

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE
(Situs Lazada.co.id)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan Oleh:

Agus Prayoga
NIM: 30301700361

Dosen Pembimbing

Dr. Denny Suwondo, SH.,MH
NIDN: 06-1710-6301

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2022**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE
(Situs Lazada.co.id)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan Oleh:

Agus Pravoga

NIM: 30301700361

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, belonging to Dr. Denny Suwondo, is written over a large, faint watermark of the UNISSULA logo.

Dr. Denny Suwondo, SH.,MH

NIDN: 06-1710-6301

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2021

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI OSECARA ONLINE
(Situs Lazada.co.id)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AGUS PRAYOGA
NIM: 30301700361

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal, 26 Agustus 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji
Ketua


Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H, M.Hum
NIDN : 06-1510-6602

Anggota

Anggota


Dr. Andri Winjaya Laksana, S.H, M.H
NIDN : 06-2005-8302


Dr. Denny Suwondo, S.H, M.H
NIDN: 06-1710-6301

Mengetahui
Dekan Fakultas Hukum Unissula


Dr. Bambang Tri Bawono, S.H, M.H
NIDN : 06-0707-7601

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Prayoga

NIM : 30301700361

Fakultas : Hukum

Jurusan : Ilmu Hukum

Dengan ini saya menyatakan bahwa, karya tulis yang berjudul :

Peridungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (Situs Lazada.co.id) adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindak plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Semarang, 12 September 2022



Agus Prayoga

NIM : 30301700361



SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Prayoga

NIM : 30301700361

Fakultas : Hukum

Jurusan : Ilmu Hukum

Dengan ini saya menyerahkan Karya Ilmiah berupa skripsi yang berjudul :

Peridungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (Situs Lazada.co.id), Menyetujui menjadi Hak Milik Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang serta memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif serta disimpan, di alih mediakan, dikelola dalam pangkalan data , dan di publikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademi selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam Karya Ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung

Semarang, 12 September 2022



Agus Prayoga

NIM : 30301700361



ABSTRAKS

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

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui proses transaksi jual beli secara *online* (Situs Lazada.co.id) 2) untuk mengetahui masalah dalam transaksi jual beli secara *online* dan upaya penyelesaiannya

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif, artinya penelitian hukum ini dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif.

Dari hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan 1) proses transaksi jual-beli secara *online* (Situs Lazada.co.id) meliputi : masuk ke situs/web toko *online*, memilih jenis barang yang diinginkan, klik perintah pembelian, melakukan transaksi pembayaran, pihak *merchant* melakukan pengiriman barang 2) masalah dalam transaksi jual beli secara online dan upaya penyelesaiannya meliputi lemahnya kedudukan konsumen terhadap pelaku usaha, keabsahan perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata serta tidak ada lembaga penjamin keabsahan toko *online*. Upaya melalui pemberian *trustmark* oleh pelaku usaha dalam websitenya, konsumen dapat mengetahui pelaku usaha tersebut merupakan penyelenggara transaksi elektronik yang dapat dipercaya. Pemerintah hendaknya meningkatkan kesadaran konsumen untuk mau melaporkan kerugian akibat transaksi jual beli *online*.

Kata Kunci : Konsumen. Perlindungan Hukum. Transaksi Online.

ABSTRACT

Online transactions are a new way of doing buying and selling activities by utilizing the progress of information technology. Through online transactions business actors can reduce marketing costs and assist consumers in saving time and cost. But the utilization of online transactions have a negative impact, especially for consumers such as getting goods not appropriate information provided by the business.

The purpose of this study are: 1) to know the process of online sale and purchase transactions (Site Lazada.co.id) 2) to find out the problem in online sale transaction and settlement efforts.

The approach method used in this research is the normative juridical approach, meaning that legal research is done by examining library materials or secondary data. Data analysis method used is qualitative analysis.

From the results of this study it can be concluded 1) the process of buying and selling transactions online (Site Lazada.co.id) include: entry to the site / web shop online, choose the type of goods desired, click the purchase order, make payment transactions, the merchant to send goods 2) problems in online buying and selling transactions and the settlement efforts such as the weakness of the consumer position against the business actors, the validity of the agreement pursuant to Article 1320 Civil Code and no guarantor institution on line. Efforts through the granting of trust by business actors in the website, the consumer can know the business actor is a provider of electronic transactions that can be trusted. The government should increase awareness of consumers to want to report losses due to online transactions.

Keywords: Consumer. Legal Protection. Online Transactions

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Engkau tak dapat meraih ilmu kecuali dengan enam hal yaitu cerdas, selalu ingin tahu, tabah, punya bekal dalam menuntut ilmu, bimbingan dari guru dan dalam waktu yang lama. (Ali bin Abi Thalib)
- Apabila hamba itu meninggalkan berdo'a kepada kedua orang tuanya, niscaya terputuslah rezeki daripadanya. (HR. Hakim dan ad-Dailami)
- Perbanyaklah kamu mengingat mati, karena hal itu bisa membersihkan dosa dan menyebabkan kamu zuhud atau tidak cinta kepada dunia. (Rasulullah SAW)

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- Ayahanda Almarhum H. Soemono dan Ibunda
Hj. Darsini
- Almamaterku Fakultas Hukum Universitas
Islam Sultan Agung Semarang tercinta

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online”

Skripsi dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Berbagai kesulitan dan hambatan penulis hadapi dalam penulisan skripsi ini. Namun karena doa, dukungan moril dan materiil dari Ayahanda Almarhum H. Soemono dan Ibunda Hj. Darsini serta dukungan baik bimbingan, bantuan, dan arahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Gunarto SH, SE.Akt, M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang
2. Dr. Bambang Tri Bawono, SH.,MH selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang
3. Dr. Hj. Aryani witasari, SH.,M.Hum selaku Kaprodi S1 Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang
4. Dr. Denny Suwondo, SH.,MH. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya guna memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini
5. Dr. Andri Winjaya Laksana, SH.,MH. selaku Dosen Wali dan Direktur Kelas Eksekutif yang telah memberikan kesempatan dalam

penyusunan skripsi ini, memberikan bekal ilmu dan bimbingan selama penulis mengikuti perkuliahan



6. Semua Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan bekal ilmu dan bimbingan selama penulis mengikuti perkuliahan
7. Teman-teman angkatan 2017 Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan kenangan bahagia bagi penulis selama masa perkuliahan
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini

Semoga kebaikan dan bantuan mereka mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan masukan yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan bermanfaat bagi masyarakat dan ilmu pengetahuan

Semarang, 03 Maret 2022

Agus Prayoga

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAKS	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian.....	7
F. Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Hukum Perlindungan Konsumen	12
1. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	12
2. Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen.....	13
3. Pengertian Konsumen.....	17
4. Hak dan Kewajiban Konsumen	21
5. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen	26
B. Pelaku Usaha.....	28
1. Pengertian Pelaku Usaha	28
2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	29
3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha	30

C. Perjanjian Jual Beli.....	31
1. Pengertian Perjanjian Jual Beli.....	31
2. Asas-Asas dan Syarat Perjanjian Jual Beli.....	33
3. Subyek dan Obyek Perjanjian Jual Beli.....	37
4. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli.....	38
5. Bentuk-Bentuk Perjanjian Jual Beli.....	40
6. Jual Beli dalam Perspektif Islam	42
D. Transaksi jual Beli Online	47
1. Pengertian Jual Beli Online (<i>E-commerce</i>).....	47
2. Para Pihak dalam Jual Beli Online	48
3. Jenis-Jenis Transaksi Online	50
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Proses Transaksi Jual-Beli Secara Online (Situs Lazada.co.id).....	52
B. Masalah dalam Transaksi Jual Beli Secara Online dan Upaya Penyelesaiannya	60
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, *Market place* baru dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Bagaimanapun juga, teknologi internet berhasil mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Bertolak dari situ internet telah memberi kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan/industri maupun pemerintah. Kehadiran internet dianggap dapat menunjang efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan terutama perannya sebagai sarana informasi yang dibutuhkan oleh sebuah usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.¹ Teknologi internet yang serba digital itu dapat berfungsi sebagai ajang promosi strategis yang efektif dan efisien, karena internet dapat menjangkau seluruh yurisdiksi hukum negara-negara di dunia².

