konsumen.

Kemudian untuk mengetahui seberapa sering responden melakukan pembelian di situs belanja online Lazada, dapat dilihat pada grafik berikut ini :

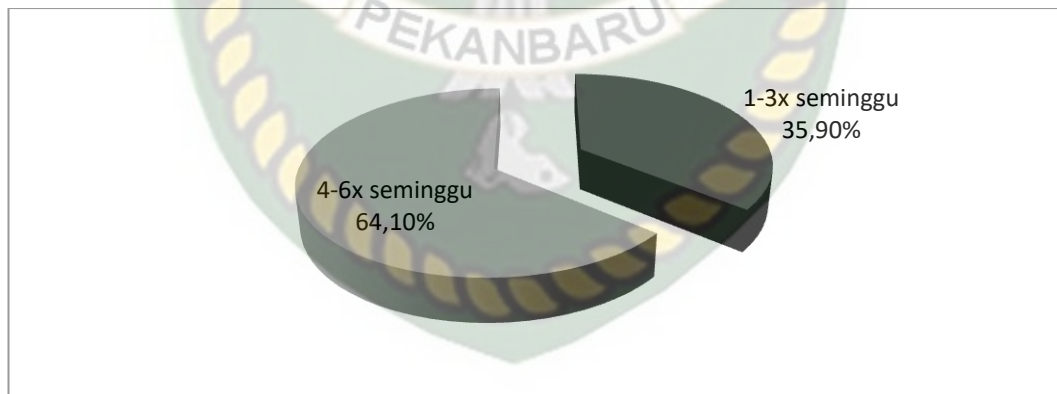
Tabel III.2.
Tanggapan Responden Mengenai Seberapa Sering
Konsumen Berbelanja di Situs Online Lazada

No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	1 – 3 kali seminggu	14	35,90
2	4 – 6 kali seminggu	26	64,10
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Berdasarkan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel III.2. bahwa frekuensi pembelian di situs online Lazada oleh responden sebagian besar adalah 4-6 kali seminggu yaitu sebanyak 26 orang atau 64,10% sedangkan sisanya sebanyak 14 orang atau 36% melakukan pembelian 1-3 kali seminggu. Untuk lebih jelasnya tanggapan responden tersebut, dapat dilihat pada grafik berikut ini :

Grafik III.2
Frekuensi Pembelian di Situs Online Lazada



Sumber : Data Olahan, Januari 2020

Tingginya persentase yang sering melakukan pembelian di situs belanja online, kondisi ini menunjukkan bahwa responden cukup sering melakukan pembelian di situs belanja online Lazada. Melihat fakta bahwa konsumen cukup sering berbelanja di situs online dimana frekuensinya hingga 4-6 kali dalam seminggu, kondisi ini menunjukkan bahwa fenomena berbelanja online

menunjukkan kondisi yang semakin meningkat. Hal ini tentunya harus dapat diantisipasi oleh pemilik situs belanja online sebagai suatu keadaan yang menguntungkan, karena dengan demikian kesempatan untuk memperoleh konsumen semakin hari akan semakin meningkat. Tapi kondisi ini juga harus didukung dengan peningkatan pelayanan, karena persaingan dalam bisnis situs belanja online juga semakin tinggi seiring dengan semakin banyaknya situs belanja online yang menjadi pilihan konsumen.

Melihat fenomena cukup seringnya responden melakukan pembelian di situs belanja online Lazada, penulis menanyakan apakah responden merasa dimudahkan dalam berbelanja di situs belanja online Lazada ini, berikut tanggapan responden :

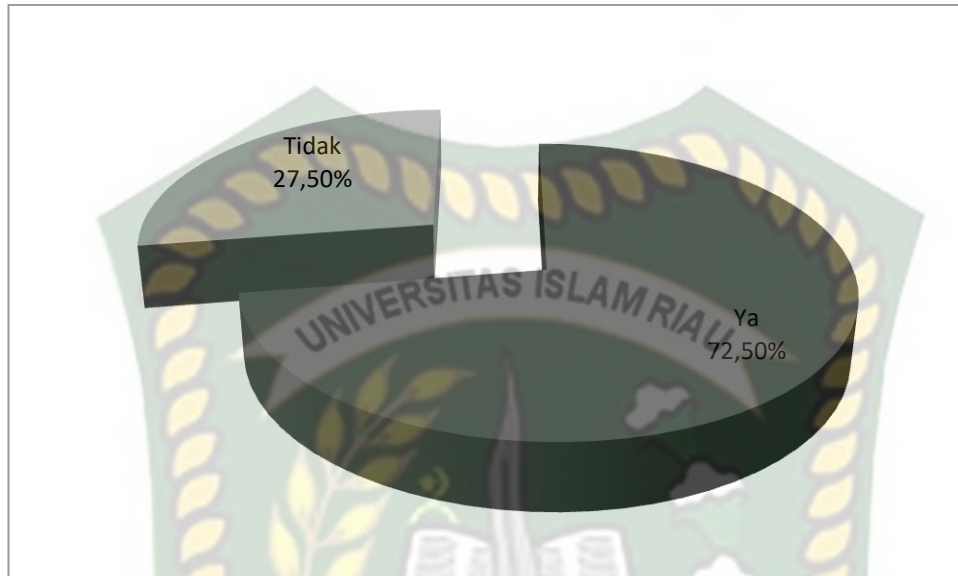
Tabel III.3.
Tanggapan Responden Mengenai Konsumen Merasa
Dimudahkan dengan Berbelanja di Situs Online Lazada

No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Ya	29	72,50
2	Tidak	11	27,50
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Berdasarkan tanggapan responden pada Tabel III.3. di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden merasa dengan belanja di situs Lazada mereka dimudahkan dalam berbelanja seperti dikemukakan oleh 29 orang atau 72,50% responden, hanya 11 orang atau 27,50% responden yang menyatakan tidak merasa puas. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Grafik berikut ini:

Grafik III.3.
Responden Merasa Dimudahkan dalam Berbelanja



Sumber : Data Olahan, 2020

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden cukup sering berbelanja di situs belanja online Lazada karena merasa dimudahkan dalam berbelanja. Mungkin karena mereka tidak perlu lagi keluar rumah untuk berbelanja sehingga bisa lebih menghemat ongkos, waktu dan tenaga.

