

**TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK
SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI *ONLINE* LAZADA**

SKRIPSI



Oleh:

RIDHO ARDIANSYAH

NO. Induk Mahasiswa: 15410353

**PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2020

**TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG
TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI
ONLINE LAZADA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna memperoleh Gelar

Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta

Oleh:

RIDHO ARDIANSYAH

NO. Induk Mahasiswa: 15410353

PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020



**TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG
TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI
ONLINE LAZADA**

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk diajukan
ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendaratan
pada tanggal 09 Maret 2021



Yogyakarta, 29 Mei 2021
Dosen Pembimbing Tugas Akhir,

Retno Wulansari, S.H., M.Hum.



**TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG
TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI
ONLINE LAZADA**

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir / Pendaran
pada tanggal 09 Maret 2021 dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 29 Mei 2021

Tim Penguji

1. Ketua : M. Arif Setiawan, Dr., S.H., M.H.
2. Anggota : Ari Wibowo, S.H.I., S.H., M.H.
3. Anggota : Syarif Nurhidayat, S.H., M.H.

Tanda Tangan



Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum
Dekan,

Dr. Abdul Jamil, S.H., M.H.

NIK. 904100102

SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH/TUGAS AKHIR
MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridho Ardiansyah

NIM : 15410353

Adalah benar – benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa skripsi dengan judul :

**TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK
SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI *ONLINE* LAZADA**

Karya Tulis Ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendarasan yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

- 1) Bahwa Karya Tulis Ilmiah ini adalah benar – benar karya saya sendiri dan dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma penulisan sebuah karya ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- 2) Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya tulis ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk kepentingan – kepentingan yang bersifat akademik dan perkembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal diatas (terutama butir no.1 dan no.2), saya sanggup menerima sanksi, baik sanksi administrative, akademik, bahkan sanksi

pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan saya tersebut. Saya juga akan bersikap

kooperatif untuk hadir dan menjawab, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya di depan “Majelis” atau “Tim” Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas apabila tanda plagiasi diisinyalir terjadi/ ada pada karya tulis saya ini, oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dari siapapun dan dalam bentuk apapun



Yogyakarta, 14 Desember 2020



(Ridho Ardiansyah)
NIM. 15410353

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Ridho Ardiansyah
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Magelang, 14 Juli 1997
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Golongan Darah : B
5. Alamat Terakhir : Gang Golo II, Pandeyan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta, DI. Yogyakarta.
6. Alamat Asal : Jl. Cawang, Girirejo, RT. 5, RW. 5, Kel. Jurangombo Selatan, Kec. Magelang Selatan. Jawa Tengah.
7. Identitas Orang Tua/ Wali
 - a) Ayah
Nama Lengkap : Harun, S.H.
Pekerjaan : PNS
 - b) Ibu
Nama Lengkap : Suparni
Pekerjaan : Pengusaha
8. Riwayat pendidikan
 - a) SD : SD Negeri Jurangombo 4 Kota Magelang
 - b) SMP : SMP Negeri 13 Kota Magelang
 - c) SMA : SMA Muhammadiyah 1 Kota Magelang
9. Hobi : Membaca, Travelling, Main Games
10. Organisasi : BLC FH UII, KSPM FH UII, HIMMAH UII

Yogyakarta, 14 Desember 2020

(Ridho Ardiansyah)
NIM. 15410353

HALAMAN MOTTO

"Aku sesuai prasangka hambaku pada-Ku dan Aku bersamanya apabila ia memohon kepada-Ku" (HR Muslim)

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan."

"Hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan: keberanian, atau keikhlasan. Jika tidak berani, ikhlasilah menerimannya. jika tidak ikhlas, beranilah mengubahnya."

"Semakin banyak belajar semakin kita tahu bahwa diri kita bodoh, dengan itu tetaplah merasa bodoh dan merasa lapar"

"Tangga menuju langit adalah kepalamu, maka letakkan kakimu diatas kepalamu. Untuk mencapai Tuhan injak-injaklah pikiran dan kesombongan rasionalmu."

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya tulis dan persembahkan kepada

Ayah, Ibu, dan adik

Diri sendiri

Almamater dan dunia ilmu pengetahuan

Orang-orang terkasih

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warrahmatulahi Wabbarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, nikmat dan karunia-Nya penulisan Tugas Akhir dengan judul **“TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI ONLINE LAZADA”** ini dapat diselesaikan. Penulisan tugas akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Tugas akhir ini dapat diselesaikan bukan hanya atas upaya penulis sendiri, namun juga atas bantuan, do'a serta motivasi teman-teman yang sangat berharga dalam proses penulisan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang senantiasa memberikan perlindungan dan kemudahan dalam hal.
2. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Abdul Jamil, Dr., S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Retno Wulanasari, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan baik hati bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran

ditengah-tengah kesibukannya dan dengan penuh kesabaran serta ketulusan membimbing, mempermudah jalan saya dalam Tugas Akhir ini serta memberikan pengarahan-pengarahan selama penyusunan penulisan hukum hingga selesai.

