

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economic* atau ekonomi digital. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Munculnya internet sebagai media baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju. Kecepatan, kemudahan, serta murahnya biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk memakainya, termasuk untuk melakukan transaksi jual beli.¹ Jual beli adalah suatu kegiatan tukar menukar barang dengan barang lain dengan tata cara tertentu. Termasuk dalam hal ini adalah jasa dan juga penggunaan alat tukar seperti uang.² Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online*.

Transaksi *online* adalah proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer. Semua transaksi jual beli secara *online* ini dilakukan tanpa adanya tatap muka antara para pihak. Mereka mendasarkan transaksi jual beli tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik melalui *Electronic Commerce (E-Commerce)*.

¹Imam Sja Putra, 2002, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Prenhall Indo, Jakarta, hlm. 92.

²Tira Nur Fitria, 2017, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, Fakultas Hukum, STIE-AAS Surakarta, hlm 53.

E-Commerce adalah sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang memungkinkan perusahaan atau individu dapat membeli atau menjual barang dan jasa melalui internet.³ Dasar hukum *e-commerce* di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).⁴

Transaksi secara elektronik memiliki kelebihan dan kekurangan dalam praktiknya baik dari pihak penjual dan pembeli. Adapun kelebihan transaksi jual beli secara *online* yaitu:

1. Pembeli tidak perlu ke toko untuk membeli barang. Untuk mendapatkan barang cukup terkoneksi dengan internet. Pilih barang dan selanjutnya melakukan pemesanan barang kemudian barang akan diantar ke alamat rumah.
2. Menghemat waktu dan biaya transportasi berbelanja. Karena semua barang belanjaan bisa dipesan melalui perantara dari media internet khususnya situs *e-commerce* yang menjual belikan barang apa yang ingin dibeli.
3. Pilihan yang ditawarkan sangat beragam. Sebelum melakukan pemesanan, pembeli dapat membandingkan semua produk dan harga yang ditawarkan oleh situs *e-commerce* tersebut.⁵

³Galih Setiyo Budi, 2016, *Analisis Sitem E-Commerce Pada Perusahaan Jual Beli Online Lazada Indonesia*, Pendidikan Teknik Informatika, UNY, hlm. 79

⁴PPHBI, 2021, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Kegiatan E-commerce*, <https://www.pphbi.com/>

⁵Tira Nur Fitria, *Op,cit*, hlm 57.

Di samping kelebihan tersebut, transaksi secara elektronik juga memiliki kekurangan antara lain:

1. Produk tidak dapat dicoba. Dalam jual beli *online*, produk yang ditawarkan bermacam-macam dan beraneka ragam, dan semua produk tidak dapat dicoba. Bila pembeli mencari pakaian, maka penjual hanya menyediakan ukuran dan pembeli yang harus memilih sesuai dengan ukurannya.
2. Standar dari barang tidak sesuai. Salah satu kekurangan yang didapatkan oleh pembeli dalam jual beli online adalah barang tidak sama dengan aslinya.
3. Risiko penipuan. Dalam jual beli *online* memang rentan akan adanya penipuan. Pastikan pembeli dapat memilih *e-commerce* yang dapat diandalkan dan terpercaya.⁶

Salah satu *e-commerce* yang cukup terkenal di Indonesia adalah Lazada. Lazada adalah perusahaan *e-commerce* swasta Singapura yang didirikan oleh *Rocket Internet* pada tahun 2011. *Website e-commerce* Lazada *launching* pada bulan Maret tahun 2012 di Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand dan Vietnam.⁷ Lazada Indonesia menyediakan *website* berbelanja online yaitu www.lazada.co.id. Lazada menjamin kenyamanan konsumen ketika konsumen *browsing* produk yang sedang dicari dan juga menjamin opsi pembayaran yang aman. Banyak dari konsumen Indonesia yang saat ini menggemari untuk berbelanja di Lazada karena Lazada sendiri memberikan kemudahan bagi para konsumennya.

⁶Tira Nur Fitria, *Op.cit*, hlm 57.

⁷Wikipedia, 2021, *Lazada Group*, <https://id.wikipedia.org/>

Dalam transaksi jual beli *online* lazada terdapat juga praktik-praktik yang merugikan konsumen. Salah satunya wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha, terdapat ketidaksesuaian barang yang dipesan oleh konsumen dengan barang yang diterima oleh konsumen.

Jika kesepakatan yang telah dibuat antara penjual (pelaku usaha) dan pembeli (konsumen) tidak dijalani dengan perjanjian yang telah disepakati oleh salah satu pihak, perbuatan tersebut dapat dikatakan sebagai wanprestasi.