Meskipun banyak sekali kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh situs belanja online Lazada, tentu ada beberapa kekurangan yang dirasakan konsumen saat melakukan pembelian, berikut ini tanggapan responden :

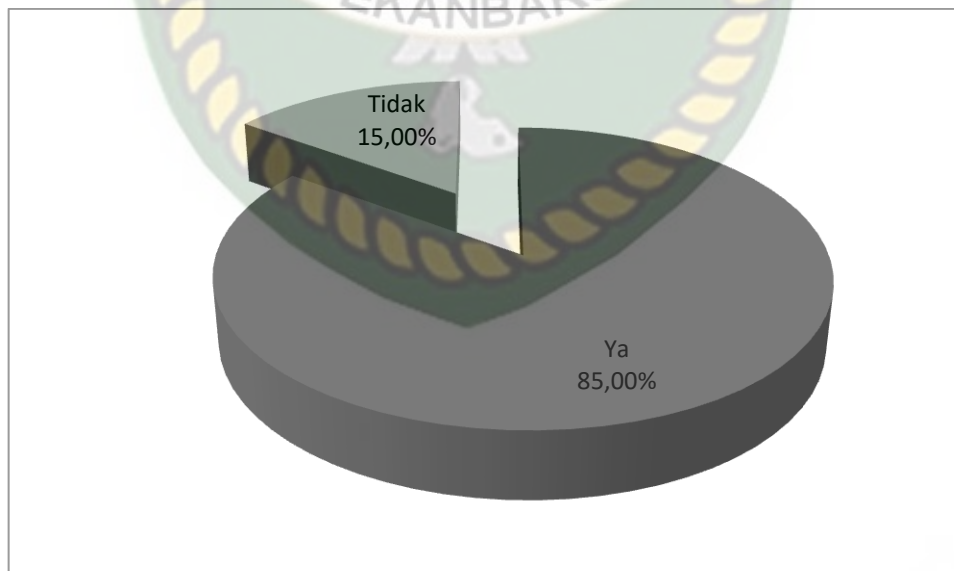
Tabel III.4.
Tanggapan Responden Mengenai Faktor dan Kekurangan
Saat Pembelian di Situs Online Lazada

No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Ya	34	85,00
2	Tidak	6	15,00
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Berdasarkan Tabel III.3. dapat dilihat bahwa menurut tanggapan responden, sebagian besar yaitu 34 orang atau 85% merasakan pernah mengalami kekurangan saat melakukan pembelian di situs belanja online Lazada, dan hanya 6 orang atau 15% yang menyatakan tidak mengalami. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut ini :

Grafik III.4.
Faktor dan Kekurangan Saat Pembelian di Situs Online Lazada



Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Melihat banyaknya tanggapan responden yang menyatakan bahwa mereka sering mengalami kekurangan pada saat berbelanja di situs belanja online Lazada, kondisi ini menunjukkan bahwa janji yang disampaikan oleh pihak pengelola situs belanja online Lazada tentang berbagai kemudahan dalam berbelanja online di situs Lazada ternyata tidak terbukti. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang sebagian besar menyatakan mengalami kesulitan, masalah ini tentunya memberikan dampak yang negatif pada konsumen, karena konsumen menjadi pihak yang dirugikan. Mereka tidak memperoleh hak sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak penjual.

Kondisi ini juga memberikan efek negatif bagi situs belanja online Lazada karena kepercayaan konsumen terhadap situs ini juga akan berkurang. Jika hak-hak konsumen tidak dapat terpenuhi dengan baik, tentunya konsumen tidak akan menggunakan jasa situs belanja online yang sudah merugikan mereka. Jika hal ini terjadi maka konsumen akan beralih ke situs belanja online lainnya yang menurut konsumen lebih dapat dipercaya.

Selanjutnya penulis juga menanyakan apakah sebelum melakukan pembelian di situs belanja online Lazada, responden mengecek produk atau jasa yang disediakan oleh produsen. Berikut ini jawaban responden :

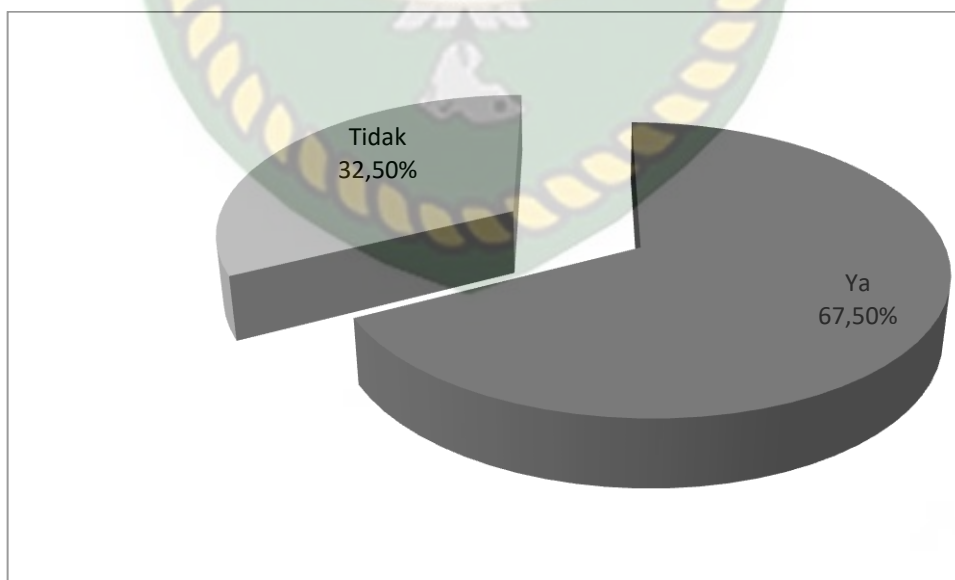
Tabel III.5.
Tanggapan Responden Mengenai Responden
Mengecek Produk/Jasa Sebelum Membeli

No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Ya	27	67,50
2	Tidak	13	32,50
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Berdasarkan data hasil kuesioner seperti terlihat pada Tabel III.5. sebagian besar responden yaitu sebanyak 27 orang atau 67,5% menyatakan bahwa mereka memeriksa produk/jasa yang akan mereka beli di situs belanja online Lazada sebelum melakukan pembelian sedangkan selebihnya yaitu 13 orang atau 32,50% menyatakan tidak memeriksa terlebih dahulu. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut ini:

Grafik III.5.
Responden Mengecek Produk/Jasa Sebelum Membeli



Sumber : Data Olahan, Januari 2020

Berdasarkan jawaban responden tersebut dapat dilihat bawah tindakan responden menunjukkan bahwa responden sudah mulai mengerti pentingnya melakukan pengecekan produk sebelum melakukan pembelian. Jika hal ini tidak dilakukan maka konsumen sendiri yang akan rugi. Dalam melakukan pembelian barang secara online, konsumen harus teliti dan kritis dalam mencari informasi tentang produk kepada penjual.