5. Ibu Ratna Hartanto, S.H., LL.M. Selaku dosen pembimbing akademik (DPA)
6. Kedua orang tuaku, ibu parni dan bapak harun serta dek ilham yang selalu memberi doa dan dukungan materiil maupun moriil selama penulis menempuh pendidikan
7. Teman-teman seperjuangan kelas E dan lainnya, khususnya Raka elpradhipta, Teten Masduki, Nasrul Huda, Syahdan dwi, Farhan feditama, Hafiz setiawan, Gerry aryandra, Yusuf alfrian, Yushita permata, Jasinda maurela, Fika Rahma, Desty putri, yang selalu menemani bercengkerama malam hari
8. Teman-teman seperjuangan BLC Kemal ghiffary, tegar payoga, Dyah Ayu, Yoga adi, Azmi, Mireel, Amandha firdha, Regita, Wahyu prakoso, Emha, Alda, Guntar yang selalu semangat kerja rodi bersama sampai tengah malam
9. Teman KSPM sekaligus teman jalan-jalan Syifa, Anggit, Yulia, Nadia, Dhita mbul dll. Sungguh pertemanan yang superrrr sekali
10. Adek-Adek kampus, Cessa dea, Alim, Putri rahmatika, Vina, rafif, laily, yang selalu perhatian dengan penulis

11. Sahabat Hilih, Sukmo, Harestu wibowo, londo (aldian), Ivana, Rizkia, Bopa, Niken Amora yang selalu menemani wisata malam
12. Teman sejawat LKBH FH UII, rovel, zelmi, yudist, sony, rino, krisna, furkan, tommy, bung andy, atqo, risky putra, ina dll.
13. Teman main disisa semester akhir sekaligus seideologi Uqliafi diva, Syarah meiriska, rini choiriyah, dan juga Kamerad Faza Andromeda terimakasih sudah menjadi teman tukar pikiran tajam dan mendalam.
14. Semua pihak yang telah membantu kelancaran Tugas Akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu termasuk diantaranya orang yang pernah singgah.

Bahwa penyusunan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang tertarik kepada permasalahan hukum ini khususnya mahasiswa dan akademi. Semoga hasil ini dapat menjadi bahan referensi dan semakin membuat kita kritis dalam segala hal.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih belum sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang membangun dari para pembaca agar hasil penelitian ini dapat lebih bermanfaat dalam bidang hukum. Penulis ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 14 Desember 2020

(Ridho Ardiansyah)
NIM 15410353

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	iv
CURRICULUM VITAE.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
ABSTRAK.....	1
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Tinjauan Pustaka	13
1. Perjanjian jual beli.....	13
2. Perlindungan Konsumen.....	15
3. Transaksi Perdagangan Elektronik.....	18
4. Objek Penelitian.....	24
5. Subjek Penelitian.....	24
6. Sumber Data	24
BAB II.....	29
TINJAUAN TEORI TENTANG PERJANJIAN PADA UMUMNYA DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	29
A. Tinjauan Umum mengenai Perjanjian.....	29
1. Hukum Dan Definisi Perjanjian	29
2. Syarat Sah Perjanjian	32
3. Subjek dan Objek Perjanjian	35
4. Asas –asas Perjanjian	35
B. Pengertian Umum Mengenai Jual-Beli	39
1. Hubungan Hukum Jual-Beli.....	39

2.	Pengaturan Hukum Perjanjian Jual-Beli.....	40
C.	Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen	42
1.	Pengertian Perlindungan Konsumen	42
2.	Hubungan Konsumen dan Pelaku Usaha	44
3.	Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	47
D.	Tinjauan Umum Mengenai Periklanan	62
1.	Pengertian Iklan	62
2.	Fungsi dan Manfaat Iklan.....	63
3.	Iklan yang Menyesatkan	64
BAB III	68
TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA JUAL-BELI ONLINE PADA SITUS JUAL-BELI LAZADA		68
A.	TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN KETIKA DITERIMA OLEH KONSUMEN.	68
B.	BAGAIMANA PENYELESAIAN SENGKETA HUKUM ANTARA KONSUMEN DAN LAZADA SELAKU PENYELENGGARA SITUS JUAL-BELI ONLINE TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI IKLAN.....	82
BAB IV	94
PENUTUP	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	101

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya teknologi internet, berkembang sistem berdagang baru yaitu melalui situs jual-beli *online* atau sering disebut *E-Commerce*. Penjual yang berdagang pada *E-Commerce* tidak perlu tatap muka dengan pembeli, dilain hal situs *E-commerce* menjadi pihak ketiga yang memfasilitasi interaksi antara pembeli dan penjual serta membantu proses transaksi. Penjual pada situs *E-Commerce* harus mendaftar pada situs untuk dapat berdagang. Situs *E-Commerce* dalam hal ini Lazada sebagai *Marketplace* yaitu penyelenggara perdagangan elektronik yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian dan prosedur elektronik. Masalah yang banyak muncul dari hal tersebut adalah banyak penjual yang sudah terdaftar di situs *E-Commerce* mengiklankan barangnya tidak sesuai dengan aslinya. Selain itu situs penyelenggara *E-commerce* dalam hal ini Lazada mengabaikan klaim garansi konsumen yang rugi atas perbuatan penjual.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana tanggung jawab penjual terhadap barang yang tidak sesuai dengan iklan ketika diterima oleh konsumen? 2. Bagaimana penyelesaian sengketa hukum antara konsumen dan Lazada selaku penyelenggara situs jual-beli *online* terhadap barang yang tidak sesuai iklan? Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis-empiris yaitu menggunakan studi kasus yang dihubungkan dengan peraturan perundang-undangan, teori hukum, dan pendapat para ahli. Penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dan Perundang-undangan. Analisa data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan serta menggambarkan data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian lapangan dengan cara menginterpretasikan data dan memaparkannya dalam bentuk kalimat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha dalam hal ini penjual dan Lazada telah melakukan perbuatan melawan hukum dalam praktik jual-beli *online*. Para penjual berbuat kesalahan dengan melanggar tata cara beriklan sesuai peraturan perundang-undangan yang mengakibatkan kerugian materiil bagi konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah memberikan suatu alternatif penyelesaian sengketa konsumen diluar peradilan umum yang menyangkut pelanggaran pemenuhan hak konsumen atau pelaku usaha. Konsumen yang hak konsumennya tidak dipenuhi oleh pelaku usaha sesuai perlindungan konsumen, dapat menuntut di BPSK. Saran penulis bagi pelaku usaha dalam berdagang *online* harus selalu memberikan informasi, gambaran, dan penjelasan yang jujur dan terbuka terhadap produknya dengan harus mengikuti ketentuan peraturan perundang-undangan dan memperhatikan tata karma dan etika dalam beriklan dalam menawarkan barang dagangannya.