Salah satu perkembangan teknologi internet yang signifikan adalah transaksi jual-beli secara *online* atau *e-commerce*. Belanja *online* pun sudah merupakan hal yang biasa dalam kehidupan masyarakat saat ini. *Elektronic commerce* atau yang umum dikenal sebagai *e-commerce* merupakan pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya. Istilah ini dapat mencakup seluruh proses *online* seperti Penjualan, pengiriman, pelayanan,

¹Iman Sjahputra, *Perlindungan konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Alumni, Bandung, 2010, hlm. 13

²*Ibid.*, hlm. 2.

pemasaran serta pembayaran. Sedangkan 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.³

Belanja *online* baik melalui toko *online* atau forum belanja *online* sudah mulai banyak dikenal orang, termasuk di Indonesia. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia menjadi salah satu penyebab utama. Setidaknya ada beberapa alasan umum seperti:⁴

1. Tidak perlu keluar rumah. Kemacetan di jalan raya bisa menjadikan orang enggan datang ke toko fisik. Selain alasan banyak waktu yang terbuang di jalan, belanja *online* lebih efektif
2. Rata-rata produk yang dijual di toko *online* harganya murah.
3. Pembeli bisa survei produk dan membandingkan harga lebih mudah
4. Layanan belanja di toko *online* relatif cepat
5. Belanja *online* bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun dalam 24 jam.
6. Hemat waktu
7. Hemat uang transport

Penggunaan data digital sebagai media untuk membuat suatu perjanjian akan berimplikasi pada efisiensi kinerja perusahaan, terutama bagi perusahaan-perusahaan yang menjalankan aktivitas usahanya lewat jaringan teknologi internet. Namun, perjanjian yang dibuat dalam internet bukan berarti tidak menimbulkan masalah baru. Sejauh dapat diamati, permasalahan itu sangat terkait dengan upaya perlindungan konsumen.

³Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm. 1.

⁴Adi Baskoro, *Buku Pinter Membuat Toko Online*, Transmedia, Jakarta, 2012, hlm. 2-3.

Secara teoretis dikatakan bahwa konsumen dapat menggunakan hukum sebagai alat proteksi bila perjanjian dianggap sah dan mengikat para pihak dalam perjanjian. Akibatnya akan muncul satu pertanyaan sejak kapan perjanjian yang dibuat lewat teknologi internet itu dianggap sah dan mengikat para pihak.⁵

Dalam praktiknya, syarat-syarat perjanjian diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Menurut ketentuan ini sahnya suatu perjanjian harus memenuhi empat persyaratan utama;

1. Adanya kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Adanya kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
3. Harus ada hal tertentu;
4. Harus ada kausa yang halal.

Penting dicatat bahwa setiap transaksi perniagaan elektronik yang memenuhi syarat Pasal 1320 harus diakui sebagai perjanjian yang mengikat para pihak. Oleh karena itu seluruh bentuk perjanjian yang dibuat secara *online* memiliki kekuatan hukum berlaku (*enforceable*) dan mengikat (*binding*) para pihak dalam perjanjian.

Transaksi perdagangan secara elektronik memiliki resiko yang jauh lebih besar daripada periode tradisional sebelumnya. Bertransaksi atau berbelanja di pasar tradisional/konvensional, ketika seorang konsumen merasa dirugikan atas perbuatan pelaku usaha/penjual, maka konsumen dapat segera melakukan *complain*, namun ketika seorang konsumen bertransaksi melalui internet, ketika terjadi perbuatan curang oleh pelaku

⁵ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum di Indonesia*, Cetakan kesatu, Refika Aditama, Bandung, 2004, hlm. 36.

usaha atau penjual, maka biasanya sulit bagi konsumen untuk melakukan *complain* kepada pelaku usaha atau penjual yang dapat dikarenakan oleh beberapa sebab, misalkan konsumen tidak mengetahui keberadaan pelaku usaha, atau pelaku usaha tidak menerima *complain* setelah barang di kirimkan atau bahkan ada itikad tidak baik dari pelaku usaha yang mengatakan bahwa uang pembayaran belum diterima pelaku usaha dan lain-lain.

Ketika seorang konsumen mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk barang ataupun jasa, maka setiap konsumen pasti menginginkan adanya kepuasan terhadap produk tersebut, minimal konsumen menginginkan adanya informasi yang jelas atas produk yang akan dibeli, keyakinan bahwa produk yang dibeli tidak berbahaya bagi kesehatan dan aman bagi jiwanya, produk yang dibeli cocok dan sesuai dengan keinginannya, baik segi kualitas maupun harga, konsumen tahu cara penggunaannya, ada garansi dari produk yang dibelinya. Namun kenyataan yang muncul seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkannya secara maksimal sehingga akibatnya konsumen merasa dirugikan.

Lemahnya posisi konsumen seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari konsumen. Faktor ketidak tahuan konsumen, tidak jelasnya informasi terhadap barang/jasa yang diberikan pelaku usaha, tidak pahamnya konsumen pada mekanisme transaksi menjadi faktor penyebab lemahnya kedudukan konsumen. Oleh karena itu, dalam rangka menciptakan iklim

berusaha yang sehat bagi konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan melalui *e-commerce*, maka perlu diupayakan suatu bentuk pengaturan hukum yang baru sekaligus memadai yang mampu mengatur segala aktivitasnya.⁶

Di Indonesia telah diatur Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang di dalamnya ada aturan mengenai hak-hak konsumen. Dalam setiap transaksi atau penggunaan suatu produk barang dan jasa tertentu, pelaku usaha harus menjamin semua hak konsumen terpenuhi. Dalam Pasal 17 UUPK juga diatur tentang larangan pelaku usaha memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha juga dilarang mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa, serta pelaku usaha dilarang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.⁷

Selain itu juga diatur Undang-Undang No. 19 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Di dalam Pasal 9 UU ITE ini disebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini informasi yang dibuat oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen harus

⁶Elisatris Gultom, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce, Dalam Cyber law : Suatu Pengantar*, Elips, Bandung, 2002, hlm. 55.

⁷<http://e-journal.uaajy.ac.id/6634/1/JURNAL%20HK10085.pdf>, diakses pada tanggal 2 Februari 2017, Jam 22.00 WIB

benar-benar sesuai dengan barang / jasa yang ditawarkannya agar tidak memunculkan ekspektasi yang berbeda dari pihak konsumen.

Pada umumnya kerugian yang sering dialami oleh konsumen adalah tidak mendapatkan barang sesuai informasi yang diberikan oleh pelaku usaha sebelumnya, dan tidak sedikit konsumen memilih untuk pasrah dan tidak berusaha untuk memperjuangkan hak-haknya yang telah dirugikan oleh pihak pelaku usaha dalam transaksi elektronik.⁸ Oleh sebab itu penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui internet dengan membuat judul skripsi: **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (Situs Lazada.co.id)**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online (Situs Lazada .co.id)?
2. Apa yang menjadi masalah dalam transaksi jual beli secara online dan bagaimana upaya penyelesaiannya ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan transaksi jual beli secara online (Situs Lazada.co.id)

⁸*Ibid.*,

2. Untuk mengetahui masalah dalam transaksi jual beli secara online dan upaya penyelesaiannya

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik dari segi teoritis maupun segi praktis. Kegunaan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Segi Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan yang lebih luas terhadap ilmu hukum, pemerintah, masyarakat serta di bidang hukum perdata pada khususnya.

2. Segi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi dan masukan kepada masyarakat pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *yuridis normatif*, artinya penelitian hukum ini dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka, yang dalam hal ini berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif analisis, yakni menggambarkan masalah yang kemudian menganalisa permasalahan yang ada melalui data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah serta disusun dengan berlandaskan kepada teori-teori dan konsep-konsep yang digunakan. Dikatakan deskriptif karena dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran yang jelas, rinci, dan sistematis, sedangkan dikatakan analisis karena bahan yang diperoleh dari penelitian kepustakaan akan dianalisa untuk memecahkan terhadap permasalahan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Sumber Data

Jenis dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang menunjang kelengkapan data primer. Data sekunder mencakup:

- a. Bahan hukum primer terdiri : Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta peraturan-peraturan berupa konvensi
- b. Bahan hukum sekunder dalam hal ini adalah yang memberikan penjelasan dan tafsiran terhadap sumber bahan hukum primer,

seperti buku ilmu hukum, jurnal hukum, laporan hukum, media cetak atau elektronik, pendapat para sarjana, kasus-kasus hukum, serta simposium yang dilakukan pakar terkait dengan masalah yang diteliti;

c. Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum, ensiklopedia, artikel, dan dokumen yang terkait.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah model studi *pustaka (library research)*, yang dimaksud dengan studi kepustakaan adalah pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang berasal dari berbagai sumber dan dipublikasikan secara luas serta dibutuhkan dalam penelitian hukum normatif, yakni penulisan yang didasarkan pada bahan hukum yang dijadikan objek penelitian, seperti peraturan perundang-undangan, buku-buku pustaka, majalah, artikel, surat kabar, buletin tentang segala permasalahan yang sesuai dengan skripsi ini yang akan disusun dan dikaji secara komprehensif.

