

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah membawa dampak bagi segala aspek kehidupan, baik dalam bidang ekonomi, sosial, maupun budaya. Kondisi ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat dalam berbagai aspek kehidupan khususnya dunia usaha terutama perdagangan. Perkembangan teknologi informasi adalah hal yang tidak dapat dihindari dalam proses terjadinya globalisasi, karena globalisasi menyebabkan dunia menjadi tanpa batas. Untuk itu setiap pelaku usaha dipaksa untuk kreatif dan inovatif untuk melakukan kegiatan usaha.

Menurut Ahmad M. Ramli :

Salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi antara lain adalah teknologi dunia maya atau biasa disebut *internet (interconnection network)*. *Internet* sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, komunikasi melalui situs jejaring sosial, dan termasuk untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce*.¹

Pengertian *e-commerce* menurut Ahmad M. Ramli adalah proses jual-beli melalui media *internet*. Jual-beli secara *online* banyak diminati oleh masyarakat *modern* karena sangat praktis dan mudah. Semua transaksi jual beli melalui internet ini dilakukan tanpa ada tatap muka antara para pihak, transaksi jual-beli didasarkan atas rasa kepercayaan satu sama lain, sehingga perjanjian jual-beli yang terjadi antara para pihak pun dilakukan secara *online*.

Oleh karena itu, melalui *e-commerce*, semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi

¹ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Jakarta, 2004, h. 1

seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*).²

Di dalam dunia internet, banyak *situs-situs* yang mewadahi masyarakat untuk melakukan transaksi jual-beli. Hal ini tentu saja sangat diminati oleh pelaku usaha maupun konsumen, karena biasanya *situs-situs* tersebut memberikan berbagai fasilitas yang dapat memudahkan pelaku usaha maupun konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli. Salah satu *situs* jual-beli *online* yang cukup diminati konsumen saat ini adalah Lazada, namun belakangan ini mulai bermunculan protes dari beberapa konsumen yang kecewa dengan kinerja *situs online* tersebut.

Salah satu konsumen Lazada yang menuangkan kekecewaannya melalui *website rubik.okezone.com*³ adalah Achmad Supardi. Achmad membeli sepeda motor untuk pembelian *cash on the road*. Achmad melakukan pembayaran *via* transfer melalui ATM BCA kurang dari 1 jam sejak *check out* dan pembayaran telah terverifikasi sesaat setelah transfer dilakukan. Beberapa hari kemudian, Achmad mengecek status transaksinya di Lazada yang awalnya telah dikonfirmasi dan tinggal memproses pengiriman, berubah menjadi ditolak dan ditutup sepihak oleh Lazada. Achmad langsung menggunakan fitur chat dalam situs Lazada dan berhubungan langsung dengan kru Lazada yang bernama Deri Permana.

Achmad kemudian menyampaikan kronologinya, Deri meminta maaf dan mengakui bahwa pihak Lazada yang salah menampilkan harga sepeda motor tersebut, bukan pihak Honda Angsana, dan menyarankan agar Achmad mengikuti proses *refund* agar uang yang dibayarkan untuk sepeda motor tersebut bisa kembali secara utuh, namun Achmad tetap ingin mendapatkan sepeda motor dengan harga sesuai yang ditampilkan di situs Lazada saat Harbolnas. Belum sampai mendapatkan kata sepakat, Lazada sudah memproses *refund* dan memberikan *voucher* belanja di Lazada senilai Rp

² Dikdik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Refika Aditama, Bandung, 2005, h.144.

³ Achmad Supardi, *Transaksi Lunas Dibatalkan Sepihak oleh Lazada dan Diganti Voucher Belanja*, <http://rubik.okezone.com/read/21364/transaksi-lunas-dibatalkan-sepihak-oleh-lazada-dan-diganti-vouch>, diakses pada 10 April 2018

2.100.000,00 sebanyak 2 *voucher* dan Lazada memberikan keterangan bahwa *voucher* tersebut hanya berlaku di Lazada, untuk satu kali transaksi dan tidak dapat diuangkan. Sehingga Ahmad Supardi menuliskan keluh kesahnya pada website tersebut.