Kata Kunci : Tanggung jawab, Iklan Menyesatkan, Jual-Beli *Online*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan jual beli merupakan kegiatan yang pasti ada ditengah masyarakat sejak manusia ada, karena pada dasarnya individu satu dengan individu lain saling membutuhkan suatu kebutuhan tertentu. Dan untuk mendapatkan kebutuhan yang diinginkan, setiap individu tidak dapat membuat segala hal karena keterbatasannya. Dengan hal itu maka individu harus mencari individu lain yang dapat membuat suatu benda/barang yang diinginkannya. Untuk mendapatkan benda/barang tersebut tidak dapat langsung mengambilnya, karena setiap individu memiliki hak maupun kewajiban. Dengan hal tersebut maka harus ada proses jual beli antara para pihak, yang mana pihak pembeli memberi sesuatu sebagai bentuk apresiasi maupun imbalan bagi individu penjual yang telah memberinya suatu benda/barang.

Jual beli pada sistem konvensional terjadi dengan bertemunya penjual dan pembeli pada satu tempat dan secara bersama-sama penjual menyerahkan barangnya dan pembeli memberi imbalan berupa uang kertas, emas, ataupun barter.¹ Barang yang dibeli dapat langsung dilihat

¹ Tami Rusli, *Hukum Perjanjian yang Berkembang di Indonesia*, Anugrah Utama Raharja (Aura) Printing & Publishing, Bandar Lampung, 2012, hlm. 3.

kondisinya ditempat, sehingga barang cacat atau tidak sesuai dengan yang diinginkan pun dapat langsung dikomplain dan dimintai tanggung jawab.

Era modern ini yaitu ketika internet dikenal sebagai media yang murah, mudah, canggih dan cepat, jual beli barang tidak lagi secara konvensional saja tetapi sudah mulai dengan cara baru yaitu dengan jual beli *on-line*, yaitu jual beli dimana penjual tidak perlu bertatap muka dengan pembeli secara langsung dalam satu tempat akan tetapi memperdagangkan barangnya dengan suatu iklan sebagai penawaran yang dipajang di suatu media website atau *platform* tertentu sebagai tempat berjualan.² Dengan harapan orang yang sedang membuka internet dapat melihatnya dan tertarik untuk membeli.³

Penjual dalam berdagang di situs jual beli di internet ketika proses jual beli tidak berada dalam satu tempat dengan pembeli, tetapi berada disuatu tempat tertentu dengan media komunikasi untuk saling berkomunikasi dengan pembeli, ketika terjadi kesepakatan penjual akan menunggu pembayaran dan pembeli juga akan menunggu barang yang dibeli untuk dikirim. Disini pembeli menaruh kepercayaan kepada penjual terhadap barang yang dijual sesuai yang ditawarkan, karena pembeli tidak pernah melihat secara langsung barang yang dibeli hanya melalui gambar, keterangan atau video saja.⁴

² Sjahputra imam, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Prenhallindo, Jakarta, 2002, hlm. 92.

³ *Ibid*, hlm. 80.

⁴ *Ibid*, hlm. 90.

Fenomena majunya media komunikasi saat ini, menjadikan para pelaku usaha ramai-ramai menggunakan internet untuk berdagang dalam rangka mendapatkan efisiensi dan produktifitas yang lebih dengan tujuan tercapainya sasaran usaha.⁵ Dengan adanya kemudahan dan murahannya akses internet menjadikan hal wajar para pelaku usaha menggunakannya sebagai media berdagang, dengan keuntungan yang lebih menjanjikan dan menekan biaya beriklan. Disatu sisi memberi keuntungan lebih di satu sisi pula potensi adanya kerugian yang timbul semakin besar karena kurangnya informasi atau ketidak tahuan konsumen disebabkan bebasnya dunia internet dan sulit untuk dilihat langsung.⁶

Sebagai upaya terselenggaranya kegiatan berdagang yang sesuai etika dan norma maka dibutuhkan suatu cara untuk melindungi hak para pihak, karena dengan bebas dan mudahnya akses internet dikhawatirkan terjadi ketidaksesuaian antara dunia maya dan realita. Maka perlindungan hukum terhadap konsumen keberadaanya sangat penting demi meminimalisir adanya ketidakpuasan konsumen karena timbulnya kerugian.⁷ Sebab para pelaku usaha yang bebas berdagang di internet dan dalam rangka mengejar produktifitasnya terkadang kurang memperhatikan hak-hak konsumen sebagai penikmat barang yang dibelinya, pada akhirnya konsumenlah yang paling banyak menanggung bebannya karena dalam

⁵ *Ibid.*

⁶ Edmon makarim, *Pengantar Hukum Telematika suatu Kompilasi Kajian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm. 342.

⁷ *Ibid*, hlm. 91.

jual beli tersebut konsumen menaruh kepercayaan yang besar pada penjual.⁸

Pesatnya perkembangan teknologi internet menimbulkan permasalahan baru pada bidang hukum, khususnya bidang hukum perlindungan konsumen. Dalam lingkup hukum dan teknologi, perlindungan konsumen merupakan hal yang dinantikan penerapan dan efektifitasnya di tengah masyarakat pada perkembangan teknologi saat ini.⁹ Di sisi lain undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia materinya mengarah pada sesuatu yang bentuknya masih fisik saja belum terlalu mengatur pada dunia maya/virtual.¹⁰ Beberapa masalah yang timbul pada perdagangan online adalah seperti tidak sesuainya barang yang diterima dengan yang ditawarkan, adanya perbedaan barang yang diterima dengan iklan, cacat pada barang, atau perubahan harga seketika, serta permasalahan lainnya.¹¹

Contoh kerugian yang dialami konsumen ketika berbelanja online paling banyak ialah tidak sesuainya barang yang diterima dengan yang diperlihatkan atau ditawarkan dalam iklan. Seperti ketidaksesuaian harga, perbedaan kualitas barang, perbedaan warna dan/atau gambar, maupun

⁸ Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas, dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 33.