5. Metode Analisis Data

Analisis yang dipergunakan dalam skripsi ini adalah *analisis kualitatif*, yaitu suatu tata cara penelitian yang menghasilkan data *deskriptif analisis*, yaitu apa yang diperoleh dari penelitian kepustakaan, diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, serta Sistematika Penelitian Skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka berisi tentang Hukum Perlindungan Konsumen yang meliputi : pengertian hukum perlindungan konsumen, asas dan tujuan hukum perlindungan konsumen, pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen, dasar hukum perlindungan konsumen. Pelaku Usaha yang meliputi : pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha, tanggungjawab pelaku usaha. Perjanjian Jual beli yang meliputi : pengertian perjanjian jual beli, asas-asas dan syarat perjanjian jual beli, subyek dan obyek perjanjian jual beli, hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian jual beli, bentuk bentuk perjanjian jual beli, jual beli dalam perspektif islam. Transaksi Jual beli Online yang meliputi : pengertian jual beli online (*E-commerce*), para pihak dalam jual beli online, jenis jenis transaksi online

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan dalam bentuk penyajian data yang terdiri dari: proses transaksi jual beli secara online (Situs Lazada.co.id) serta masalah dalam jual beli secara online dan upaya penyelesaiannya

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini berisi Kesimpulan dari penelitian yang dilengkapi dengan Saran sebagai masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaedah-kaedah bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen dari pelaku usaha yang bertindak sewenang-wenang dan tidak bertanggung jawab yang menempatkan posisi konsumen sebagai objek dari bisnis yang dilakukannya. Artinya usaha untuk melakukan perlindungan hukum terhadap konsumen diatur oleh hukum perlindungan konsumen yang terdapat dalam UU Perlindungan Konsumen.⁹

Konsumen memiliki posisi yang lemah baik dalam hal pengetahuan seputar produk yang dibuat oleh pelaku usaha maupun dalam hal tawar-menawar berkaitan dengan penggunaan klausula baku yang terlebih dahulu ditetapkan oleh pelaku usaha tanpa ada kehendak bebas dari konsumen. Guna menyeimbangkan kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen, maka dirasa perlu adanya suatu hukum yang melindungi kepentingan konsumen yang lemah tersebut yang disebut dengan hukum perlindungan konsumen.¹⁰

AZ. Nasution, SH memberikan batasan dari hukum perlindungan konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-

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

¹⁰ <http://repository.uinsuska.ac.id/7132/4/BAB%20III%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf> diakses pada tanggal 09 Maret 2017, jam 14.00 WIB

kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen.¹¹ Dengan demikian hukum perlindungan konsumen digunakan apabila terjadi permasalahan antara konsumen dengan pelaku usaha yang berkaitan dengan suatu hubungan hukum. Apabila terjadi penipuan transaksi jual beli online, kita bisa melaporkan ke Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka (1) menyebutkan bahwa *“perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”*. Artinya pemerintah memberikan kepastian hukum kepada konsumen dalam hal perlindungan terhadap hak-hak dan kepentingannya. Meskipun UU Perlindungan Konsumen ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen bukan berarti mengabaikan kepentingan pelaku usaha yang mempunyai peranan penting dalam dunia perdagangan dan pemenuhan akan kebutuhan masyarakat.¹²

2. Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Berdasarkan ketentuan yang termuat dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang merupakan asas perlindungan konsumen adalah :¹³

a. Asas manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus

¹¹ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 66

¹² <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36689/1/09E00843.pdf> , diakses pada

tanggal 9 Maret 2017, jam 17.00 WIB

¹³ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hlm. 25



memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Dengan kaata lain tidak boleh hanya satu pihak saja yang mendapatkan manfaat sedangkan pihak yang lain mendapatkan kerugian.

b. Asas keadilan

Hukum perlindungan konsumen harus adil bagi konsumen maupun pelaku usaha, jadi tidak hanya membebani pelaku usaha dengan tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak dan kepentingannya tidak hanya pro kepada konsumen. Hal ini dikarenakan tidak selamanya sengketa konsumen itu diakibatkan atas kesalahan pelaku usaha saja, tetapi dapat juga diakibatkan oleh kesalahan konsumen yang terkadang tidak tahu akan kewajibannya atau terburu-buru menyetujui ketentuan-ketentuan yang terdapat klausula baku.

c. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara hak dan kewajiban para pelaku usaha, konsumen maupun pemerintah sebagai pengawas dari hubungan hukum yang terjadi dalam transaksi perdagangan antara pelaku usaha dan konsumen.

d. Asas keamanan dan keselamatan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan dan kepastian keselamatan kepada konsumen dalam menggunakan produk yang diproduksi oleh pelaku usaha yang beredar di pasaran untuk dikonsumsi ataupun digunakan.

e. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan dan kepastian hukum agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan menjalankan apa yang menjadi hak dan kewajibannya tanpa harus membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak. Dengan adanya asas kepastian hukum ini, jika salah satu pihak melakukan tindakan hukum yang bersifat merugikan pihak yang lain maka terhadap pihak tersebut dapat dimintakan pertanggung jawaban dan ganti kerugian.

f. Asas i'tikad baik.

Berdasarkan rumusan Pasal 1338 KUHPerdara suatu perjanjian itu hendaklah dibuat dengan suatu itikad yang baik. Dengan kata lain perjanjian tidak berlaku sah apabila dilakukan dengan itikad buruk yang bertujuan untuk merugikan pihak lain ataupun pihak ketiga yang terkait, yang diperoleh dari pemaksaan, penipuan ataupun kekeliruan. Pelaku usaha tidak boleh mendapat keuntungan dari kebutuhan konsumen.

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

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- d. Menciptakan perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.¹⁴

Sementara itu Janus Sidabalok mengemukakan ada 4 (empat) alasan pokok mengapa konsumen perlu dilindungi, yaitu sebagai berikut :¹⁵

- a. Melindungi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa sebagaimana diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut UUD 1945
- b. Melindungi konsumen perlu untuk menghindarkan konsumen dari dampak negatif penggunaan teknologi
- c. Melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku pembangunan, yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional

¹⁴ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo, Jakarta, 2011, hlm. 1-22

¹⁵ M. Ali Mansyur, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press, Yogyakarta, 2007, hlm. 81

- d. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen

Meskipun tujuan dari UU Perlindungan Konsumen mayoritas memperhatikan kepentingan konsumen, namun bukan berarti dengan diterbitkannya UUPK ini justru mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi sebaliknya yaitu untuk menciptakan suatu prinsip positif bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah mitra yang tidak terpisahkan satu dengan yang lain. Adapun upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen termuat dalam rumusan Pasal 29 ayat (4) UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dengan konsumen
- b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat
- c. Meningkatnya kualitas sumber daya serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan dibidang perlindungan konsumen

3. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda).¹⁶ Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau

¹⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 22

seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”.¹⁷

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

AZ. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni :¹⁸

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

¹⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum perlindungan Konsumen* (Kajian Teoretis dan Perkembangan pemikiran) Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 7

¹⁸ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit media, Jakarta, 2001, hlm. 13

Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam pengertian konsumen adalah :¹⁹

a. Setiap orang

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

b. Pemakai

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

c. Barang dan/atau jasa

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

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 27

prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang tersedia dalam masyarakat

Barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran yang dapat dilihat dari rumusan Pasal 9 ayat (1) huruf e UU Perlindungan Konsumen. Namun, di era perdagangan sekarang ini, syarat mutlak itu tidak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya di Indonesia telah banyak berkembang perusahaan pengembang (*developer*) perumahan, yang mengadakan transaksi terlebih dahulu sebelum bangunannya jadi yang dikenal dengan istilah "*booking*".

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

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

f. Barang dan/ atau jasa tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, keluarganya, atau pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya yang bersifat non-komersial. Definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen

adalah pengguna terakhir, tanpa melihat apakah si konsumen adalah pembeli dari barang dan/ atau jasa tersebut.²⁰

4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum, sehingga perlindungan konsumen pasti mengandung aspek hukum. Materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik saja melainkan kepada hak-hak yang bersifat abstrak. Jadi perlindungan konsumen sangat identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal adanya empat hak dasar konsumen yaitu hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*), hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*), dan akhirnya hak untuk didengar (*the right to be heard*).²¹

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

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

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

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

Hak ini dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada

²⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Op. Cit.*, hlm. 8

²¹ Shidarta, *Op.Cit*, hlm. 16

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

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

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

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

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

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

Apabila terdapat persengketaan antara pelaku usaha dengan konsumen, maka konsumen berhak untuk didampingi oleh advokat sebagai kuasa hukumnya, sedangkan jika ditempuh secara non litigasi maka konsumen dapat menyelesaikan sengketanya dengan bantuan instansi yang berwenang yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen

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

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

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

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

perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

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

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

Dari sembilan butir hak konsumen yang diberikan diatas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen merupakan generasi keempat hak asasi manusia, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia dalam perkembangan di masa yang akan datang.²²

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

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

Hal ini wajib dilakukan oleh konsumen agar tidak ada persengketaan yang muncul dikemudian hari. Dengan membaca dan mengikuti petunjuk pemakaian maka konsumen tahu resiko ataupun hal-hal lain yang melekat pada barang dan/atau jasa tersebut. Bagi konsumen yang tidak dapat membaca, maka ia wajib

²² Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004. hlm. 180

bertanya kepada pelaku usaha tentang segala sesuatu mengenai barang dan/atau jasa yang akan dibelinya.