Selanjutnya penulis menanyakan kepada responden apakah mereka diberi penjelasan oleh produsen terkait produk dan informasi serta layanan yang diberikan, berikut ini jawaban responden :

**Tabel III.6.
Tanggapan Responden Mengenai Adanya
Penjelasan tentang Produk dari Produsen**

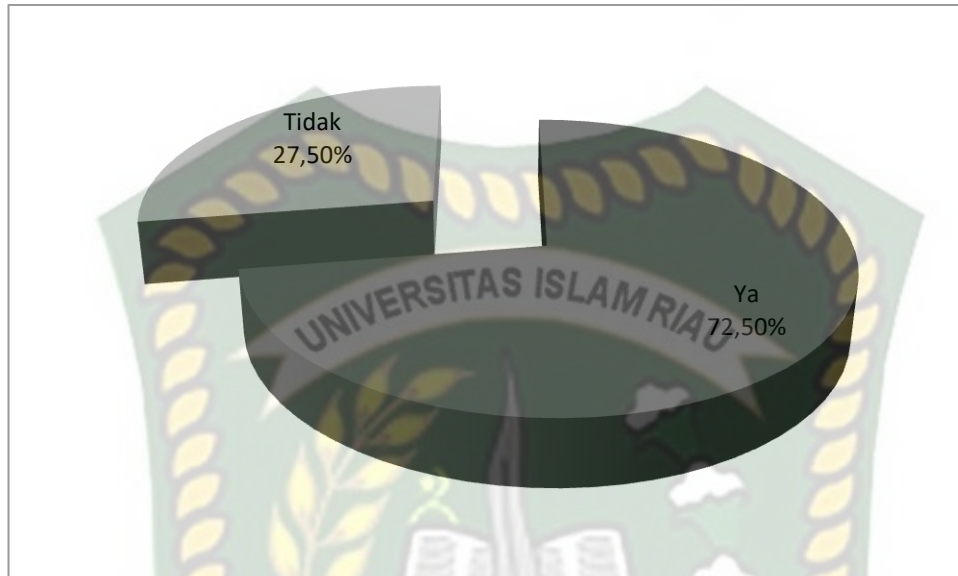
No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Ya	29	72,50
2	Tidak	11	27,50
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Berdasarkan data hasil kuesioner seperti terlihat pada Tabel III.6. sebagian besar responden yaitu sebanyak 29 orang atau 72,50% menyatakan bahwa mereka juga menerima penjelasan dari produsen tentang produk/jasa yang akan mereka beli di situs belanja online Lazada sebelum melakukan pembelian. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut ini:

Grafik III.6.

Adanya Penjelasan tentang Produk dari Produsen



Sumber : Data Olahan, 2020

Berdasarkan tanggapan responden sebagian besar menyatakan bahwa mereka telah mendapatkan informasi tentang produk yang mereka akan dibeli secara jelas dari produsen. Tindakan ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya mencari sendiri informasi dan melakukan pengecekan produk sebelum melakukan pembelian tetapi mereka juga mendapatkan informasi lebih rinci tentang produk dan layannya dari produsen.

Hal ini sesuai dengan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah:

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

- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. **hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;**
- d. **hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian,** apabila barang dan/atau jasa yang diterima **tidak sesuai dengan perjanjian** atau tidak sebagaimana mestinya;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Banyaknya kejadian penipuan dalam jual beli online pada beberapa waktu terakhir ini, apakah menimbulkan kekhawatiran pada para responden tentang berita bohong mengenai produk yang ditawarkan para produsen, berikut ini jawaban dari responden

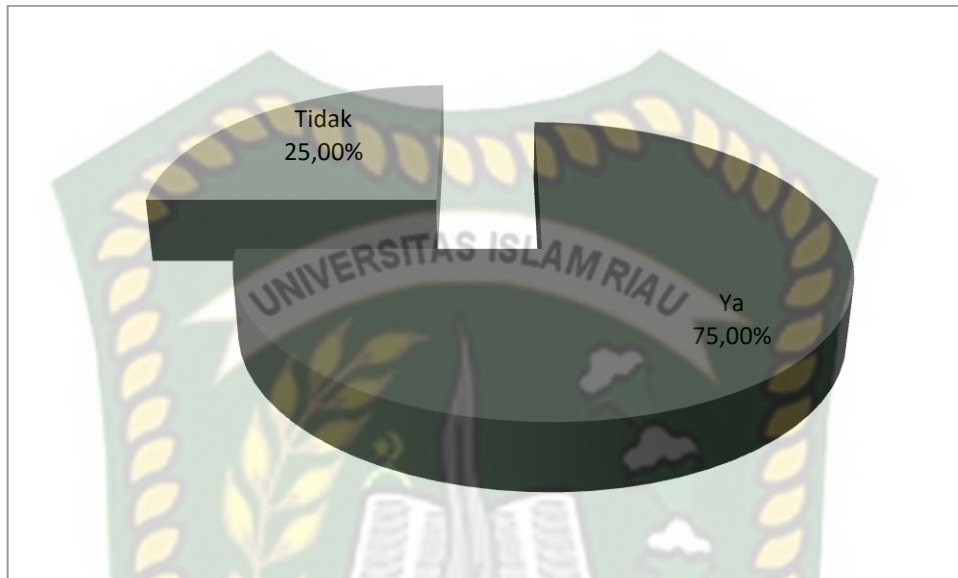
Tabel III.7.
Tanggapan Responden Mengenai Kekhawatiran tentang Berita Bohong Mengenai Produk yang Ditawarkan Produsen

No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Ya	30	75,00
2	Tidak	10	25,00
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Tanggapan responden tentang kekhawatiran atas berita bohong mengenai produk yang ditawarkan oleh produsen sebagian besar menjawab Ya yaitu sebanyak 30 orang atau 75% dan hanya 10 orang atau 25% yang menjawab Tidak. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut ini:

Grafik III.7.
Kekhawatiran Responden tentang Berita Bohong Mengenai Produk yang Ditawarkan Produsen



Sumber : Data Olahan, 2020

Kondisi ini menunjukkan bahwa responden merasa khawatir terhadap berita bohong dan mneyesatkan tentang produk yang ditawarkan oleh produsen, karena hal ini akan menyebabkan mereka merasa ragu-ragu untuk membeli produk tersebut. Terkait hal ini maka produsen memiliki kewajiban untuk memberikan penjelasan kepada konsumen, sebagaimana diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 yaitu :

Kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual *online*), sesuai Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

Berdasarkan pengalaman yang telah dirasakan oleh responden saat melakukan pembelian pada situs online Lazada, apa saja bentuk kerugian yang pernah dialami responden, berikut ini hasil pengumpulan data oleh penulis:

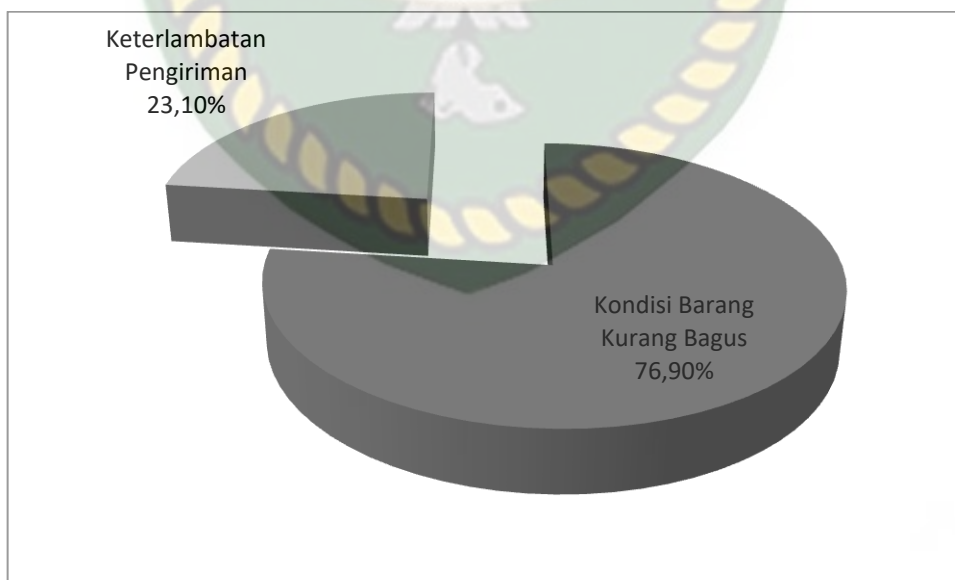
Tabel III.8.
Tanggapan Responden Mengenai Bentuk Kerugian yang Pernah Dialami Responden

No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Keterlambatan pengiriman	9	23,10
2	Kondisi barang kurang bagus	31	76,90
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Tanggapan responden tentang kerugian yang dialami saat melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh produsen sebagian besar menjawab Kondisi Barang Kurang Bagus yaitu sebanyak 31 orang atau 76,90% dan hanya 9 orang atau 23,10% yang menjawab karena Keterlambatan Pengiriman.