⁹ Edmon Makarim, *Loc. Cit.*

¹⁰ Sri Redjeki Hartono, *Loc. Cit.*

¹¹ Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, FH UII Press, Yogyakarta, 2003, hlm. 63.

iklan menyesatkan yang tujuannya hanya untuk menarik pembeli sebanyak-banyaknya.¹²

Kondisi seperti ini menghadapkan konsumen pada permasalahan yang sangat kompleks, karena dalam perdagangan elektronik cirinya lintas negara secara bebas sehingga tidak ada lagi batas negara. Ditambah dengan perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia masih kurang dalam melindungi hak-hak konsumen dalam perdagangan elektronik. Sehubungan hal itu sudah waktunya pemerintah dengan institusi terkait semakin melakukan harmonisasi hukum dengan pendekatan internasional.¹³

Lingkup hukum positif Indonesia, perjanjian jual beli yang diatur pada Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1472 Bab Kelima Bagian Kesatu tentang Ketentuan Umum Buku III KUHPerdata, Pasal 1473 sampai Pasal 1512 Bagian Kedua tentang Kewajiban Penjual Buku III KUHPerdata, Pasal 1513 sampai Pasal 1518 Bagian Ketiga tentang Kewajiban Pembeli Buku III KUHPerdata.¹⁴

Pengaturan perundang-undangan yang menyangkut perlindungan terhadap konsumen diantaranya ialah diterbitkannya Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang

¹²<https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5ccae33052c41/menjaga-rasa-nyaman-konsumen-dan-produsen-di-bisnis-daring/> diakses pada tanggal 10 Oktober 2019 pukul 05.00 wib.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016, hlm. 9.

Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.¹⁵

Pada Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa konsumen berhak atas hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, disambung pada huruf h dinyatakan bahwa konsumen berhak atas hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pasal 4 tersebut dipertegas lagi pada pasal 7 dan 8 bahwa pelaku usaha wajib memenuhi hak konsumen sebagaimana yang tertera pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selanjutnya akan ditulis Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Pasal 49 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.¹⁶

Peraturan tersebut didukung dengan syarat dan ketentuan/*term of use* di Lazada sebagai ketentuan perjanjian antara penjual (*merchant*) dengan Lazada yang diatur pada bab penjualan produk yang menyatakan bahwa “Penjual harus memberikan deskripsi, harga, gambar, dan/atau

¹⁵ Sri Redjeki Hartono, *Op. Cit*, hlm. 5.

¹⁶ *Ibid.*

informasi lainnya yang jelas dan benar mengenai setiap Produk yang ditawarkan untuk dijual kepada Pelanggan melalui Platform”. Setiap penjual yang menjual produknya harus tunduk pada ketentuan dari Lazada selaku penyelenggara/platform sebagai sebuah perjanjian yang mengikat.¹⁷

Hubungan hukum antara penjual, *platform* (Lazada), dengan pembeli ialah Lazada sebagai *platform e-commerce* sebagai media penengah yang menghubungkan perdagangan online antara penjual/*merchant* dengan pembeli. Dalam hubungan penjual dengan pembeli, penjual yang telah terdaftar di Lazada wajib tunduk pada syarat dan ketentuan yang diberikan oleh Lazada beserta larangan-larangannya. Begitu juga dengan pembeli harus memenuhi kewajiban sebagai mana yang sudah tercantum pada syarat dan ketentuan, Lazada selaku penyelenggara juga memiliki kewajiban dalam pemenuhan pelayanan dan bantuan keluhan hak pembeli apabila terjadi perselisihan dengan penjual.

Sehubungan dengan hal diatas, salah satu kasus mengenai tidak terpenuhinya hak konsumen karena iklan yang tidak benar dalam transaksi elektronik, adalah dalam sebuah situs jual beli elektronik yang bernama “Lazada”. Yaitu seorang konsumen ingin membeli pakaian di salah satu *merchant* penjual di situs tersebut, ketika sedang mencari barang yang sesuai kriteria yang diinginkan, konsumen menemukan salah satu barang yang menarik sesuai yang diinginkan karena spesifikasi produk tersebut tertera pada deskripsi dan gambar iklan.

¹⁷ <https://www.lazada.co.id/terms-of-use/> diakses pada tanggal 5 November 2019 pukul 05.00 wib.

Setelah konsumen membeli dan menunggu barang, barang yang diterima ternyata bahannya dan modelnya tidak sesuai dengan deskripsi produk yang ditawarkan. Karena kecewa, konsumen menghubungi pihak Lazada untuk meminta prosedur pengembalian barang karena tidak sesuai. Pihak Lazada mengarahkan untuk membaca kebijakan pengembalian produk, selanjutnya konsumen menghubungi penjual langsung karena pada *merchant* tersebut tertera “pengembalian langsung pada penjual” bukan pada Lazada. Setelah mengirim pesan komplain, konsumen menunggu balasan hingga 5 hari, sesuai prosedur dari Lazada bahwa komplain dari konsumen maksimal dibalas oleh penjual sampai 3 hari. Setelah dibalas pesan komplain tersebut, penjual mengatakan barang tersebut sudah di-*check* sebelum dikirim.