Terkait kasus tersebut di atas, Achmad sebagai konsumen. Hal ini sesuai dengan maksud pengertian daripada 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 menurut pasal 1 angka 2 UU No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen / UUPK)

Apabila konsumen dalam hal ini mengalami ketidaknyamanan dalam bertransaksi, maka harus mendapatkan perlindungan sesuai dengan pasal 1 angka 1 UUPK, yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.⁴

UUPK pasal 4 menyebutkan hak – hak konsumen adalah sebagai berikut :

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

⁴Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, h. 1

- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan UUPK pasal 5 menyebutkan kewajiban konsumen adalah sebagai berikut :

Kewajiban konsumen adalah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

UUPK bertujuan untuk mewujudkan keadilan antara konsumen dan pelaku usaha. Oleh karenanya pada pasal 6 dan 7 UUPK termuat tentang hak dan kewajiban pelaku usaha. Dalam pasal 6 UUPK berbunyi :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat 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 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.

Pasal 7 UUPK yang berbunyi :

Kewajiban pelaku usaha 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.

Dalam kasus ini tentunya konsumen telah melakukan kewajibannya dengan baik, namun pelaku usaha kurang mempunyai itikad yang baik, terutama dalam hal penyelesaian sengketa yang timbul karena adanya kesalahan dari pelaku usaha.

Perbuatan hukum melalui media internet telah diakui oleh Negara Indonesia dengan adanya Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang akhirnya diperbaharui dengan Undang-Undang nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam hal transaksi jual-beli melalui pihak ketiga yang biasa disebut situs belanja online, pihak ketiga dapat disebut sebagai pelaku usaha karena pihak ketiga juga menjual jasa yang berupa sarana atau biasa disebut dengan lapak online kepada *seller* dalam situs *online* nya. Sedangkan *seller* dapat berlaku sebagai konsumen yang menggunakan jasa dari pihak ketiga, sekaligus pelaku usaha yang menjual barangnya kepada konsumen di *lapak* belanja *online* tersebut.

Dalam terjadinya perjanjian, harus ada kesepakatan yang terjadi. Namun jika hanya ada kesepakatan, pihak-pihak yang bersepakat belum tentu membuat sebuah perjanjian, terutama dalam jual-beli *online*. Itu sebabnya, jual-beli *online* lebih lemah daripada jual-beli secara konvensional, karena seringkali dalam jual-beli *online* tidak ada perjanjian yang dibuat secara khusus untuk mengatur kemungkinan-kemungkinan terjadinya sengketa di kemudian hari. Terlebih dalam situs-situs belanja *online* seperti Lazada, tidak pernah ada syarat dan ketentuan yang lebih terperinci dalam melakukan

kesepakatan, sehingga pihak konsumen semakin lemah karena tidak dapat mengetahui ketentuan-ketentuan apa yang akan diberlakukan jika terjadi sengketa.

1.2 Rumusan Masalah

Didasarkan latar belakang yang tertera di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

“Apakah bentuk tanggung jawab pihak Lazada terkait perlindungan konsumen dalam kasus jual beli kendaraan bermotor yang dibatalkan sepihak?”

1.3 Tujuan Penelitian

a. Tujuan Akademik

Untuk memenuhi salah satu syarat akademis sebelum memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan Surabaya.

b. Tujuan Praktis

1. Untuk mengetahui dan memahami perlindungan konsumen terkait jual beli secara online
2. Untuk mengetahui dan memahami tanggung jawab pelaku usaha dalam jual beli secara online.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memperoleh wawasan yang lebih komprehensif mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen melalui UU nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta UU nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang diperbaharui dengan UU nomor 19 tahun 2016 yang selanjutnya disebut dengan UU ITE.
2. Memberikan pedoman dan masukan secara khusus bagi dunia hukum khususnya peradilan dalam memutuskan perkara yang berkaitan dengan perlindungan konsumen yang berkaitan dengan transaksi elektronik.

