

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengaruh globalisasi dalam penggunaan media teknologi informasi dan komunikasi saat ini dapat mengubah pola kehidupan masyarakat yang akan mendorong pada suatu perubahan yang salah satunya dalam bidang perdagangan. Di era globalisasi ini akan mendukung tumbuhnya usaha yang akan menghasilkan barang atau jasa sehingga membuat pelaku usaha harus mampu bersaing baik dari mutu produksi maupun dalam pemasaran barang-barang yang akan diperjual belikan.

Kemajuan teknologi ini memungkinkan dilakukannya hubungan bisnis melalui teknologi yang disebut internet, internet merupakan jaringan atau penghubung yang dapat menghubungkan berbagai jaringan, yang satu sama lain tidak bergantung. Pada dunia teknologi banyak perdagangan yang memanfaatkan media internet yang disebut *E-commerce*, dalam perkembangan saat ini banyak cara yang dilakukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi.

E-commerce merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* yang memanfaatkan media internet. Hal ini dapat menguntungkan masyarakat karena tidak perlu melakukan transaksi jual beli secara tatap muka, melainkan hanya menggunakan *gadget* dapat melakukan permintaan atau penawaran dalam kegiatan usaha di dunia maya.¹

¹ Sendhy Nugraha, *Teori Transaksi Elektronik*, <http://sendhynugraha.blogspot.com/2012/10/teori-transaksi-elektronik-dan-e.html>, Diakses pada hari rabu tanggal 14 Oktober 2020 pukul 20.06 WIB.

Perkembangan transaksi *e-commerce* ini tidak terlepas dari pertumbuhan internet, pengguna internet yang semakin pesat membuat internet menjadi efektif bagi pelaku usaha dalam memperkenalkan dan menjual barang kepada konsumen. Transaksi ini tidak hanya memudahkan bagi pelaku usaha, namun juga memudahkan konsumen dalam mencari informasi harga untuk melakukan perbandingan dengan toko *online* lainnya, produk bisa didapatkan dari dalam maupun luar negeri serta dapat menghemat biaya dan tenaga. Transaksi jual beli tersebut hanya didasarkan atas kepercayaan dari para pihak, sehingga perjanjian jual beli antara para pihak dilakukan secara elektronik.

Dalam kegiatan transaksi ini menimbulkan perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli, perjanjian diatur dalam Pasal 1313 KUHPerdara adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih, sedangkan jual beli diatur dalam 1457 KUHPerdara adalah suatu perjanjian yang mana pihak yang mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan oleh pihak yang satu.

Dalam perdagangan melalui *e-commerce* ini pelaku usaha hanya dapat menawarkan produk dengan harga dan spesifikasi produknya melalui visualisasi yang dapat dilihat oleh konsumen melalui *handphone*, hal ini yang akan menimbulkan banyak permasalahan yang muncul salah satunya, pada saat konsumen membeli suatu barang ternyata saat sampai pada tangan konsumen barang tersebut tidak sesuai dengan gambar dan spesifikasi dalam postingan barang tersebut. Oleh karena itu dalam melakukan transaksi

melalui *e-commerce* perlu diupayakan suatu peraturan hukum yang mengatur segala aktivitasnya.

Di Indonesia peraturan perundang-undangan khusus konsumen telah diatur dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), yang di dalamnya terdapat aturan tentang hak-hak konsumen. Dalam transaksi pada suatu produk barang atau jasa, pelaku usaha atau penjual harus menjamin hak konsumen tersebut terpenuhi. Sedangkan dalam Pasal 17 UUPK juga mengatur tentang larangan bagi pelaku usaha dalam memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.

Selain itu mengenai transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dalam Pasal 9 UU ITE menyebutkan 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. Informasi yang dibuat pelaku usaha dalam menarik konsumen harus sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkannya.

Dalam kegiatan jual beli *online*, penjual dan pembeli tidak dapat bertatap muka secara langsung sehingga pembeli tidak dapat melihat barang yang akan dibeli, Adapun barang yang dibeli konsumen tidak sesuai dengan informasi dari penjual. Dalam Pasal 4 huruf C UUPK menjelaskan bahwa pembeli berhak atas adanya informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai

kondisi serta jaminan barang yang diperjual belikan. Permasalahan yang sering terjadi adalah barang yang diterima pembeli tidak sesuai dengan spesifikasi barang pada gambar. Dalam kegiatan ini harus menimbulkan keseimbangan antar hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, perlindungan terhadap konsumen sangat penting terutama dalam perjanjian yang dibuat pelaku usaha.²

Pada era globalisasi saat ini, ada beberapa perusahaan yang bergerak dalam bidang *e-commerce* yang terkenal di Indonesia yaitu, Lazada.co.id, Tokopedia.com, Shoppe.co.id dan lain-lain. Kelebihan dari situs tersebut adalah dapat menawarkan semua barang dari dalam dan luar negeri, barang-barang yang dijual di toko *online* ini sangat beragam seperti pakaian, sepatu, dan alat-alat elektronik.