Permasalahan lainnya penjual di *merchant* tersebut juga tidak memberi garansi atas produk, padahal hal tersebut merupakan kewajiban pelaku usaha dalam pemberian garansi.¹⁸ Selanjutnya, penjual mengatakan untuk menghubungi pihak Lazada untuk pengembalian barang langsung yang ditanggung Lazada. Tetapi setelah dihubungi, Lazada menyatakan penolakan atas permintaan tersebut karena barang tersebut tertera “pengembalian langsung kepada penjual” bukan kepada Lazada. Pada peristiwa ini konsumen dibingungkan karena pihak penjual tidak

¹⁸ Pasal 7 huruf e Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

menunaikan tanggung jawabnya, sesuai aturan dalam rangka kenyamanan konsumen.¹⁹

Selanjutnya konsumen menyatakan keluhannya karena penjual menolak pengembalian barang, setelah itu Lazada menjawab akan menindak lanjuti hal tersebut. Tetapi respon tindak lanjut tersebut lama tidak kunjung datang, setelah menunggu beberapa minggu respon Lazada masih belum ada, hal ini mengindikasikan bahwa adanya pelanggaran kewajiban pelaku usaha dan hak konsumen yang tidak dipenuhi.

Kasus kedua yaitu pembelian ponsel yang dibeli di salah satu penjual di Lazada.²⁰ Awal mula pembeli melihat iklan ponsel tersebut di Instagram dengan gambar dan diskripsi produk, selanjutnya pembeli diarahkan ke *website* untuk pembelian barang tersebut. Pada iklan dan deskripsi tertulis ponsel tersebut dalam keadaan keadaaan baru dengan keterangan aksesoris lengkap dan harga yang lebih murah dari pasaran karena sedang dalam *flash sale*. Hal tersebut juga telah dikonfirmasi oleh pembeli dengan menanyakan secara langsung via *chat* di *website*. Pada saat pengiriman penjual menjanjikan barang tersebut akan dikirim dalam waktu 1x24 jam, akan tetapi baru 2 hari kemudian barang akan dikirim dengan dalih bahwa penjual sedang mengambil stok barang dari gudang, padahal di awal dikatakan barang sudah ready dikirim. Beberapa hari kemudian sebelum ponsel tersebut sampai kepada pembeli, penjual menghubungi pembeli dengan menanyakan kode OTP untuk diberikan

¹⁹ Berdasarkan penuturan seorang konsumen yang dirugikan, yang terjadi pada bulan februari 2019

²⁰ Berdasarkan laporan kasus yang masuk di BPSK Yogyakarta

kepada penjual, dengan dalih sebagai kode pesanan sudah terkirim. Pada saat ponsel tersebut sampai di tangan pembeli, pembeli memeriksa ponsel tersebut dan mendapati bahwa kotak ponsel tersebut bukan kotak ponsel asli, hanya kotak putih polos dan segel kardus terbuka serta ponsel tidak tersegel sebagaimana ponsel baru dan hanya dilengkapi aksesoris tidak original dari merk lain. Pembeli menghubungi penjual untuk komplain dan meminta transparansi, tetapi penjual mengatakan bahwa barang tersebut sudah sesuai dengan deskripsi dan iklan bahwa barang tersebut asli “*like new*” yang berarti ponsel tersebut asli ponsel seperti baru dengan rekondisi barang bekas. Pembeli merasa dikelabui oleh penjual dengan kata tersebut, sedangkan sebelumnya pembeli sudah menanyakan keaslian ponsel tersebut dengan kondisi baru. Selanjutnya pembeli meneruskan komplain tersebut kepada pihak lazada selaku penyelenggara situs jual-beli yang juga memiliki tanggung jawab akan terpenuhinya hak konsumen untuk pengembalian dana, tetapi lazada menginformasikan apabila barang tersebut sudah dibatalkan oleh pembeli sendiri ketika pembelian yang mengakibatkan dana tidak dapat dikembalikan. Hal tersebut kemudian disadari pembeli ketika pembeli memberikan kode OTP yang diminta penjual beberapa hari setelah pemesanan. Hal tersebut menyebabkan pembeli merasa dikelabui dan ditipu oleh penjual mengenai produk yang ditawarkan melalui iklan. Selain itu pembeli merasa dengan sistem Lazada sebagai penyelenggara perdagangan elektronik yang kurang melindungi keamanan pembelian konsumen.

Peristiwa tersebut menandakan terdapat pelanggaran hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan barang dan/atau jasa, sebagaimana tercantum pada huruf c Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha/penjual juga tidak memenuhi kewajibannya yaitu Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, sebagaimana tercantum pada pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.²¹ Dalam perjanjiannya penjual juga tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana yang tercantum pada syarat dan ketentuan (*term of use*) di Lazada yang harus dipatuhi.

Berangkat dari kasus tersebut penulis ingin meneliti “Bagaimanakah tanggung jawab penjual/*merchant* terhadap barang yang tidak sesuai dengan iklan ketika diterima oleh konsumen”. Dan mengetahui “implementasi pemenuhan hak konsumen dari lazada selaku penyelenggara/*platform* jual beli online terhadap barang yang tidak sesuai iklan dari penjual.” agar mengetahui apakah terdapat pelanggaran atau tidak di dalam kejadian tersebut. Maka dari itu penulis memilih judul **“TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI ONLINE LAZADA”**, Untuk meneliti kasus tersebut.

²¹ Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab penjual terhadap barang yang tidak sesuai dengan iklan ketika diterima oleh konsumen?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa hukum antara konsumen dan Lazada selaku penyelenggara situs jual-beli *online* terhadap barang yang tidak sesuai iklan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggung jawab penjual terhadap barang yang tidak sesuai dengan iklan ketika diterima oleh konsumen.
2. Untuk mengetahui penyelesaian hukum antara konsumen dan Lazada selaku penyelenggara situs jual-beli *online* terhadap barang yang tidak sesuai iklan.