1.5 Metode Penelitian

a. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Yuridis Normatif, yakni tipe penelitian melalui studi pustaka atau penelusuran hukum sebagai norma atau dogmatik. Ini merupakan penelitian melalui studi kepustakaan dan berlandaskan kepada norma-norma hukum yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan.⁵

b. Pendekatan Masalah

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *statute approach* dan *conceptual approach*. Menurut Peter M. Marzuki, “Pendekatan undang-undang (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Selanjutnya dianalisis dengan interpretasi undang-undang yang didukung oleh konsep relevan. Perundang-undangan yang dimaksud adalah UUPK dan UU ITE. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menelaah undang-undang tersebut sebagai objek isu dan sebagai dasar pijakan untuk memberikan argumentasi atas isu hukum yang diteliti. Sedangkan Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum, pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.”⁶

c. Sumber Penelitian Hukum

a. Bahan Hukum Primer

“Merupakan bahan hukum yang sifatnya mengikat, berupa peraturan perundang-undangan.”⁷ Dalam proposal ini berdasarkan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diperbaharui dengan Undang-undang nomor 19 tahun 2016, Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), dan PP nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2016, h.35

⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Op.Cit*, h.133 - 136

⁷ *Ibid*, 2005, h.95

b. Bahan Hukum Sekunder

Merupakan bahan hukum meliputi literatur, yurisprudensi, asas-asas, doktrin, serta karya ilmiah para sarjana.

c. Langkah Penelitian Hukum

1. Langkah pengumpulan bahan hukum

Dalam penelitian ini, digunakan tiga langkah dalam pengumpulan bahan hukum terdiri dari, inventarisasi, kualifikasi, dan sistematisasi. Inventarisasi adalah langkah pengumpulan bahan hukum. Kualifikasi adalah memilih bahan hukum yang sesuai. Sistematisasi adalah langkah membaca bahan hukum yang disesuaikan dengan hirarki perundang-undangan.

2. Langkah Analisa

Metode yang digunakan adalah deduksi karena tipe penelitiannya Yuridis-Normatif, yang artinya hal-hal yang bersifat umum kemudian diterapkan pada rumusan masalah untuk menghasilkan pembahasan yang bersifat khusus.

Penelitian ini menggunakan metode penafsiran sistematis yaitu dengan cara melihat dan memperhatikan susunan pasal yang berhubungan dengan pasal-pasal yang lainnya yang ada dalam undang-undang itu sendiri maupun dengan pasal-pasal yang lainnya yang ada di dalam undang-undang itu sendiri maupun dengan pasal-pasal lain dari undang-undang yang lain untuk memperoleh pengertian yang lebih baik.

1.6 Pertanggungjawaban Sistematika

Merupakan Blue Print daripada skripsi lengkap dengan Bab-babnya dan Judul tiap bab maupun sub babnya dengan isinya secara singkat. Skripsi terdiri dari 4 (empat) bab sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN, bab ini merupakan awal penulisan skripsi yang terdiri dari latar belakang dengan pengemukakan Kasus jual-beli online di Lazada yang merugikan konsumen. Dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metoda penelitian.

BAB II: Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Secara Online, bab ini terdiri dari 3 (tiga) sub-bab : II.1 Pengertian *e-commerce*. Bab ini membahas tentang *e-commerce* dan pendapat beberapa ahli tentang *e-commerce*. Sub-bab II.2 Ketentuan jual beli secara *online*. Bab ini mengemukakan arti jual-beli menurut UUPK dan UU ITE. Sub-bab II.3 Sub-bab ini menguraikan tentang mekanisme penyelesaian sengketa transaksi Jual-Beli secara *online*.

BAB III: Analisis Pertanggungjawaban dan Langkah Hukum Terhadap Lazada, bab ini terdiri dari tiga sub bab, di antaranya : III.1 menjelaskan kronologi kasus antara Lazada dan Achmad Supardi sebagai konsumennya. III.2 Bab ini membahas tentang bentuk-bentuk dan tanggung jawab pihak Lazada apabila terjadi sengketa terkait perlindungan konsumen

BAB IV: PENUTUP, bab ini memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah perumusan secara singkat mengenai jawaban dari rumusan masalah.