Grafik III.8.
Bentuk Kerugian yang Pernah Dialami Responden



Sumber : Data Olahan, 2020

Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pernah mengalami mendapatkan produk yang kurang bagus karena tidak sesuai dengan yang diharapkan, kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen telah berhati-hati dengan mencari informasi yang lengkap tentang produk yang ditawarkan oleh produsen dan juga mendapat informasi yang lengkap tentang produk secara langsung dari produsen, namun tidak mengurangi risiko konsumen mendapatkan barang yang kurang bagus yang akhirnya mengecewakan konsumen. Untuk keterlambatan pengiriman, hal ini tidak bisa secara langsung disebabkan oleh produsen karena biasanya produsen menggunakan jasa kurir (paket) untuk pengiriman sehingga bisa jadi leterlambatan bukan karena kesalahan produsen tapi karena kesalahan pihak jasa kurir.

Lalu apakah responden mendapat dispensasi produk dan layanan apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan yang ditawarkan oleh pihak Lazada, berikut ini jawaban responden :

Tabel III.9.
Tanggapan Responden Mengenai Adanya Dispensasi atas
Kerugian yang Pernah Dialami Responden

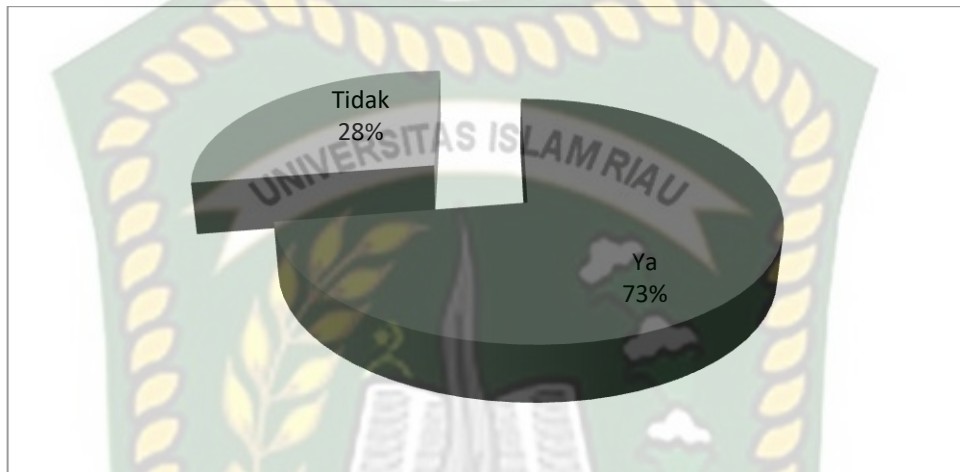
No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Ya	29	72,00
2	Tidak	11	28,00
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Tanggapan responden tentang adanya dispensasi yang diterima responden atas bentuk kerugian yang dialami saat melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh produsen sebagian besar menjawab Ya yaitu sebanyak 29 orang

atau 72% dan hanya 11 orang atau 28% yang menjawab Tidak. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada Grafik berikut ini :

Grafik III.9.
Adanya Dispensasi atas Kerugian yang Pernah Dialami Responden



Sumber : Data Olahan, 2020

Berdasarkan tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa pihak penyedia produk, cukup bertanggung jawab kepada konsumen dengan memberikan dispensasi atas kerugian yang dialami konsumen. Hal ini tentu saja sesuai dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen yaitu :

Selaku konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UU Perlindungan Konsumen tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UU Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan / atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar.

Selanjutnya apa saja saran yang dapat diberikan kepada produsen/penyedia layanan di portal Lazada, berikut ini jawaban responden :

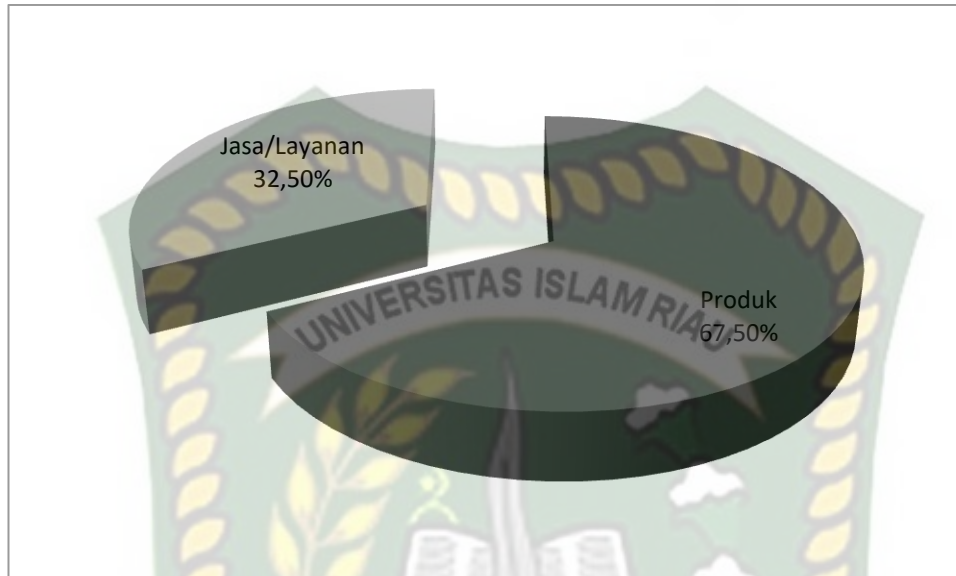
**Tabel III.10.
Tanggapan Responden Mengenai
Saran Responden untuk Lazada**

No	Kuesioner	Jawaban Responden	Persentase (%)
1	Produk	27	67,50
2	Jasa/layanan	13	32,50
	Jumlah	40	100,00

Sumber: Data Olahan, Januari 2020

Berdasarkan tabel III.10 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memberikan saran kepada pihak situs belanja online Lazada terkait dengan produk sebanyak 27 orang atau 67,50%, yaitu produk yang diserahkan kepada konsumen hendaknya sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh produsen agar konsumen tidak merasa dirugikan. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada grafik berikut ini:

Gambar III.10
Saran Responden untuk Lazada



Sumber : Data Olahan, 2020

Berdasarkan tanggapan responden maka dapat disimpulkan bahwa produsen hendaknya menyerahkan/menjual produk sesuai dengan foto produk yang ditampilkan di situs Lazada serta memberikan informasi terperinci terkait produk yang dijual tersebut, sehingga konsumen dapat melakukan berbagai pertimbangan dan penilaian sebelum melakukan pembelian. Terkait dengan masalah layanan, terutama ditujukan kepada proses pengiriman agar sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan.

Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner yang penulis ajukan kepada para responden maka dapat dilihat bahwa situs belanja online Lazada memang memberikan kemudahan bagi responden/konsumen dalam berbelanja. Namun demikian cukup banyak permasalahan yang juga dialami konsumen saat berbelanja online di situs Lazada ini. Kondisi ini menunjukkan bahwa dalam

berbelanja online pihak konsumen merupakan pihak yang sangat besar resikonya untuk mengalami kerugian. Untuk itu perlu dilakukan berbagai antisipasi dalam mengatasi hal ini, dan perlu ketelitian konsumen dan kehati-hatian konsumen dalam berbelanja secara online.

Berikut ini permasalahan terkait perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara online:

1. Posisi Konsumen dalam Transaksi Online

Menurut Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, 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”. Adapun yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang yang membeli produk atau jasa secara online kemudian produk tersebut dapat dimanfaatkan secara langsung maupun tidak langsung (dijual kembali kepada konsumen akhir)

Ada beberapa permasalahan yang sering sekali muncul dalam proses transaksi secara onlin yaitu :

- 1) Barang yang dibeli oleh konsumen tidak dapat dirasakan, dilihat ataupun disentuh secara langsung sehingga konsumen tidak dapat melakukan penilaian kelayakan produk tersebut.
- 2) Informasi tentang produk yang akan dipesan kurang jelas, artinya konsumen tidak bisa memperoleh informasi yang lebih jelas dan akurat mengenai produk yang akan dipesan. Dengan demikian pembelian secara online akan menempatkan konsumen pada posisi kurang menguntungkan karena tidak bisa

memperoleh informasi tentang produk yang seharusnya mereka butuhkan sebelum melakukan transaksi

- 3) Pelaku usaha dan status subjek hukum dalam transaksi online juga seringkali tidak jelas
- 4) Konsumen tidak bisa mendapatkan jaminan keamanan ataupun privasi dalam bertransaksi, konsumen juga tidak bisa mendapatkan penjelasan dari produsen/penjual mengenai risiko terkait dengan sistem pembelian yang digunakan terutama dalam hal sistem pembayaran, terutama pembayaran yang menggunakan sistem elektronik banking dengan credit card ataupun electronic cash
- 5) Jual beli melalui internet juga menimbulkan adanya pembebanan risiko tidak seimbang dimana konsumen terlebih melakukan pembayaran hingga lunas baru kemudian dilakukan pengiriman, sementara itu barang yang akan dibeli belum tentu diterima karena karena jaminan yang diberikan merupakan jaminan pengiriman barang bukan jaminan barang akan diterima
- 6) Jual beli secara online juga memungkinkan untuk melakukan transaksi jual beli lintas negara *borderless*, hal ini tentunya berkaitan dengan masalah yurisdiksi hukum negara yang seharusnya juga diberlakukan.

Jual beli secara online, memungkinkan terjadinya transaksi secara tidak langsung yaitu penjual dan konsumen selaku pembeli tidak perlu berhadapan langsung sehingga kedua pihak tidak saling kenal. Kondisi ini menyebabkan hak-hak konsumen akan mudah dilanggar, karena menempatkan konsumen pada posisi

tawar menawar yang lemah. Untuk itu diperlukan dalam setiap transaksi secara online, dibutuhkan perlindungan hukum untuk menjaga hak-hak konsumen.

2. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online

Dalam melindungi hak-hak yang menjadi milik konsumen dalam melakukan transaksi online merupakan bagian dari perlindungan hukum yang diberikan untuk konsumen agar tidak merugikan konsumen seperti dibuatnya peraturan mengenai Perlindungan Konsumen yaitu UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, ini adalah upaya untuk menjamin bahwa pemerintah menunjukkan rasa kepedulian dan memberikan kepastian hukum dan memberikan perlindungan bagi konsumen dalam mencukupi kebutuhannya sehari-hari dan memberikan rasa aman kepada konsumen karena adanya perlindungan hukum.

Menurut Zulham (2013:21) yang dimaksud dengan perlindungan hukum bagi konsumen itu meliputi perlindungan terhadap konsumen, barang dan jasa, artinya cakupan hukumnya cukup luas. Perlindungan hukum itu sendiri diterapkan sejak dimulainya transaksi untuk mendapatkan barang hingga risiko-risiko yang mungkin timbul dari pemakaian barang tersebut. Lebih lanjut Zulham (2013:22) menyatakan bahwa perlindungan konsumen terdiri dari aspek yaitu (Zulham, 2013: 21-22) :

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan konsumen memperoleh barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan konsumen dengan pembeli
- 2) Perlindungan terhadap kemungkinan konsumen diberlakukan syarat-syarat yang tidak adil bagi pembeli.

Adanya perlindungan hukum bagi konsumen ini penting sekali untuk diterapkan karena dalam transaksi jual beli secara online konsumen ditempatkan pada posisi tawar menawar yang lemah.. Adanya perlindungan hukum bagi konsumen ini dapat memberikan keberpihakan hukum kepada konsumen agar tidak dirugikan.

Adanya persaingan global dalam dunia bisnis yang semakin berkembang diiringi dengan perkembangan teknologi transaksi elektronik yang terus berubah dan semakin maju, maka perlindungan hukum bagi konsumen merupakan salah satu hal penting yang perlu mendapat perhatian serius. Perlindungan hukum bagi konsumen perlu diterapkan seiring dengan semakin banyaknya produk dan layanan jual beli online yang membuat posisi konsumen berada pada pihak yang lemah (Barkatullah, 2010: 23).

Perlindungan konsumen merupakan salah satu bentuk perlindungan hukum dengan demikian perlindungan konsumen memiliki aspek-aspek hukum artinya hal ini merupakan bentuk perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap hak-hak konsumen. Sidharta (2006:19) menyatakan bahwa ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :

1) Hak untuk mendapatkan keamanan (The Right to Safety)

Setiap konsumen berhak mendapatkan keamanan dan barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Dengan demikian setiap produk barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen tidak berbahaya untuk dikonsumsi agar tidak merugikan konsumen baik secara jasmani maupun rohani. Terutama barang

atau jasa yang diproduksi atau dipasarkan oleh produsen atau pelaku usaha yang memang memiliki risiko sangat tinggi.

2) Hak untuk mendapatkan informasi (The Right to be Informed)

Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar baik secara lisan maupun tulisan seperti iklan atau komposisi yang jelas dalam setiap kemasan produk yang ditawarkan. Tujuannya adalah agar konsumen mendapat informasi yang jelas mengenai produk yang akan dibeli sehingga konsumen dapat memperkirakan apakah produk yang akan dibeli sudah tepat dan sesuai dengan kebutuhannya.

3) Hak untuk memilih (The Right to Choose)

Maksudnya adalah setiap konsumen berhak menentukan pilihan untuk mengkonsumsi suatu produk. Konsumen bebas menentukan pilihan untuk membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan.