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

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

- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

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

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

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

dapat diatasi dengan bersikap waspada serta menjadi konsumen yang bijak dan mandiri yaitu dengan :²³

- a. Membiasakan diri untuk berbelanja dengan menggunakan rencana
- b. Mengkonsumsi barang dan/atau jasa sesuai kebutuhan
- c. Teliti sebelum membeli
- d. Membeli barang dan/atau jasa yang berkualitas sesuai dengan standart kesehatan dan keamanan
- e. Memerhatikan lebel, keterangan barang, dan tanggal kadaluarsa.

5. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Dasar hukum perlindungan konsumen tidak bisa dilihat dalam konteks UUPK saja, tetapi juga harus dilihat dalam kerangka sistem hukum perlindungan konsumen..²⁴ Sehingga untuk mempelajari hukum perlindungan konsumen, selain mempelajari UUPK sebagai dasar hukum yang utama, juga harus mempelajari dasar-dasar hukum perlindungan konsumen lainnya yang terdapat dalam hukum privat maupun hukum publik, walaupun tidak secara khusus bertujuan untuk melindungi konsumen.

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

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

²³ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 31

²⁴ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum : Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 1999, hlm. 115

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

b. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Perdata

Hukum perlindungan konsumen dalam hukum perdata mencakup pengertian hukum perdata dalam arti luas yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, serta Peraturan Perundang-Undangan Nasional yang tergolong dalam hukum privat. KUHPerdata walaupun tidak secara khusus mengatur menyebutkan istilah konsumen, tetapi ketentuan-ketentuan dalam KUHPerdata juga mengatur masalah hubungan antara pelaku usaha. Salah satu aspek hukum privat yang terdapat dalam Buku III KUHPerdata tentang Perikatan, yakni berkaitan dengan aspek hukum perjanjian maupun Perbuatan Melawan Hukum. Selanjutnya, dalam KUHDagang yang berkaitan Pengangkutan, Asuransi dan lain-lain. Adapun dalam peraturan perundang-undangan nasional antara lain yang terdapat dalam UU Pangan.²⁵

²⁵ <http://repository.ut.ac.id/4102/1/HKUM4312-M1.pdf>, diakses pada tanggal 6 Desember 2016, Jam 14.00 WIB.

c. Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Publik

Hukum perlindungan konsumen dalam hukum publik yang dimaksud adalah hukum yang mengatur hubungan antara negara dan alat-alat perlengkapannya atau hubungan antara negara dengan perorangan. Adapun yang termasuk dalam hukum publik dan terutama dalam kerangka hukum konsumen dan/atau hukum perlindungan konsumen adalah Hukum Administrasi Negara, Hukum Pidana, Hukum Acara Perdata/Pidana dan Hukum Internasional.²⁶

B. Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Dalam Pasal 1 angka 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa *“pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”*. Menurut penjelasan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang perlindungan Konsumen pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian tersebut meliputi : perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain.

²⁶ <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/24973>, diakses pada tanggal 6 Desember 2016, Jam 13.00 WIB.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usahanya mempunyai hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban pelaku usaha tersebut diatur dalam Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Hak-hak pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 6 UUPK meliputi:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 7 UUPK 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.

3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam memproduksi barang dan/atau jasa, pelaku usaha tidak hanya semata-mata mencari keuntungan yang sebesar-besarnya tetapi juga harus memperhatikan kepentingan konsumen. Pelaku usaha dituntut mengenai tanggung jawab sosial (*social responsibility*) atas masalah-masalah sosial, artinya selain ia harus bertanggung jawab terhadap perusahaan, ia juga harus bertanggung jawab atas masalah-

masalah yang timbul dimasyarakat sehubungan dengan hasil produksi, cara produksi serta pemasaran produk-produknya.

Tanggung jawab sosial pelaku usaha dapat diwujudkan dalam produksi barang dan/atau jasa berdasarkan ketentuan-ketentuan yang telah diterapkan oleh pemerintah, antara lain dengan mengikuti ketentuan-ketentuan berproduksi yang telah diatur dalam Undang-undang, maupun mengenai standarisasi mutu barang produksi dan industri yang dikeluarkan oleh instansi-instansi pemerintah yang terkait lainnya.²⁷

C. Perjanjian Jual Beli

1. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Jual beli termasuk dalam kelompok perjanjian bernama, artinya Undang-Undang telah memberikan nama tersendiri dan memberikan pengaturan secara khusus terhadap perjanjian ini. Pengaturan perjanjian bernama diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata maupun Kitab Undang-undang Hukum Dagang.

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457-1540 K UHPerdata. Pengertian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPPerdata adalah *“suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”*

²⁷ Celina Tri Siwi Kretiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Malang, 2008, hlm. 41

Dari pengertian yang diberikan pasal 1457 diatas, persetujuan jual beli sekaligus membebaskan dua kewajiban yaitu :²⁸

- a. Kewajiban pihak penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli.
- b. Kewajiban pihak pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada penjual.

Menurut Salim H.S., S.H.,M.S., Perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian yang dibuat antara pihak penjual dan pihak pembeli. Di dalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima objek tersebut. Unsur yang terkandung dalam definisi tersebut yaitu :²⁹

- a. Adanya subjek hukum, yaitu penjual dan pembeli
- b. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga
- c. Adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak penjual dan pembeli

Unsur pokok dalam perjanjian jual beli adalah barang dan harga, dimana antara penjual dan pembeli harus ada kata sepakat tentang harga dan benda yang menjadi objek jual beli. Suatu perjanjian jual beli yang sah lahir apabila kedua belah pihak telah setuju tentang harga dan barang. Sifat konsensual dari perjanjian jual beli tersebut ditegaskan dalam pasal 1458 yang berbunyi “ *jual beli dianggap*

²⁸ M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1986, hlm. 181

²⁹ Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003, hlm. 49

*sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai kata sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang ini belum diserahkan maupun harganya belum dibayar”.*³⁰

2. Asas-Asas dan Syarat Perjanjian Jual Beli

Asas-asas yang terdapat dalam suatu perjanjian umumnya terdapat dalam perjanjian jual beli. Dalam hukum perjanjian ada beberapa asas, namun secara umum asas perjanjian ada lima yaitu :³¹

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas Kebebasan Berkontrak dapat dilihat dalam Pasal 1338 ayat 1 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi “ *Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya*”. Asas Kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk :

- 1) Membuat atau tidak membuat perjanjian,
- 2) Mengadakan perjanjian dengan siapa pun,
- 3) Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya,
- 4) Menentukan bentuknya perjanjian, yaitu tertulis atau lisan.

b. Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme dapat dilihat dalam Pasal 1320 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dalam Pasal tersebut dinyatakan bahwa salah satu syarat adanya suatu perjanjian adalah adanya kesepakatan dari kedua belah pihak.

³⁰ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, hlm. 2

³¹ Salim H.S, *Op.Cit*, hlm. 9

c. Asas mengikatnya suatu perjanjian

Asas ini terdapat dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dimana suatu perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi pembuatnya. Setiap orang yang membuat kontrak, dia terikat untuk memenuhi kontrak tersebut karena kontrak tersebut mengandung janji-janji yang harus dipenuhi dan janji tersebut mengikat para pihak sebagaimana mengikatnya Undang-Undang.

d. Asas i'tikad baik

Asas ini mengacu pada Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata yang menyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Para Pihak harus melaksanakan substansi kontrak berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh atau kemauan baik dari para pihak.

e. Asas Kepribadian

Asas ini mengandung pengertian bahwa seseorang yang akan membuat kontrak hanya untuk kepentingan perseorangan saja. Hal ini mengacu pada Pasal 1315 dan Pasal 1350 KUHPerdata bahwa *“Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan pengikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri”*. Selanjutnya Pasal 1350 menyatakan bahwa *“Perjanjian hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya. Perjanjian tidak dapat merugikan pihak ketiga; perjanjian tidak dapat memberi keuntungan kepada pihak ketiga selain dalam yang ditentukan dalam Pasal 1317”*.