Salah satu toko *online* terbesar di Indonesia yaitu PT.Lazada dengan situs web lazada.co.id (selanjutnya disebut dengan lazada), Lazada merupakan toko *online* yang menggunakan jaringan internet dan berbasis website yang didirikan oleh *Rocket Internet* pada tahun 2012 dan berkembang pesat hingga saat ini.³

Lazada sebagai perantara antara penjual dan pembeli, dalam prosedur penjualan lazada berkerjasama dengan toko yang ingin menjual barang melalui lazada, sehingga menimbulkan hubungan hukum antara pelaku usaha dengan lazada dan lazada dengan pembeli. Lazada sebagai penjual barang

² Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm 5.

³ https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Group, Diakses pada hari Sabtu 16 Oktober 2020 pukul 14.36

online dianggap sebagai pusat jual beli *online* termurah dan memberikan kemudahan bagi masyarakat khususnya di Indonesia. Dalam membeli berbagai produk dengan cukup mengakses situs ataupun aplikasi dari lazada, dan memberikan fasilitas *cash-on-delivery* (bayar ditempat) serta memberikan berbagai promo dengan berbagai potongan harga, dengan berbagai kemudahan ini menimbulkan dampak negatif bagi konsumen.

Adapun fakta dalam masyarakat yang melakukan belanja *online*, terdapat berbagai keluhan dari konsumen karena ketidakpuasan dari barang yang dibeli tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha, dalam transaksi ini konsumen telah dirugikan atas iklan yang tidak sesuai dengan yang deskripsikan. Tetapi beberapa konsumen lebih memilih untuk pasrah dan tidak menuntut hak-hak yang telah dirugikan pelaku usaha dalam transaksi elektronik.

Berdasarkan beberapa permasalahan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam jual beli *online* dengan judul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI ONLINE MENGGUNAKAN SITUS LAZADA.CO.ID ”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang di atas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses transaksi jual beli *online* pada situs lazada.co.id ?
2. Bagaimana tanggung jawab yang diberikan pihak lazada kepada konsumen terhadap barang tidak sesuai dengan yang diiklankan pada situs lazada.co.id ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah :

1. Untuk mengetahui proses transaksi jual beli *online* pada situs lazada.co.id.
2. Untuk mengetahui tanggung jawab yang diberikan pihak lazada kepada konsumen terhadap barang tidak sesuai dengan yang diiklankan pada situs lazada.co.id.

D. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode, baik dalam melakukan penelitian ataupun mengumpulkan data. Adapun metode penelitian tersebut dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Jenis / Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian yuridis sosiologis ialah pendekatan yang menekankan pada aspek hukum berkenaan dengan pokok masalah yang hendak dibahas dan dikaitkan dengan prakteknya dilapangan sehingga dapat diambil kesimpulan apakah telah sesuai antara peraturan yang berlaku dengan yang terjadi dilapangan..

2. Sifat Penelitian

Penelitian pada umumnya bertujuan untuk menemukan, mengembangkan atau menguji kebenaran suatu pengetahuan. Sifat dari penelitian ini ialah deskriptif. Penelitian deskriptif ialah penelitian tentang data suatu keadaan atau gejala-gejala sosial yang berkembang di dalam masyarakat sehingga dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat

memperoleh bentuk keadaan secara menyeluruh lengkap dan sistematis tentang objek yang akan diteliti.⁴

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya.⁵ melakukan penelitian turun langsung kelapangan, dalam mengumpulkan dan mendapatkan data tentang masalah yang berhubungan dengan penelitian ini juga dapat diperoleh dengan melalui tanya jawab antara peneliti dengan responden yang terdiri dari 2 (dua) orang yang berkerja di Lazada Kota Padang yaitu Bapak Yonfirman selaku Hub Manager dan Bapak Agung Pratama selaku Staff Lazada Kota Padang dan 5 (lima) orang konsumen Lazada di Kota Padang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berisi berupa data yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan yang terdiri atas :

1) Bahan hukum primer ialah bahan hukum yang mempunyai otoritas.⁶ Bahan hukum ini pada dasarnya berisi mengenai hal yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan, seperti :

a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁴ Soejono Soekanto, 2012, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, hlm 50.

⁵ *Ibid.* hlm 106.

⁶ Bambang Sugono, 2018, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan ke-17, PT.RajaGrafindoPersada, Jakarta, hlm. 42.

- c) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)
- 2) Bahan Hukum Sekunder yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer berupa buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, makalah dan/atau jurnal hukum.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si pejawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *Interview Guide* (Panduan Wawancara). Wawancara dilakukan secara semi struktur yaitu sebelum wawancara dilakukan sudah dipersiapkan daftar pertanyaan dan dapat dikembangkan sewaktu wawancara dengan informasi sesuai dengan permasalahannya.⁷

b. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan teknik pengumpulan data yakni dengan mempelajari peraturan perundang-undangan, buku-buku, atau literatur dan artikel ataupun dokumen-dokumen yang mendukung permasalahan yang akan dibahas oleh penulis.

⁷ *Ibid*

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif merupakan analisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta penelitian tidak menghitung atau mengkuantifikasi data kualitatif.