4) Hak untuk didengar (The Right to be Heard)

Hak ini merupakan hal konsumen untuk mendapatkan informasi yang rinci, jelas dan akurat tentang produk yang akan dipesan. Terutama apabila konsumen tidak memperoleh informasi yang lengkap dari produsen atau penjual.

Terkait dengan transaksi jual beli secara online, Kantaatmadja (2001: 15) menyatakan bahwa perjanjian jual beli secara elektronik melalui media internet merupakan bentuk perluasan dari konsep jual beli yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Artinya setiap perjanjian jual beli melalui internet ini memiliki dasar hukum perdagangan konvensional atau jual beli dalam hukum perdata. Adapun perbedaan dari perjanjian jual beli melalui internet ini

adalah perjanjian jual beli melalui internet sifatnya khusus karena melibatkan media dan alat elektronik.

Dalam melakukan proses jual beli online sesungguhnya tidak ada perbedaan dengan melakukan jual beli ditoko konvensional kedua sistem jual beli ini sama sama menimbulkan perikatan antara kedua belah pihak, namun yang menjadi perbedaan adalah antara penjual dan pembeli tidak bisa melakukan tatap muka secara langsung dan perdagangan dilakukan melalui internet.

Akibat atau hasil yang ditimbulkan dalam melakukan kegiatan jual beli online ada hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh masing-masing pihak, baik itu pihak pelaku usaha maupun pihak konsumen. Kedua belah pihak juga harus menaati peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang terdapat pada UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dibentuknya peraturan perundang-undangan ini memiliki tujuan untuk dapat memberi perlindungan hukum kepada konsumen, serta memberi dorongan kepada pelaku usaha agar dalam menjalankan bisnisnya untuk selalu bersikap bertanggung jawab, jujur, dan tidak merugikan konsumennya, didalam UU No. 8 Tahun 1999 ini juga diatur mengenai Hak-hak bagi konsumen tersebut, antara lain :

1. Konsumen BerHak menerima dan mengkonsumsi Barang/Jasa secara nyaman, aman dan terjaga keselamatannya.
2. Konsumen BerHak dalam mendapatkan dan memilih barang/jasa yang sesuai dengan kondisi dan jaminan yang diperjanjikan penjual serta dapat menyesuaikan dengan nilai tukar barang/jasa yang dibeli.

3. Konsumen berHak menerima informasi yang jujur, yang benar dan jelas atas kondisi barang/jasa yang diterimanya serta memperoleh jaminan dari barang/jasa tersebut.
4. Konsumen BerHak menyampaikan dan memiliki hak untuk didengar keluhannya atas barang/jasa yang digunakannya.
5. Apabila mengalami sengketa maka konsumen BerHak mendapatkan perlindungan hukum dan upaya dalam penyelesaian sengketa sebagai bentuk dari perlindungan terhadap konsumen secara adil.
6. Konsumen BerHak menerima pembinaan serta pendidikan bagi konsumen.
7. Konsumen BerHak menerima pelayanan dengan benar dan diperlakukan secara transparan dan tidak melakukan tindakan diskriminatif.
8. Apabila barang dan/atau jasa yang diperoleh oleh konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan maka konsumen berhak memperoleh ganti rugi dan/atau penggantian serta kompensasi sebagaimana mestinya.

Pada Pasal 7 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan mengenai kewajiban pelaku usaha ini sebagai bentuk dari konsekuensi yang diberikan dari harus dipenuhinya hak-hak dari konsumen, antara lain :

- a) Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya berkewajiban memiliki itikad yang baik.
- b) Dalam menjual produk dan/atau barangnya pelaku usaha wajib memberi penjelasan mengenai pemeliharaan, perbaikan serta penggunaan pada

produknya, dan wajib memberi informasi yang jelas, tranparan dan dibuktikan kebenarannya.

- c) Mengenai pemberian pelayanan kepada konsumen, pelaku usaha wajib memberikan pelayanan dan perlakuan yang benar dan tidak melakukan tindakan diskriminatif kepada konsumen.
- d) Memberikan jaminan kepada kosumen bahwa mutu dari barang dan/atau jasa yang diberikan sesuai dengan standarisasi mutu barang dan/atau jasa yang sesuai dan berlaku.
- e) Memiliki kewajiban mendapatkan kepercayaan konsumen dengan cara memberikan peluang bagi konsumen agar bisa meneliti dan menguji barang dan/atau jasa yang akan ia beli dan memberikan jaminan atau garansi atas barang dan/atau jasa yang apabila mengalami masalah.
- f) Berkewajiban memberi ganti rugi, penggantian dan kompensasi atas kerugian yang terjadi sesuai kesepakatan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam undang-undang perlindungan konsumen terdapat beberapa hal yang menjadi tujuan perlindungan konsumen, yang dapat dibandingkan dengan peraturan lazada (www.lazada.co.id) , di antaranya yaitu:

- a. Dalam memberikan pelayanan yang baik dan kepuasan bagi pelanggannya yaitu dengan cara memberikan syarat penggunaan dan penjualan yang di pasang pada platform layanan lazada, ini juga merupakan salah satu strategi marketing

lazada dalam menarik pelanggannya. Dan sebagai konsumen haruslah mengerti mengenai aturan yang telah diterapkan oleh pelaku usaha dengan cara membaca dan memahaminya, sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen dalam meningkatkan kesadaran perlindungan konsumen itu sendiri, yang berbunyi: “meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri”

- b. Dalam aturan lazada pada bab keterbatasan lazada atas tanggung jawab dan kewajiban, didalamnya memuat klausula, yaitu “platform, layanan atau material yang disediakan ditujukan sebagai informasi saja. Tidak ada pernyataan atau jaminan apapun, yang tersirat, tersurat maupun diatur, termasuk jaminan non-pelanggaran (noninfringement) atas pihak ketiga yang meliputi: hak, kepemilikan, kelayakan jual (merchantability), kualitas yang memuaskan atau kesesuaian untuk tujuan tertentu, sehubungan dengan platform, layanan atau material. Tanpa mengesampingkan ketentuan lain yang berlaku.”

Klausula ini menunjukkan bahwa lazada berlindung pada standart contract jika terdapat atau terjadi pelanggaran atau akses negatif pada platform lazada, hal ini tidak sesuai dengan tujuan kedua perlindungan konsumen, yaitu “mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.” Pada dasarnya hak konsumen adalah memperoleh informasi yang benar, transparan dan jelas mengenai produk yang dijual oleh pelaku usaha, sehingga konsumen dan pelaku usaha dapat terlindungi dari iktikad tidak baik.