Syarat sahnya suatu perjanjian seperti yang terdapat dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata merupakan syarat sahnya perjanjian jual beli. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan syarat dari sahnya perjanjian adalah :

a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

Syarat pertama untuk sahnya suatu perjanjian adalah adanya suatu kesepakatan atau konsensus pada para pihak. Jadi dalam hal ini tidak boleh adanya unsur pemaksaan kehendak dari salah satu pihak pada pihak lainnya. Terjadinya kesepakatan dapat terjadi secara tertulis dan tidak tertulis. Seseorang yang melakukan kesepakatan secara tertulis biasanya dilakukan dengan akta otentik maupun akta di bawah tangan.

b. Cakap untuk membuat suatu perjanjian

Cakap artinya adalah kemampuan untuk melakukan suatu perbuatan hukum yang dalam hal ini adalah membuat suatu perjanjian. Orang yang cakap untuk melakukan perbuatan hukum adalah orang yang sudah dewasa. Ukuran kedewasaan adalah berumur 21 tahun sesuai dengan Pasal 1330 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dalam Pasal tersebut disebutkan bahwa orang yang tidak cakap untuk melakukan perbuatan hukum adalah :

- 1) Orang yang belum dewasa
- 2) Orang yang dibawah pengampuan
- 3) Seorang istri. Namun berdasarkan fatwa Mahkamah Agung, melalui Surat Edaran Mahkamah Agung No.3/1963 tanggal 5

September 1963, orang-orang perempuan tidak lagi digolongkan sebagai yang tidak cakap. Mereka berwenang melakukan perbuatan hukum tanpa bantuan atau izin suaminya.

c. Suatu hal tertentu

Suatu hal tertentu disebut juga dengan objek perjanjian. Objek perjanjian harus jelas dan ditentukan oleh para pihak yang dapat berupa barang maupun jasa namun juga dapat berupa tidak berbuat sesuatu. Objek Perjanjian juga biasa disebut dengan Prestasi. Prestasi terdiri atas :³²

- 1) memberikan sesuatu, misalnya membayar harga, menyerahkan barang.
- 2) berbuat sesuatu, misalnya memperbaiki barang yang rusak, membangun rumah, melukis suatu lukisan yang dipesan.
- 3) tidak berbuat sesuatu, misalnya perjanjian untuk tidak mendirikan suatu bangunan, perjanjian untuk tidak menggunakan merek dagang tertentu.

d. Suatu sebab yang halal

Di dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum perdata tidak dijelaskan pengertian sebab yang halal. Yang dimaksud dengan sebab yang halal adalah bahwa isi perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.

³² Ahmad Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 69

Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subjektif karena berkaitan dengan subjek perjanjian. Apabila syarat pertama dan syarat kedua tidak terpenuhi, maka perjanjian itu dapat diminta pembatalannya. Syarat ketiga dan keempat merupakan syarat objektif karena berkaitan dengan objek perjanjian, apabila syarat ketiga dan keempat tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum, artinya perjanjian tersebut dianggap tidak pernah ada sama sekali.³³

3. Subyek dan Obyek Perjanjian Jual Beli

Pada dasarnya semua orang atau badan hukum dapat menjadi subyek dalam perjanjian jual beli yaitu sebagai penjual dan pembeli, syaratnya yang bersangkutan telah dewasa dan atau sudah menikah. Namun secara yuridis ada beberapa orang yang tidak diperkenankan untuk melakukan perjanjian jual beli, sebagaimana dikemukakan berikut ini :³⁴

a. Jual beli suami istri

Pertimbangan hukum tidak diperkenankannya jual beli antara suami istri adalah karena sejak terjadinya perkawinan maka sejak saat itulah terjadi pencampuran harta, yang disebut harta bersama kecuali ada perjanjian kawin.

1) sebagai harta perkawinan

b. Jual beli oleh para Hakim, Jaksa, Advokat, Pengacara, Juru Sita dan Notaris.

Para Pejabat ini tidak diperkenankan melakukan jual beli

³³ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 1982, hlm. 20

³⁴ Salim H.S., *Op.Cit*, hlm. 50

hanya terbatas pada benda-benda atau barang dalam sengketa. Apabila hal itu tetap dilakukan, maka jual beli itu dapat dibatalkan, serta dibebankan untuk penggantian biaya, rugi dan bunga.

c. Pegawai yang memangku jabatan umum

Yang dimaksud dalam hal ini adalah membeli untuk kepentingan sendiri terhadap barang yang dilelang.

Sedangkan yang dapat menjadi objek dalam jual beli adalah semua benda bergerak dan benda tidak bergerak, baik menurut tumpukan, berat, ukuran, dan timbangannya. Sedangkan yang tidak diperkenankan untuk diperjualbelikan adalah :³⁵

- a. Benda atau barang orang lain
- b. Barang yang tidak diperkenankan oleh undang-undang seperti obat terlarang
- c. Bertentangan dengan ketertiban dan kesusilaan yang baik

4. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli

Hak dari penjual menerima harga barang yang telah dijualnya dari pihak pembeli sesuai dengan kesepakatan harga antara kedua belah pihak. Sedangkan kewajiban penjual adalah sebagai berikut :

- a. Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenal tiga jenis benda yaitu benda bergerak, benda tidak bergerak dan benda tidak bertubuh maka penyerahan hak miliknya juga ada tiga macam yang berlaku untuk masing-masing barang tersebut yaitu :³⁶

³⁵ *Ibid.*, hlm. 51

³⁶ Ahmadi Miru. *Op.Cit.*, hlm. 128

1) Penyerahan benda bergerak

Mengenai Penyerahan benda bergerak terdapat dalam Pasal 612 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan penyerahan kebendaan bergerak, terkecuali yang tak bertubuh dilakukan dengan penyerahan yang nyata akan kebendaan itu oleh atau atas nama pemilik.

2) Penyerahan benda tidak bergerak

Mengenai Penyerahan benda tidak bergerak diatur dalam Pasal 616-620 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyebutkan bahwa penyerahan barang tidak bergerak dilakukan dengan balik nama. Untuk tanah dilakukan dengan akta PPAT sedangkan yang lain dilakukan dengan akta notaris

3) Penyerahan benda tidak bertubuh

Diatur dalam Pasal 613 KUHPerdata yang menyebutkan penyerahan akan piutang atas nama dilakukan dengan akta notaris atau akta dibawah tangan yang harus diberitahukan kepada debitur secara tertulis, disetujui dan diakuinya. Penyerahan tiap-tiap piutang karena surat bawa dilakukan dengan penyerahan surat itu, penyerahan tiap-tiap piutang karena surat tunjuk dilakukan dengan penyerahan surat disertai dengan endosemen.

- b. Menanggung kenikmatan tenteram atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi

Hak dari Pembeli adalah menerima barang yang telah dibelinya, baik secara nyata maupun secara yuridis. Di dalam Konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa tentang Penjualan barang-barang Internasional (*United Nations Convention on Contract for the International Sale of Goods*) telah diatur tentang kewajiban antara penjual dan pembeli. Pasal 53 sampai 60 *United Nations Convention on Contract for the International Sale of Goods* mengatur tentang kewajiban pembeli. Ada 3 kewajiban pokok pembeli yaitu :³⁷

- a. Memeriksa barang-barang yang dikirim oleh Penjual
- b. Membayar harga barang sesuai dengan kontrak
- c. Menerima penyerahan barang seperti disebut dalam kontrak

5. Bentuk-Bentuk Perjanjian Jual Beli

Pada umumnya perjanjian tidak terikat kepada suatu bentuk tertentu, dapat dibuat secara lisan dan tulisan yang dapat bersifat sebagai alat bukti apabila terjadi perselisihan. Untuk beberapa perjanjian tertentu Undang-Undang menentukan suatu bentuk tertentu, sehingga apabila bentuk itu tidak dituruti maka perjanjian itu tidak sah. Dengan demikian bentuk tertulis tidaklah hanya semata-mata merupakan alat pembuktian saja, tetapi merupakan syarat untuk adanya perjanjian tersebut.³⁸ Bentuk perjanjian jual beli ada dua yaitu .³⁹

³⁷ Salim H.S., *Op.Cit.*, hlm. 56

³⁸ Richard Eddy, *Aspek Legal Properti – Teori, Contoh dan Aplikasi*, ANDI, Yogyakarta, 2010, hlm. 45.

³⁹ <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/31608/4/Chapter%20II.pdf>, diakses pada tanggal 13 Maret 2017, jam 13.00 WIB

- a. Lisan, yaitu dilakukan secara lisan dimana kedua belah pihak bersepakat untuk mengikatkan dirinya melakukan perjanjian jual beli yang dilakukan secara lisan.
- b. Tulisan, yaitu Perjanjian Jual beli dilakukan secara tertulis biasanya dilakukan dengan akta autentik maupun dengan akta di bawah tangan.

Akta Autentik adalah suatu akta yang dibuat di dalam bentuk yang ditentukan oleh Undang-Undang, dibuat oleh atau di hadapan pegawai-pegawai umum yang berkuasa untuk itu di tempat dimana akta dibuatnya.⁴⁰ Mengenai Akta Autentik diatur dalam Pasal 1868 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Akta di bawah tangan adalah akta yang dibuat untuk tujuan pembuktian namun tidak dibuat di hadapan pejabat yang berwenang. Akta di bawah tangan mempunyai kekuatan pembuktian berdasarkan pengakuan dari para pihak yang membuatnya.⁴¹

Perbedaan prinsip antara akta di bawah tangan dengan akta otentik adalah karena jika pihak lawan mengingkari akta tersebut, akta di bawah tangan selalu dianggap palsu sepanjang tidak dibuktikan keasliannya, sedangkan akta otentik selalu dianggap asli, kecuali terbukti kepalsuannya.⁴²

⁴⁰ Handri Rahardjo, *Cara Pintar memilih dan mengajukan kredit*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2003, hlm. 10

⁴¹ *Ibid.*,

⁴² Ahmadi Miru, *Op.Cit.*, hlm. 15

6. Jual Beli dalam Perspektif Islam

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.⁴³ Menurut istilah yang dimaksud dengan jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.⁴⁴¹

Dari definisi yang dikemukakan diatas dapatlah disimpulkan bahwa jual beli itu dapat terjadi dengan cara :⁴⁵

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

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.⁴⁶ Terdapat beberapa ayat Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW yang berbicara tentang jual beli.