Sedangkan tolak ukur kontrak atau perjanjian agar dapat dinyatakan sah oleh hukum yaitu dengan memenuhi syarat sah perjanjian yang ada di dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, selanjutnya disebut KUHPer, sebagai instrumen penguji keabsahan kontrak yang dibuat oleh para pihak memiliki 4 (empat) syarat sah yang harus dipenuhi, yakni:

1. Kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan diri dalam perjanjian.
2. Kecakapan para pihak yang membuat perikatan.
3. Adanya suatu hal tertentu.
4. Terdapat sebab yang halal atau diperbolehkan.⁸

Ketentuan ini juga berlaku terhadap transaksi jual beli secara *online*. Ketentuan dalam KUHPer ini diperkuat dengan adanya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, selanjutnya disebut Undang-Undang ITE.

Wanprestasi dapat terjadi karena disengaja maupun tidak disengaja. Pihak yang tidak sengaja melakukan wanprestasi ini dapat terjadi karena memang tidak mampu untuk memenuhi prestasi tersebut atau juga karena

⁸Agus Yudha Hernoko, 2010, *Hukum Perjanjian (Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial) Edisi I*, Ctk. Pertama, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, hlm. 157.

terpaksa untuk tidak melakukan prestasi tersebut.⁹ Pelaku usaha yang berwanprestasi wajib bertanggung jawab dengan memberikan sejumlah ganti rugi sesuai yang telah disepakati.

Dengan adanya wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha yang dapat merugikan konsumennya, maka hal ini diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. salah satu hak dasar konsumen yang harus dilindungi adalah kepastian hukum tersebut. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Lemahnya kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dalam melakukan transaksi online tentu sangat merugikan konsumen dan telah melanggar hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* sangat diperlukan. Selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

⁹Ahmadi Miru, 2007, *Hukum Kontrak Dan Perancangan Kontrak*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, (selanjutnya disingkat Ahmadi Miru II) hlm.74

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menuangkannya ke dalam karya ilmiah dengan judul **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PELAKU USAHA WANPRESTASI DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* LAZADA.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* lazada?
2. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha atas wanprestasi pelaku usaha dalam perdagangan melalui transaksi *e-commerce* lazada?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan penulisan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum dalam pelaksanaan perdagangan melalui transaksi *e-commerce* lazada.
2. Untuk menganalisis tanggung jawab wanprestasi pelaku usaha dalam pelaksanaan transaksi *e-commerce* lazada.

D. Metode Penelitian

Penelitian ini diperlukan untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penulisan proposal ini, maka metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis sosiologis adalah penelitian hukum didalam suatu masyarakat atau penelitian terhadap suatu praktek yang terjadi dalam masyarakat yang dimana dilihat dari sisi hukum.

2. Sumber Data

- a. Data Primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan dua (2) orang dari pihak Lazada Express Hub Padang dan wawancara dengan dua (2) orang dari pihak konsumen yang mengalami wanprestasi.
- b. Data Sekunder diperoleh dari bahan yang terdiri dari bahan hukum sekunder berupa buku-buku hasil karya ilmiah para sarjana dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab seacara lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh pihak yang diwawancara.¹⁰ Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden.¹¹ Komunikasi berlangsung dalam hubungan tatap muka sehingga gerak tubuh dan mimik wajah responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal. Tanya jawab lisan antara peneliti dan responden dilakukan

¹⁰ Abdurrahman Fatoni, 2011, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Rineka Cipta, Jakarta hlm. 105.

¹¹ Gulo, 2002, *Metodologi Penelitian*, Cetakan ke-1, Grasindo, Jakarta hlm. 116.

dengan sistematis (struktur). Dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur dengan responden.

b. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.¹² Studi dokumen dilakukan dengan cara mengumpulkan, menganalisis dokumen-dokumen, catatan-catatan yang penting dan berhubungan serta dapat memberikan data-data untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian.¹³

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Alasan menggunakan teknik analisis kualitatif adalah data yang terkumpul tidak berupa angka-angka yang dapat dilakukan pengukurannya dan pengumpulan data menggunakan panduan wawancara, studi dokumen dan pengamatan.¹⁴

¹² Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, PT. Alfabet. hlm Bandung . 240

¹³ *ibid*, hlm 240.

¹⁴ Suratman dan Phillips Dillah, 2015, *Metode Penelitian Hukum, Alfabet*, Bandung, hlm 145.