Lazada merupakan situs online yang berbentuk retail dan marketplace maksudnya adalah membuka peluang bagi pelaku usaha lain (vendor pihak ketiga) untuk menjual barangnya di Lazada dan juga menawarkan sistem jual grosir maupun eceran. Didalam sistem transaksi e-commerce, Lazada memberikan informasi yang transparan, benar serta jelasterhadap barang yang dijualnya, dan Lazada telah menjelaskan hak-hak konsumen didalam aturannya seperti contoh apabila ingin menyampaikan keluhan, memiliki hak bertanya, dan memperoleh informasi dalam penggunaan Lazada, seperti dijelaskan pada pertanyaan ini, “Jika konsumen memiliki pertanyaan atau keluhan, silahkan hubungi lazada melalui <http://www.lazada.co.id/contact/> atau menggunakan pilih/klik "hubungi lazada" pada <http://www.lazada.co.id/faq/> , atau dengan menghubungi customer service lazada, lazada akan bekerja sama dengan penjual untuk menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen.”

Hal ini sesuai dengan tujuan ketiga perlindungan konsumen, yaitu “meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen”

Lazada telah membuat peraturan untuk perlindungan konsumen sesuai dengan pertauran perundang-undangan yang berlakusebagai berikut, hal ini dapat dibuktikan melalui pertanyaan berikut ini “hukum yang berlaku: syarat & ketentuan penjualan (juga penggunaan) akan diatur dan ditafsirkan sesuai dengan hukum Indonesia dan konsumen dengan ini tunduk pada yurisdiksi eksklusif Pengadilan Negeri Jakarta Selatan.”

Penjelasan di atas sesuai dengan tujuan perlindungan konsumen yang keempat yaitu, “menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi”

Aturan mengenai perlindungan konsumen terdapat pada ketentuan penjualan Pasal 6, yang menjelaskan mengenai penggantian rugi, perbaikan, dan pengembalian. Sebagian dari aturan ini mengenai perjanjian baku Lazada yang berisi tentang perlindungan Lazada apabila terjadi wanprestasi atau pelanggaran, aturan ini dibuat berdasarkan *standard contract* atau perjanjian baku yang telah ditetapkan oleh Lazada, hal ini menunjukkan bahwa berkaitan dengan perlindungan konsumen ayat 5 yaitu “menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha”

Lazada telah menjamin kenyamanan bagi konsumen jika konsumen akan membrowsing produk yang sedang ia cari, karena dalam melakukan transaksi Lazada yang pertama perlu dilakukan konsumen yaitu melihat katalog yang disediakan oleh Lazada pada situs Lazada melalui aplikasi yang dapat di unduh melalui smartphone atau IOS. Agar konsumen merasa aman dalam melakukan jual beli dan merasa aman dalam opsi pembayaran, Lazada selalu berupaya meningkatkan kualitas dari platform dari waktu ke waktu seiring perkembangan zaman.

Pernyataan tersebut sejalan dengan Perlindungan Konsumen ayat keenam, yang berbunyi “meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin

kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

B. Faktor dan Hambatan yang Terjadi dalam Perlindungan Hukum Atas Konsumen Lazada (Situs Jual Beli Online)

Sesuai dengan yang telah dijelaskan penulis sebelumnya dalam melakukan transaksi jual beli online tentu antara pelaku usaha dan konsumen tidak bertatap muka satu sama lain, sehingga dalam melakukan perjanjian atau kontrak pun dilakukan secara online ini disebut kontrak elektronik. Hubungan hukum yang terbentuk dari kontrak elektronik ini tidak berbeda dengan kontrak pada umumnya yaitu apabila kontrak telah sesuai dengan yang telah sepakati kedua belah pihak maka telah selesai hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Namun jika kontrak yang telah disepakati tidak sesuai dan melanggar isi kontrak maka akan timbulah masalah, permasalahan ini biasanya timbul dari konsumen yang tidak puas dengan barang yang dia terima, pelayanan penjual maupun lambatnya pengiriman dan permasalahan lain yang menurut konsumen merasa tidak puas , permasalahan atau sengketa yang timbul dari konsumen ini biasanya disebut dengan sengketa konsumen.

Dalam menyelesaikan sengketa konsumen ini tentu sudah diatur didalam peraturan perundang-undangan yang terdapat pada Pasal 23 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud pada Pasal 23 ialah yang menyangkut mengenai penyelesaian sengketa konsumen ini jika konsumen mengalami kerugian tetapi pelaku usaha tidak mengindahkan keluhan konsumen, tidak memberi tanggapan, menolak dan/atau tidak

memberikan ganti rugi atas apa yang telah dituntut konsumen, maka konsumen berhak untuk melakukan gugatan kepada pelaku usaha dan menyelesaikan permasalahan dan perselisihan yang terjadi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau dengan cara konsumen mengajukan gugatan sesuai peradilan tempat konsumen berdomisili. Hal tersebut tercantum pada Pasal 45 Ayat 1 Undang Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

Dalam menyelesaikan sengketa konsumen maka dalam ketentuan Pasal 45 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen maka konsumen diberi pilihan dalam menyelesaikan permasalahannya, yang berbunyi “penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa” (Juniarti, 2014: 41). Dari ketentuan tersebut konsumen telah diberikan jaminan agar mempertahankan hak-hak yang dapat diperolehnya dari pelaku usaha.

Sesuai Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan mengenai dua pilihan dalam menyelesaikan sengketa konsumen, antara lain:

- a) Cara-cara yang dapat digunakan dalam proses beracara menyelesaikan sengketa konsumen di pengadilan. Dengan Peradilan yang ada dilingkungan Peradilan Umum, ialah :
 - 1) Melakukan Gugatan perdata biasa/konvensional;

2) Melakukan Gugatan perdata gugatan kelompok atau class action;

Gugatan Kelompok atau Class Action terdapat pada Pasal 46 ayat 1 huruf b Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen, sekelompok konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha yang telah melakukan pelanggaran dapat melakukan tuntutan atau gugatan yang mempunyai kepentingan yang serupa, gugatan ini harus diajukan secara berkelompok yang berisi konsumen yang benar benar merasa dirugikan maka dapat dibuktikan secara hukum.

3) Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) merupakan lembaga non pemerintah yang telah terdaftar dan mendapat pengakuan dari pemerintah dalam melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen, oleh sebab itu yang mengajukan proses beracara dalam menyelesaikan sengketa konsumen adalah LPKSM ini disebut juga Legal Standing (Juniarti, 2014: 43-44).

b) Sebagaimana telah disebutkan di dalam Pasal 52 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Jo. Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP.Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, menjelaskan mengenai Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang diberi tugas dalam menyelesaikan sengketa konsumen apabila timbul perselisihan.