- a. Al-Qur'an

1) Surat al-Baqarah ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ
جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
قَوْلِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

⁴³ Rachmad Syafi'I, *Fiqh Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung, 2001, hlm. 73

⁴⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm. 67-68.

⁴⁵ <http://digilib.uinsby.ac.id/11236/5/bab%202.pdf>, diakses pada tanggal 13 Maret 2022, jam 13.30 WIB

⁴⁶ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2010, hlm. 68.

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”



Ayat ini merujuk pada kehalalan jual beli dan keharaman riba. Allah adalah dzat yang Maha Mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan. Jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan dan manfaat, maka akan Allah perintahkan untuk melaksanakannya. Dan sebaliknya, jika di dalamnya terdapat kerusakan dan kemudharatan, maka akan Allah cegah dan larang untuk melakukannya.²

2) Surat al-Baqarah ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ
فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ
قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.”

Ayat ini merujuk pada keabsahan menjalankan usaha guna mendapatkan anugerah Allah. Menurut riwayat Ibnu Abbas dan Mujahid, ayat ini diturunkan untuk menolak anggapan bahwa menjalankan usaha dan perdagangan pada musim haji merupakan perbuatan dosa, karena musim haji adalah saat-saat untuk mengingat Allah (dzikir). Ayat ini sekaligus memberikan legalisasi atas transaksi ataupun perniagaan yang dilakukan pada saat musim haji.⁴⁷

⁴⁷ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008, hlm. 71

3) Surat an-Nisa' ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”



Ayat ini memberikan pemahaman bahwa upaya untuk mendapatkan harta tersebut harus dilakukan dengan adanya kerelaan semua pihak dalam transaksi, seperti kerelaan antara penjual dan pembeli. Dalam kaitanya dengan transaksi jual beli, transaksi tersebut harus jauh dari unsur bunga, spekulasi ataupun mengandung unsur gharar di dalamnya. Selain itu, ayat ini juga memberikan pemahaman bahwa dalam setiap transaksi yang dilaksanakan harus memperhatikan unsur kerelaan bagi semua pihak.⁴⁸

b. Hadits

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

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

⁴⁸ Ibid., hlm. 70-71

menguntungkan kedua belah pihak.⁴⁹

Rukun jual beli ada tiga, yaitu akad (*ijab qabul*), orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli), dan *ma'qud 'alaih* (objek akad).⁵⁰

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan qabul dilakukan sebab ijab qabul menunjukkan kerelaan/keridhaan.

Akan tetapi, jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu:⁵¹

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

Adapun syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad adalah sebagai berikut :⁵²

- a. *Aqil* (berakal).

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

⁴⁹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Amzah, Cet. I, Jakarta, 2010, hlm. 179.

⁵⁰ Hendi Suhendi, *Op.Cit.*, hlm. 70

⁵¹ Nasroen Haroen, *Fiqh Muamalah*, Gaya Media Pratama, Jakarta, 2007, hlm. 115.

⁵² Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi*, Diponegoro, Bandung, 1999, hlm. 79-81

akibat-akibat buruk, misalnya penipuan dan sebagainya.

b. *Tamyiz* (dapat membedakan).

Sebagai pertanda kesadaran untuk membedakan yang baik dan yang buruk.

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

Yaitu bebas melakukan transaksi jual beli, lepas dari paksaan dan tekanan.

Islam tidak mengharamkan perdagangan kecuali perdagangan yang mengandung unsur kezhaliman, penipuan, eksploitasi, atau mempromosikan hal-hal yang dilarang. Perdagangan khamr, ganja, babi, patung, dan barang-barang sejenis, yang konsumsi, distribusi atau pemanfaatannya diharamkan, perdagangannya juga diharamkan Islam. Setiap penghasilan yang didapat melalui praktek itu adalah haram dan kotor.⁵³

Jual beli yang dilarang di dalam Islam di antaranya sebagai berikut:⁵⁴

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

⁵³ Ghufron A. Mas’adi, *Fikih Mu’amalah Kontekstual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 141

⁵⁴ Ghufron A. Masadi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 141

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

D. Transaksi Jual Beli Online

1. Pengertian Jual Beli Online (E-commerce)

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

Transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet.⁵⁵

Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar. Berikut beberapa unsur dari *E-commerce*, yaitu:⁵⁶

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

2. Para Pihak dalam Jual Beli Online

Dalam transaksi jual beli secara elektronik, pihak-pihak yang terkait antara lain :⁵⁷

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

⁵⁵ Edmon makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Gravindo Persada, Jakarta, 2000, hlm.65

⁵⁶ <http://e-journal.uajy.ac.id/7998/1/JURNAL.pdf>, diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 14.00 WIB

⁵⁷ Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2005, hlm. 152.

sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.

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

kredit (*issuer*).

d. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

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

3. Jenis-Jenis Transaksi Online

Transaksi online meliputi banyak hal, maka untuk membedakannya perlu dibagi dalam jenis-jenis *E-commerce*. jenis-jenis transaksi dari suatu kegiatan online adalah sebagai berikut :⁵⁸

a. *Business to Business (B2B)*

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

b. *Business to Consumer (B2C)*

Business to consumer dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan

⁵⁸ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, hlm. 408

pada saat tertentu. Dalam transaksi bisnis ini produk yang diperjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk dikonsumsi.

c. Consumer to Consumer (C2C)

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



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Proses Transaksi Jual-Beli Secara Online (Situs Lazada.co.id)

Transaksi jual beli online(*E-commerce*) merupakan metode penjualan yang sedang berkembang pesat seiring perkembangan teknologi di zaman sekarang ini. Penjualan online memudahkan kita mencari barang yang kita inginkan dengan cepat dan tentunya tidak menghabiskan banyak waktu dan energi karena yang kita butuhkan untuk mencari hanya komputer serta koneksi internet. Kita tidak perlu berjalan mengunjungi setiap toko yang menjual barang yang di inginkan, dengan begitu kita dapat menghemat waktu serta biaya untuk mencari suatu barang sehingga lebih efektif dan efisien. Penjualan online sangat menguntungkan kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli. Untuk penjual, produk atau tokonya dapat tersebar luas di internet sehingga informasi tentang produknya dapat diketahui dan dilihat oleh calon pembeli. Sedangkan bagi pembeli, dapat melihat berbagai macam produk yang dicari dan dijual di internet serta dapat membandingkan suatu produk dengan produk lainnya dengan cepat.⁵⁹ Salah satu website yang memfasilitasi jual beli online adalah lazada.co.id. Cara berbelanja online pada situs Lazada.co.id adalah sebagai berikut:

1. Untuk belanja Online di lazada langkah pertama adalah masuk ke situs/web lazada yaitu www.lazada.co.id. Setelah itu pengguna dapat memilih barang apa yang hendak dibeli seperti fashion, tas, jam

⁵⁹[http://download.portalgaruda.org/article.php?article=447058&val=9458&title=TRANS AKSI%20JUAL%20BELI%20ONLINE%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=447058&val=9458&title=TRANS%20AKSI%20JUAL%20BELI%20ONLINE%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20ISLAM), diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 14.00 WIB

tangan, handphone/Hp, tablet, elektronik, peralatan rumah tanggadan lain-lain.

2. Kemudian langkah selanjutnya klik “BELI SEKARANG” dan sudah otomatis masuk ke troli kranjang pembelian pengguna
3. Setelah pengguna mengklik “Beli Sekarang” di langkah 2, maka otomatis keluar Pop Up untuk mengkonfirmasi pembelian dengan cara klik “Konfirmasi”
4. Jika pengguna sudah mengkonfirmasi di langkah 3 Selanjutnya masukkan email pengguna yang masih aktif. Apabila pengguna baru pertama kali belanja online di Lazada maka harus mendaftar terlebih dahulu dengan mengisi kolom yang sudah tersedia yang terdiri dari :.
 - a. Kolom 1. Nama Lengkap Pengguna
 - b. Kolom 2. Alamat lengkap sesuai KTP
 - c. Kolom 3. Provinsi
 - d. Kolom 4. Kota
 - e. Kolom 5. Kecamatan
 - f. Kolom 6. No Handphone
5. Langkah terakhir pengguna tinggal memilih metode pembyaran ke lazada. Ada 7 opsi pembayaran yang disediakan oleh pihak lazada.

Berikut penjelasan mengenai metode pembayaran di lazada :

1. Bayar di Tempat/COD

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

2. Kartu kredit/debit

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

3. Bank Transfer

Selanjutnya adalah mengkonfirmasi pembayaran dengan mengupload bukti pembayaran .

4. Helopay

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

5. BCA Klikpay

Nanti akan di alihkan ke halaman BCA Klikpay untuk konfirmasi pesanan pengguna

6. MANDIRI Klikpay

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

7. Cicilan online

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

Transaksi *e-commerce* antara pihak *e-merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) dengan *e-customer* (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless*

transaction, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah *paper document*, melainkan dokumen elektronik (*digital document*).