D. Tinjauan Pustaka

1. Perjanjian jual beli

Perjanjian merupakan suatu peristiwa ketika orang atau pihak berjanji kepada orang atau pihak lain untuk berbuat sesuatu maupun tidak berbuat sesuatu mengenai suatu objek tertentu.²² Suatu perjanjian dapat dibuat dengan cuma-cuma atau atas beban. Perjanjian dengan cuma-cuma adalah suatu perjanjian yang pihak yang satu memberikan suatu keuntungan kepada pihak lain, tanpa menerima suatu manfaat

²² Subekti, *Hukum Perjanjian*, Ctk. Kesembilanbelas, Intermasa, Jakarta, 2002, hlm. 1.

untuk dirinya. Sedangkan perjanjian atas beban, ialah suatu perjanjian yang mewajibkan masing-masing pihak untuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu.²³

Pasal 1320 KUHPerdata menyatakan bahwa untuk “sahnya” suatu persetujuan diperlukan 4 syarat. Keempat syarat untuk sahnya perjanjian menurut pasal 1320 KUHPerdata tersebut adalah:²⁴

- a. Adanya kata sepakat antara kedua belah pihak
- b. Kecakapan membuat suatu perikatan
- c. Suatu objek tertentu
- d. Suatu kausa yang halal

Menurut hukum romawi, perjanjian jual beli merupakan perjanjian bersifat konsensual murni. Dasarnya adalah adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli dan ditandai dengan adanya penyerahan benda.²⁵ Menurut Subekti, dengan asas konsensualisme ini, perjanjian jual beli telah lahir sejak adanya kesepakatan antara para pihak mengenai harga dan barang. Kesimpulannya bahwa perjanjian jual beli dianggap telah terjadi sejak para pihak mencapai kata sepakat, walaupun barangnya belum diserahkan.²⁶

Terjadinya kata sepakat ini, maka perjanjian jual beli ini telah terjadi, tetapi belum berarti hak milik atas barang sudah berpindah

²³ *Ibid.*

²⁴ Pasal 1320, Buku ke II, KUHPerdata.

²⁵ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Cetakan pertama, FH UII Press, Yogyakarta, 2016, hlm. 28.

²⁶ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, hlm. 8

dari penjual kepada pembeli.²⁷ Karena sifatnya konsensual-obligatoir, kata sepakat baru melahirkan kewajiban saja. Hak milik atas barang yang dijual baru beralih kepada pembeli setelah adanya *levering* atau penyerahan dari penjual, sebelum ada penyerahan tersebut secara hukum belum beralih kepada pihak pembeli.²⁸

2. Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen menurut ketentuan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ialah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen dilakukan sebagai bentuk usaha bersama antara konsumen, produsen, dan juga pemerintah sebagai pembentuk Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Asas-asas perlindungan konsumen, sebagaimana tercantum di dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain adalah:²⁹

- e. Asas Manfaat;
- f. Asas Keadilan;
- g. Asas Keseimbangan;
- h. Asas Keamanan dan keselamatan konsumen;

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Ridwan Khairandy, *Op.cit.*, hlm. 29.

²⁹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan ke III, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 25.

i. Asas kepastian hukum.

Pada pemenuhan hak-hak konsumen, hukum perlindungan konsumen telah mengatur sebagaimana dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut.³⁰

- 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 barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapatnya 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;
- 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;

³⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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

Kewajiban pelaku usaha pada pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ialah:³¹

- 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 memberikan 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;

³¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Mengenai tata cara periklanan produk yang benar sesuai peraturan perundang-undangan, diatur pada Ayat 1 Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi iklan yang.³²

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tariff jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/ atau jasa;
- d. Tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
- e. Mengeksploitasi kejadian dan/ atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. Melanggar etika dan/ atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

3. Transaksi Perdagangan Elektronik

Peraturan mengenai perdagangan online diatur pada Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas

³² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan 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.³³

E. ORISINALITAS PENELITIAN

Berdasarkan penelusuran kepustakaan, sumber informasi lain, dan internet, peneliti yang memiliki fokus studi mengenai Tanggung Jawab Penjual terhadap Barang yang Tidak Sesuai dengan Iklan pada Jual-Beli *Online* sampai saat ini belum dijumpai. Namun demikian terdapat beberapa penelitian atau setidaknya-tidaknya hasil kajian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain yaitu:

PENULIS	JUDUL PENELITIAN
1.Harish Wien Saputra, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2018	PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP IKLAN YANG MENYESATKAN (Studi Kasus pada Produk Kangen Water). Dengan rumusan masalah: Bagaimana perlindungan konsumen atas iklan yang menyesatkan pada

³³ Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

	<p>brosur produk “Kangen Water”; Bagaimana tanggung jawab yang diberikan pelaku usaha terhadap timbulnya kerugian bagi konsumen akibat adanya isi iklan menyesatkan pada brosur produk “Kangen Water”.</p>
<p>2.Hillary Ayu Sekar Gusti, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2018</p>	<p>WANPRESTASI PENJUAL DALAM PERJANJIAN JUAL BELI E – COMMERCE. Dengan rumusan masalah: Bagaimana perlindungan hukum bagi pembeli dalam perjanjian jual beli melalui e-commerce terhadap penjual melakukan wanprestasi.</p>
<p>3.Ambar Wariati dan Nani Irma Susanti, Pro-Bank, Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Edisi November 2014. Vol. 1. No. 2.</p>	<p>E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN</p>

Penelitian yang akan ditulis oleh penulis berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu oleh Haris Wien Saputra dan Hillary Ayu Sekar Gusti. Perbedaan tersebut terletak pada subjek penelitian,

subjek penelitian yang ditulis oleh penulis adalah tanggung jawab salah satu penjual pada situs jual-beli LAZADA. Sedangkan, pada jurnal yang ditulis oleh Ambar Wariati dan Nani Irma, penelitiannya menekankan perlindungan konsumen dalam *e-commerce* secara umum, tidak berfokus pada suatu kasus yang terjadi. Selain itu perbedaan lainnya ialah terdapat pada rumusan masalah yaitu bagaimana implementasi pemenuhan hak konsumen dari Lazada dalam pengembalian barang terhadap barang yang tidak sesuai iklan dari penjual.