Ada tiga cara yang dapat dilakukan dalam menyelesaikan sengketa konsumen melalui lembaga yang telah diberi tugas dalam menyelesaikannya ketentuan ini terdapat pada Pasal 52 diatas, yaitu (Shofie, 2003: 22-24) :

- a) Konsiliasi adalah jalur yang ditempuh salah satu pihak sebagai inisiatif, didalam konsiliasi maka ada seorang konsiliator yang akan memberikan penjelasan mengenai masalah yang timbul dan berada ditengah-tengah para pihak, namun tugas seorang konsiliator disbanding dengan mediator kurang aktif dalam memberikan penawaran mengenai *options* dalam menyelesaikan sengketa. Sedangkan Majelis BPSK diberi tugas menjadi perantara bagi para pihak yang bersengketa, namun Majelis BPSK bersikap Pasif.
- b) Mediasi dan konsiliasi adalah penyelesaian sengketa konsumen yang sama-sama dilakukan oleh salah satu pihak, namun yang menjadi perbedaan ialah Majelis BPSK bersifat aktif dalam hal tugasnya menjadi pemerantara dan penasihat.
- c) Arbitrase adalah cara yang dilakukan para pihak yang bersengketa memberikan wewenang sepenuhnya kepada Majelis BPSK dalam memutuskan dan menyelesaikan sengketa konsumen. Upaya penyelesaian didalam pengadilan yaitu salah satu pihak menggugat pihak yang lain sehingga penyelesaian dilakukan di meja pengadilan, namun ada cara lain dalam menyelesaikan sengketa konsumen yaitu melalui jalur diluar pengadilan yang disebut upaya penyelesaian sengketa konsumen secara damai, ini juga tercantum didalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Penyelesaian sengketa secara damai ini dilakukan oleh kedua belah pihak yang bermasalah dengan tidak melalui jalur pengadilan atau Badan penyelesaian sengketa konsumen, salah satu cara yang dilakukan untuk melakukan penyelesaian sengketa secara damai adalah dengan melakukan musyawarah antara pihak konsumen dan pihak pelaku usaha agar tercapainya kesepakatan dalam ganti kerugian, penyelesaian sengketa konsumen secara damai ini tidak boleh melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Proses hukum yang cukup panjang dan menyita waktu, terkadang menjadi penghambat utama bagi konsumen untuk melakukan tuntutan atas kerugian yang mereka alami dengan berbelanja di situs belanja online. Sehingga sebagian besar konsumen lebih memilih mendinginkan permasalahan tersebut tanpa ada solusi dan tentu saja hal ini akhirnya akan merugikan konsumen itu sendiri. Adanya anggapan di masyarakat bahwa dalam berbelanja online, maka konsumen harus siap menanggung konsekuensi jika produk tidak sesuai dengan yang ditawarkan dan diharapkan oleh konsumen, juga menjadi salah satu kendala dalam penerapan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi online ini tidak terjamin akan didapatkan dikarenakan, tidak saling mengenal antara pelaku usaha dan konsumen selain itu mereka tidak bisa bertatap muka secara langsung. Sehingga konsumen bisa saja mendapatkan barang dengan kondisi yang tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan.
2. Antara dalam transaksi jual beli online maupun secara konvensional tidak banyak perbedaan, yang menjadi perbedaan mendasarnya adalah cara atau media yang digunakan dalam jual beli online media yang digunakan internet, namun pada transaksi jual beli online lebih di fokuskan pada hak-hak konsumen agar terlindunginya hak-hak konsumen seperti yang tercantum didalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
3. Apabila dalam melakukan perjanjian jual beli online terjadi suatu pelanggaran, maka hak-hak konsumen harus dilindungi dengan cara melakukan penyelesaian sengketa konsumen yang dilakukan baik melalui jalur pengadilan ataupun diluar pengadilan, ketentuan mengenai tata cara penyelesaian sengketa ini diatur didalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
4. Proses hukum yang cukup panjang dan menyita waktu, terkadang menjadi penghambat utama bagi konsumen untuk melakukan tuntutan atas kerugian

yang mereka alami dengan berbelanja di situs belanja online. Sehingga sebagian besar konsumen lebih memilih mendiadakan permasalahan tersebut tanpa ada solusi dan tentu saja hal ini akhirnya akan merugikan konsumen itu sendiri. Adanya anggapan di masyarakat bahwa dalam berbelanja online, maka konsumen harus siap menanggung konsekuensi jika produk tidak sesuai dengan yang ditawarkan dan diharapkan oleh konsumen, juga menjadi salah satu kendala dalam penerapan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online.

B. Saran

1. Bagi konsumen yang menggunakan jasa situs belanja online khususnya Lazada, hendaknya lebih berhati-hati dalam memilih produsen. Kemudian teliti setiap produk yang akan dibeli, perhatikan informasi dari produsen maupun dari konsumen yang sudah melakukan pembelian sebelumnya agar konsumen lebih mengetahui karakter produsen dan juga produk yang akan dibeli.
2. Bagi produsen hendaknya menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan produk yang sesuai dengan yang ditawarkan. Unggah foto produk sesuai dengan kondisi aslinya agar konsumen tidak merasa tertipu, dan berikan informasi tambahan mengenai produk dengan sejelas-jelasnya untuk pertimbangan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian.'

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku :

- Ahmadi miru, S. M. (2008). *hukum kontrak perencanaan kontrak*. jakarta kelapa gading permai: PT raja granfindo persada.
- Boediono, D. (2014). *ekonomi internasional*.yogyakarta.
- Celina tri siwi kristiyanti, S. M. (2009). *hukum perlindungan konsumen*. jl.sawo raya No. 18 jakarta: sinar grafika.
- Harahap, Yahya, 1986, Segi-Segi Hukum Perjanjian, PT. Alumni, Bandung
- Muhammad, Abdulkadir, 2010, Hukum Perjanjian, PT. Alumni, Bandung
- Prodjodikoro, Wirjono, 2011, Asas-asas Hukum Perjanjian, CV. Mandar Maju, Jakarta
- Satrio,J, 1992, Hukum perikatan, Perikatan Lahir dari Perjanjian, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung,
- Setiawan, R. 1986, Pokok-Pokok Hukum Perdata, Bina Cipta, Bandung
- Shofie, Yusuf. (2003). *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Teori dan Praktek Penegakan Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Subekti, 1990, Hukum Perjanjian, Ctk. Ke-7, PT. Intermasa, Jakarta
- Subekti, 1987, Hukum Perjanjian, PT. Intermasa, Jakarta
- Sunggono, B. (2005). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Susanto, H. (2008). *hak-hak konsumen jika dirugikan*.jakarta selatan 12630: Transmediapustaka.
- Syafrinaldi. (2017). *Buku Panduan Penyusunan Skripsi*. Pekanbaru :UIR Press
- UIR, P. (2014). *ekonomitrntanfortasi*.pekanbaru.
- Wardiono, S. M. (2014). *hukum perlindungan konsumen*.yogyakarta 55292: ombak(anggota ikapi).
- Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Prenada Media Group.

Jurnal

Arlina, S. (2018). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *UIR Law Review*, 2(April), 317. Retrieved from <http://www.pom.go.id/new/index.php/view/>

Barkatullah, Juni Abdul Halim. (2010) *Urgensi Perlindungan Hukum Terhadap Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*. Cita Hukum Vol.2. No.1.

Desi Apriani, (2019) *Tinjaun Terhadap Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*, UIR LAW REVIEW

Juniarti. Nila. (2014). *Kewajiban Pelaku Usaha Mencantumkan Penggunaan Bahasa Indonesiap Pada Produk Elektronik Rumah Tangga di Kota Pontianak*. Skripsi. Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak.

Rahdiansyah. (2018), *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pelanggan Air Minum Isi Ulang*, UIR LAW REVIEW

Undang-undang dan Peraturan

Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), Terjemahan R. Subekti dan R.Tjitrosudibio, 2008, Pradya Paramita, Jakarta.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 350/MPP/Kep/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Lain-lain :

www.lazada.co.id

www.hukumonline.com