Secara umum tahapan mekanisme transaksi *e-commerce* dapat diurutkan sebagai berikut:⁶⁰

1. *E-customer* /pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet dan *E-merchant* /pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet bertemu dalam dunia maya melalui server yang disewa dari *Internet Server Provider* (ISP) oleh *e-merchant*.
2. Transaksi melalui *e-commerce* disertai *term of use* dan *sales term condition* atau klausula standar, yang pada umumnya *e-merchant* telah meletakkan klausula kesepakatan pada websitenya, sedangkan *e-customer* jika berminat tinggal memilih tombol *accept* atau menerima.
3. Penerimaan *e-customer* melalui mekanisme "*klik*" tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak *e-merchant*
4. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu *acquiring merchant bank* dan *issuing customer bank*. Prosedurnya *e-customer* memerintahkan kepada *issuing customer bank* untuk dan atas nama *e-customer* melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada *acquiring merchant bank* yang ditujukan kepada *e-merchant*.

⁶⁰ http://fitria_okta.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/32689/E-COMMERCE.doc, diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 14.30 WIB

5. Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak *e-merchant* berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

Menurut Onno w.Purbo dan Aang Arif wahyudi ada lima tahapan dalam melakukan transaksi *e-commerce*, kelima tahapan itu adalah⁶¹

1. *Find it*

Pada tahap ini pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang apa yang diinginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode *search* dan *browse*. Dengan *search*, pembeli bisa mendapatkan tipe – tipe barang yang diinginkan dengan hanya memasukkan *keywords* (kata kunci) barang yang diinginkan pada kotak *search*. Sedangkan *browse* menyediakan menu – menu yang terdiri atas jenis – jenis barang yang disediakan.

2. *Explore it*

Setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut seperti harga dan gambar barang tersebut, nilai rating barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya apakah barang tersebut baik, cukup baik atau bahkan mengecewakan, spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut dan menu produk – produk lain yang

⁶¹ Onno w.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, hlm. 143.

berhubungan. Jika ternyata barang yang dilihat tersebut sudah cocok, maka siap untuk melakukan transaksi.

3. *Select it*

Seperti halnya toko yang sebenarnya, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai pada *check out*. *Shopping cart software* adalah perangkat lunak yang digunakan dalam *e-commerce* untuk membantu orang membuat pembelian secara online. Perangkat lunak ini memungkinkan pelanggan belanja online untuk mengumpulkan daftar item untuk pembelian atau bisa disebut “menempatkan item dalam keranjang belanja”. Selain itu *shopping cart* juga dapat menghapus atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan nanti. Setelah *checkout*, perangkat lunak biasanya menghitung total pesanan, termasuk pengiriman dan penanganan yaitu ongkos kirim dan pengepakan, biaya dan pajak yang terkait.

4. *Buy it*

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

5. *Ship it*

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

Suatu transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *e-commerce* juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Suatu kesepakatan terjadi apabila terdapat suatu penawaran dari pihak penjual lalu ada suatu penerimaan dari pihak calon pembeli. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak – pihak yang bersangkutan.⁶²

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja, mengenai kapan terjadinya kesepakatan terdapat beberapa teori, antara lain :⁶³

1. Teori ucapan

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

⁶² http://eprints.radenfatah.ac.id/506/1/Ayu%20Intan%20Pandini_FebEkoIsl.pdf, diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 15.00 WIB

⁶³ Mieke Komar Kantaatmadja, *Cyberlaw : Suatu Pengantar, cet.1*, Elips, Bandung, 2001, hlm. 31

2. Teori pengiriman

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

3. Teori pengetahuan

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

4. Teori penerimaan

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

Sedangkan proses transaksi online dalam pandangan islam dikenal dengan istilah *Ba'i as-salam* atau disebut juga *as-salam* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna penyerahan. Lebih lanjut *as-salam* merupakan transaksi atas sesuatu yang masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan diserahkan kemudian dengan pembayaran harga di tempat kontrak atau secara lebih ringkas disebutkan jual beli yang ditangguhkan dengan harga disegerakan.

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

jual beli. Unsur-unsur yang dimaksudkan merupakan tiga unsur rukun termasuk pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi *as-salam*, yaitu pertama tentang *sighat* transaksi (*ijab qabul*), kedua tentang pelaku transaksi (*ba'i* dan *mustari*) dan ketiga tentang obyek transaksi (*Ma'qus alaih*).⁶⁴

B. Masalah dalam Transaksi Jual Beli Secara Online dan Upaya

Penyelesaiannya

Berikut penulis jabarkan berbagai masalah seputar *e-commerce* dan upaya penyelesaiannya :

1. Lemahnya kedudukan konsumen terhadap pelaku usaha⁶⁵

Pada dasarnya suatu perjanjian dibuat berdasarkan negosiasi oleh para pihak, tetapi dengan penggunaan klausula baku, isi perjanjian telah ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha. Konsumen tidak memiliki posisi tawar (*bergaining position*) yang seimbang dengan pelaku usaha. Penggunaan klausula baku dalam perjanjian jual-beli memang secara Hukum Perdata diakui sah karena tidak adanya unsur pemaksaan kehendak didalamnya yakni jika konsumen menyetujui, maka ia sudah tahu mengenai segala resiko yang akan ditanggungnya, namun jika ia menolak klausula baku maka para pengusaha tidak akan memaksanya.

⁶⁴ Azhar Muttaqin, *Transaksi E-commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam*, Ulumuddin, Volume VI, No.4, Januari-Juni 2010, hlm. 462, <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jphi/article/download/1304/1397>, diakses pada tanggal 17 Desember 2016, jam 22.45.

⁶⁵ Agus Suwandono, *Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, hlm. 13 <http://repository.ut.ac.id/4102/1/HKUM4312-M1.pdf>, diakses pada tanggal 10 April, jam 23.00 WIB

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

Berdasarkan kondisi yang tidak seimbang ini pemerintah memberikan perlindungan kepada konsumen dari tindakan sewenang-wenang dari pengusaha terkait pemakaian klausula baku dalam setiap perjanjian jual beli. Dalam hal ini pemerintah mengatur mengenai ketentuan apa saja yang boleh dimasukkan kedalam klausula baku dan hal yang dilarang untuk dicantumkan, dengan tujuan agar konsumen tidak diugikan. Pengaturan mengenai klausula baku tersebut diatur dalam Pasal 18 UUPK yang menyatakan sebagai berikut :

- (1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
 - a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha
 - b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
 - c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;

- d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
 - e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
 - g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
 - h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
- (2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
- (3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.

(4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang Undang ini.

2. Keabsahan perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata⁶⁶

Disebutkan ada 4 syarat sahnya suatu perjanjian yaitu :

- a. kesepakatan antara kedua belah pihak untuk mengikatkan diri,
- b. kecakapan untuk membuat perjanjian,
- c. suatu hal tertentu, dan
- d. suatu sebab yang halal.

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

Perjanjian elektronik dalam transaksi elektronik harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Sebagaimana ditentukan pada Pasal 18 ayat (1) UUIE yang berbunyi “Transaksi Elektronik yang dituangkan kedalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak”. Pasal 19 UUIE menyatakan bahwa “para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati”. Jadi, sebelum melakukan transaksi

⁶⁶ <http://e-journal.uajy.ac.id/7998/1/JURNAL.pdf>, diakses pada tanggal 10 April 2017, jam 23.48 WIB

elektronik, para pihak harus bersepakat untuk menggunakan sistem elektronik untuk melakukan transaksi. Selain itu pelaku usaha dalam websitenya harus mencantumkan kategori umur untuk memasuki website tersebut atau didalam registrasi data pribadi konsumen dicantumkan seperti nomor KTP atau paspor dimana diharapkan dapat menjamin kecakapan seorang konsumen dalam bertansaksi.

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

3. Tidak ada lembaga penjamin keabsahan toko online

Perusahaan atau akun jual beli online di dunia maya sangatlah mudah untuk didirikan dibandingkan dengan mendirikan perusahaan di dunia nyata. Sebagaimana kenyataannya bahwa pendirian suatu perusahaan di dunia nyata memerlukan ijin dari pejabat/ instansi terkait. Namun dalam mendirikan atau membangun toko online di dunia maya hanya menyewa tempat di dunia maya dan membuat web desain toko online pada *Internet Service Provider* (ISP) maka toko

online ini sudah dapat beroperasi layaknya toko di dunia nyata. Kemudahan dalam membuat toko online inilah yang menjadi masalah bagi konsumen yang akan membeli produk pada toko online tersebut. Maraknya kasus penipuan terhadap konsumen seperti misalnya toko online yang fiktif, pencurian nomor kartu kredit dan sebagainya.

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

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

dengan adanya logo sertifikasi berupa *trustmark* pada laman (*home page*) pelaku usaha.