F. Definisi Operasional

1. Penjual/Pelaku Usaha

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan yang dimaksud dengan Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Negara Republik Indonesia, baik diri sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang memperdagangkan barangnya di internet dan pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha di internet.³⁴

³⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

2. Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan yang dimaksud dengan 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. Penulis membatasi konsumen yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengalami kerugian akibat iklan atau penawaran awal yang tidak sesuai dengan barang yang diterima.³⁵

3. Situs jual-beli *E-Commerce*

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah Badan hukum yang menyelenggarakan perdagangan elektronik secara online yang berbasis sistem informasi transaksi elektronik.

4. Tanggung jawab

Pengertian tanggung jawab menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah sesuatu keadaan wajib menanggung segala sesuatu sehingga bertanggung jawab, didalam kamus ini diartikan keadaan di mana seseorang wajib menanggung, memikul jawab, menanggung

³⁵ *Ibid.*

segala sesuatunya, dan memberikan jawab serta menanggung akibatnya.³⁶

Pada permasalahan hukum, setiap orang yang mengajukan tuntutan pertanggung jawaban harus memiliki dasar yang menyebabkan seseorang tersebut harus bertanggung jawab. Dasar hukum yang mendasari pertanggung jawaban tersebut menurut hukum perdata adalah adanya kesalahan dan resiko yang timbul di dalam setiap peristiwa hukum yang terjadi pada pergaulan.³⁷

5. Iklan

Iklan merupakan salah satu bentuk informasi, yaitu alat bagi produsen untuk memperkenalkan dan menawarkan produknya kepada masyarakat agar dapat mempengaruhi kecenderungan masyarakat untuk membeli, menggunakan atau mengkonsumsi produknya. Berbentuk gambar, tulisan, video, maupun suara.³⁸

G. Metode Penelitian

Metode atau lebih sering dikenal dengan metodologi penelitian adalah cara untuk menemukan suatu masalah. Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini merupakan metode penelitian yuridis-empiris yaitu menggunakan studi kasus yang dihubungkan berbagai peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, teori hukum, dan pendapat para

³⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia

³⁷ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 79.

³⁸ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen Bagi Konsumen Di Indonesia*, Cetakan Kedua, Rajawali Pers, Jakarta, 2013, hlm. 37.

ahli guna mempermudah penulis dalam memperoleh data yang konkret sebagai pedoman dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

4. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah:

- a) Laporan kasus iklan yang meyesatkan pada jual-beli *online* yang masuk di BPSK Yogyakarta
- b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- c) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen.
- d) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- e) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- f) Perjanjian/*term of use* oleh Lazada

5. Subjek Penelitian

- a) Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Yogyakarta selaku sumber primer data dari kasus yang ditulis.

6. Sumber Data

Sumber data penelitian diperoleh melalui dua data yaitu:

- a) Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara pada subjek penelitian.

b) Data Sekunder

Berupa bahan hukum yang diperoleh dari penelitian kepustakaan yang terdiri atas:

- i. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang memiliki kekuatan hukum mengikat secara yuridis, meliputi KUHPerdata, 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, dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- ii. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang tidak memiliki kekuatan mengikat secara yuridis. Meliputi buku, majalah, surat kabar, literature, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen.
- iii. Bahan hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang dapat melengkapi sumber bagi penelitian ini seperti kamus, internet, dan ensiklopedia hukum.

1. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Pengumpulan data dengan wawancara yaitu proses tanya jawab dengan subjek penelitian, untuk mencari informasi yang diperlukan, dengan sumber yang akan diwawancarai yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

b) Studi Pustaka

Cara pengumpulan data dengan studi pustaka yaitu dengan mengambil dan mengutip dari buku, jurnal, undang-undang dan sebagainya yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian.

c) Studi Dokumen

Cara pengumpulan data dengan mencari, menemukan dan mengkaji berbagai dokumen seperti perundang-undangan, putusan pengadilan yang terkait dengan Perlindungan Konsumen dan Iklan.

2. Metode Pendekatan Masalah

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan secara yuridis-empiris. Penelitian yuridis-empiris yaitu metode pendekatan yang menggunakan studi kasus yang dihubungkan berbagai peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, teori hukum, dan pendapat

para ahli guna memperoleh data yang konkret dalam penulisan skripsi ini.

3. Metode Analisa Data

Penulis dalam melakukan proses penulisan ini menggunakan analisis data yaitu dengan metode diskriptif-kualitatif. Data yang diperoleh dikulifikasikan sesuai dengan permasalahan penelitian kemudian diuraikan dengan cara menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian, yang bertitik tolak dari peraturan perundang-undangan sebagai norma positif. Analisis terhadap data tersebut akan disusun secara sistematis sehingga akan diperoleh suatu gambaran yang jelas dan lengkap dan dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang menjawab atas rumusan masalah yang ada dalam penelitian. Hal ini dilakukan guna memperoleh gambaran bagaimana penerapan Undang-Undang yang berlaku dalam masyarakat dan meninjau apakah seluruh peraturan telah dilaksanakan secara benar. Penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan positif, koreksi dan pembaharuan peraturan kedepan.

H. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mengetahui dan mempermudah dalam proses gambaran hasil skripsi ini, maka penulis susun kerangka penulisan dalam bentuk bab-bab skripsi secara sistematis, serta memuat alasan-alasan logis

yang ditulis dalam bab-bab dan keterkaitan antar satu bab dengan bab yang lain, yakni sebagai berikut:

BAB I berupa pendahuluan yang di dalamnya berupa uraian tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian yang didalamnya berisi : Obyek Penelitian, Subyek Penelitian, Sumber Data, Bahan Hukum. Teknik Pengumpulan Data, Metode Pendekatan, Pengolahan dan Analisa Data yang terakhir ialah Sistematika Penulisan).