4. Masalah keamanan transaksi terkait dengan jaminan kepastian hukum

Implikasi dari pengembangan jual beli online ini dirasa ada sisi positif dan sisi negatif. Aspek positifnya bahwa dengan adanya perdagangan di internet melalui jaringan online dapat meningkatkan peran dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan efek efisiensi. Aspek negatifnya adalah persoalan keamanan dalam transaksi menggunakan media *e-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum. Masalah keamanan yang dipermasalahkan dalam aspek ini adalah masalah kerahasiaan pesan, masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya sampai ke tangan penerima, masalah keabsahan pelaku transaksi dan masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.

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

- a. Mengenkripsi atau mengkode pesan, data, atau informasi selama transaksi berlangsung. Ini berarti dapat mengubah informasi ke dalam kode yang hanya dapat dibaca jika orang lain memiliki kuncinya
 - b. Melindungi pesan, data, atau informasi selama transaksi berlangsung dari perubahan, penambahan, atau perusakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
 - c. Memverifikasi para pihak yang memang berkepentingan dalam transaksi tersebut dan melindungi dari pihak yang tidak bertanggung jawab atas usaha untuk memperoleh informasi yang dirahasiakan.
5. Keberadaan konsumen yang tidak tervisual secara jelas

Mengingat adanya transaksi yang dilakukan dalam dunia maya, sehingga dapat kemungkinan seperti pihak yang melakukan transaksi mungkin saja pihak yang secara hukum tidak diperkenankan melakukan tindakan hukum. Contohnya pihak konsumen yang melakukan transaksi berusia di bawah ketentuan yang tercantum dalam syarat-syarat dalam melakukan transaksi, ataupun apabila telah terjadi kata sepakat oleh kedua belah pihak dan ketika akan ditelusuri pihak konsumen fiktif. Di dalam perjanjian secara elektronik para pihak dalam melakukan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung, para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak akan bertemu sebelum perjanjian atau bahkan tidak akan pernah bertemu. Untuk mengatasi resiko perihal ketiadaan tatap muka langsung ini,

telah ada mekanisme pengesahan identitas. Teknologi yang dapat diandalkan dalam mekanisme pengesahan identitas adalah teknologi penandatanganan secara digital.

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

6. Yurisdiksi hukum dalam Transaksi jual beli lintas negara

Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan. Klausula mengenai pilihan hukum pada umumnya terjadi pada *ecommerce* yang bersifat lintas batas Negara. Pilihan hukum menyangkut hukum negara mana yang akan digunakan bila terjadi sengketa, dalam hal ini sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yang berkedudukan di luar negeri.

UUPK memiliki kelemahan, yakni tidak dapat menjangkau pelaku usaha yang berkedudukan di luar negeri. Hal ini terlihat dalam rumusan Pasal 1 butir 3 UUPK yang menyatakan :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan

dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

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

Walaupun Pasal 18 ayat (2) UU ITE mempunyai kelemahan sebagaimana disebutkan diatas namun terdapat ketentuan internasional yang dapat digunakan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam *e-commerce* internasional. Ketentuan tersebut terdapat dalam Konvensi Roma 1980 Pasal 5 ayat (2) yang menegaskan bahwa: *“Dalam kontrak bisnis-konsumen, pilihan hukum yang dibuat di dalam kontrak tidak dapat menghilangkan hak-hak konsumen atas perlindungan konsumen dari Negara tempat ia memiliki kediaman tetap”.*

Sejalan dengan ketentuan yang terkandung dalam konvensi roma 1980 tersebut, berlaku asas bahwa hukum yang dipilih para

pihak dalam kontrak tidak dapat mengesampingkan kaidah-kaidah memaksa (*mandatory laws*) dari Negara yang memiliki *closest connection* atau koneksi terdekat dengan kontrak. Dengan adanya ketentuan ini walaupun pihak konsumen menggugat pelaku usaha di Negara lain, konsumen tersebut tetap mendapatkan hak-haknya sebagai konsumen sebagaimana diberikan oleh UUPK.⁶⁷

⁶⁷ *Ibid.*,

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian penulis, maka penulis dapat berkesimpulan sebagai berikut :

1. Proses transaksi jual-beli secara online (*E-commerce*) terdiri dari :
(1) Masuk ke situs/web toko online. (2) Setelah memilih jenis barang yang diinginkan, kemudian “klik” perintah pembelian yang disediakan oleh *merchant*. (3) *E-customer* melakukan transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh *merchant*. (4) Setelah proses pembayaran selesai, pihak *merchant* melakukan pengiriman barang.
2. Masalah dalam Transaksi Jual Beli Secara Online dan Upaya Penyelesaiannya yaitu : (1) Lemahnya kedudukan konsumen terhadap pelaku usaha (2) Keabsahan perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata (3) Tidak ada lembaga penjamin keabsahan toko online (4) Masalah keamanan transaksi terkait dengan jaminan kepastian hukum (5) Keberadaan konsumen yang tidak tervisual secara jelas (6) Yurisdiksi hukum dalam Transaksi jual beli lintas negara.

Salah satu upaya untuk menutupi kekurangan dalam perlindungan bagi konsumen adalah pemberian *trustmark*. Melalui *trustmark* tersebut konsumen dapat mengetahui bahwa pelaku usaha tersebut merupakan penyelenggara transaksi elektronik yang dapat

dipercaya dan mendapat sertifikasi dari lembaga sertifikasi yang berwenang, independen, dan profesional.

B. Saran

1. Pemerintah perlu meningkatkan kesadaran konsumen untuk mau melaporkan atau mengajukan gugatan Konsumen yang mengalami kerugian akibat transaksi jual beli online sangatlah banyak. Namun seringkali tidak dilaporkan ke pihak berwenang karena nilai transaksinya dianggap tidak terlalu besar. Padahal beberapa masuk ranah pidana, seperti kasus penipuan.
2. Undang-Undang Perlindungan Konsumen sudah tidak relevan dengan perkembangan zaman. Mengingat UU tersebut dibuat tahun 1999 dimana saat itu pemakaian internet di Indonesia belum signifikan terlebih dalam hal transaksi melalui internet. Selain itu, perlu dimasukkan klausul untuk menjangkau pelaku usaha luar negeri karena transaksi elektronik banyak mencakup lintas negara.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Halim Barkatulah, *Hukum perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan pemikiran)* Nusa Media, Bandung, 2008
- Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 1982
- Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2010
- Adi Baskoro, *Buku Pinter Membuat Toko Online*, Transmedia, Jakarta, 2012
- Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011
- Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo, Jakarta, 2011
- _____, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo, Jakarta, 2007
- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008
- _____, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004
- Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum di Indonesia*, Cetakan Kesatu, Refika Aditama, Bandung, 2004
- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Amzah, Cet. I, Jakarta, 2010
- AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media, Jakarta, 2002
- _____, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit media, Jakarta, 2001
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009
- _____, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Malang, 2008
- Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2005
- Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008

- Elisatris Gultom, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce, dalam Cyber Law : Suatu Pengantar*, Elips, Bandung, 2002
- Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000
- Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002
- Gunawan Widjaja, *Cara Pintar memilih dan mengajukan kredit*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2003
- Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008
- Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi*, Diponegoro, Bandung, 1999
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005
- Imam Sjahputra, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Alumni, Bandung, 2010.
- Mieke Komar Kantaatmadja, *Cyberlaw : Suatu Pengantar, cet.1*, Elips, Bandung, 2001
- M. Ali Mansyur, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Genta Press, Yogyakarta, 2007
- M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1986
- Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002
- Nasroen Haroen, *Fiqh Muamalah*, Gaya Media Pratama, Jakarta, 2007
- Onno W.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001
- Rachmad Syafi'I, *Fiqh Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung, 2001
- Richard Eddy, *Aspek Legal Properti – Teori, Contoh dan Aplikasi*, ANDI, Yogyakarta, 2010
- R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995
- Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000

Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum : Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 1999

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Website

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/24973>, diakses pada tanggal 6 Desember 2016, jam 13.00 WIB

<http://e-journal.uajy.ac.id/6634/1/JURNAL%20HK10085.pdf>, diakses pada tanggal 2 Februari 2017, Jam 22.00 WIB

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

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

<http://repository.ut.ac.id/4102/1/HKUM4312-M1.pdf>, diakses pada tanggal 6 Desember 2016, Jam 14.00 WIB.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/31608/4/Chapter%20II.pdf>, diakses pada tanggal 13 Maret 2017, jam 13.00 WIB

<http://e-journal.uajy.ac.id/7998/1/JURNAL.pdf>, diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 14.00 WIB

<http://digilib.uinsby.ac.id/11236/5/bab%202.pdf>, diakses pada tanggal 13 Maret 2017, jam 13.30 WIB

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=447058&val=9458&title=TRANSAKSI%20JUAL%20BELI%20ONLINE%20PERSPEKTIF%20EKNOMI%20ISLAM>, diakses pada tanggal 15 Maret 2017, jam 14.00 WIB

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

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

<http://repository.ut.ac.id/4102/1/HKUM4312-M1.pdf>, diakses pada tanggal 10
April, jam 23.00 WIB