BAB II berisikan tentang : Tinjauan Umum Teori Tentang Perlindungan Konsumen, KUHPPerdata, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, Perjanjian Jual Beli, Produk, Konsumen, Dan Produsen atau Pelaku Usaha.

BAB III berisikan kajian dan analisis data tentang rumusan masalah dan tujuan karya ilmiah.

BAB IV sebagai bab terakhir atau penutup yang akan diuraikan kesimpulan dan saran dari berbagai masalah-masalah yang telah penulis rumuskan melalui rumusan masalah dalam penelitian ini dan saran berdasarkan penelitian yang dilakukan.

BAB II

TINJAUAN TEORI TENTANG PERJANJIAN PADA UMUMNYA DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Tinjauan Umum mengenai Perjanjian

1. Hukum Dan Definisi Perjanjian

Definisi tentang hukum perjanjian diatur di dalam buku III Kitab Undang –Undang Hukum Perdata. KUHPerdato itu sendiri terdiri dari IV buku, Buku I memuat ketentuan mengenai Hukum Perorangan, Buku II memuat ketentuan Hukum Kebendaan, Buku III memuat Hukum Perjanjian. Sedangkan dalam Buku IV memuat mengenai Pembuktian dan Kadaluarsa. Pengertian perjanjian itu sendiri terdapat di dalam Pasal 1313 KUHPerdato. Menurut pasal tersebut, perjanjian adalah perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang/pihak atau lebih.³⁹

Perjanjian menurut Pasal 1313 KUH Perdata ialah“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Syarat sahnya suatu perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata adalah:

- 1) Terdapat kata sepakat
- 2) Kecakapan dalam membuat perjanjian

³⁹ Komar Andasmita, *Notaris II Contoh Akta Otentik dan Penjelasannya*, Ctk. 2, Bandung, Ikatan Notaris Daerah Jawa Barat,1990, hlm. 430.

- 3) Suatu hal tertentu
- 4) Mengandung kausa yang halal

Dari ketentuan mengenai perjanjian menurut Pasal 1313 KUH Perdata serta syarat sahnya suatu perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata tersebut diatas dapat diambil pengertian bahwa perjanjian merupakan perbuatan hukum yang menimbulkan ikatan antara satu pihak dengan pihak yang lainnya.⁴⁰

Perjanjian atau *overeenkomst* yang dimaksud di dalam Pasal 1313 KUHPerdata terjadi apabila atas izin atau kehendak para pihak yang terlibat dengan perjanjian itu sendiri.⁴¹ Tetapi para sarjana hukum berpendapat bahwa definisi perjanjian tersebut tidak lengkap dan terlalu luas, Dikatakan tidak lengkap karena definisi tersebut hanya mencakup perjanjian sepihak saja. Hal tersebut dilihat dari kalimat “satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya”. Selain itu dikatakan terlalu luas karena kata “perbuatan” yang ada didefinisi tersebut tidak fokus kepada perbuatan apa yang dimaksud, perbuatan dapat mencakup perbuatan hukum dan perbuatan melawan hukum.⁴²

Istilah perjanjian di dalam KBBI hampir sama dengan kontrak, namun kontrak lebih kepada istilah bisnis atau sesuatu yang berbau komersial. Sedangkan perjanjian cakupannya lebih luas dari itu. Oleh karenanya, kurang tepat apabila perjanjian disama artikan dengan

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

⁴² Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia : dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Ctk. 1, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 59.

kontrak. Mengenai penggunaan istilah kontrak dan perjanjian, Agus Yudha sependapat dengan beberapa sarjana yang memberikan pendapat bahwa keduanya dapat dipersamakan. Hal ini disebabkan karena berlandaskan pada perspektif KUHPerdara dimana antara perjanjian atau persetujuan mempunyai pengertian yang sama dengan kontrak.⁴³

Perjanjian mewajibkan para pihak yang membuatnya untuk memenuhi hak dan kewajibannya (prestasi). Perjanjian dalam hal ini merupakan hubungan hukum dari tindakan hukum yang diatur dan disahkan hubungannya. Hubungan hukum itu sendiri merupakan hubungan antara para subjek hukum yang diatur oleh hukum dan dalam setiap hubungan hukum yang mereka lakukan terdapat hak serta kewajiban.⁴⁴ Perjanjian yang mengandung hubungan hukum tersebut ada karena adanya perbuatan hukum. Perbuatan hukum itulah yang menimbulkan perjanjian dengan hubungan hukum sehingga terhadap salah satu dari para pihak ada yang diberikan hak atas suatu prestasi dan lainnya memiliki kewajiban memenuhi prestasi.⁴⁵

Pengertian perjanjian menurut ahli perdata hukum Perdata, Achmad Ichsan, menyatakan bahwa perjanjian berasal dari istilah *verbinten* yang mengandung pengertian bahwa perjanjian merupakan suatu hubungan hukum kekayaan terhadap suatu harta benda antara dua orang atau lebih yang memberi hak kepada salah satu pihak untuk

⁴³ Moch. Isnaeni, *Hukum Perjanjian : Prinsip Hukum Kontrak Pengadaan Barang dan Jasa oleh Pemerintah*, Laksbang Press Indo, Yogyakarta, 2009, hlm. 30.

⁴⁴ Komar Andasmita, *Op.Cit*, hlm. 15.

⁴⁵ *Ibid.*

mendapatkan hak atas prestasi sekaligus memberikan kewajiban kepada pihak lainnya untuk melaksanakan atau memenuhi prestasi tersebut.⁴⁶

2. Syarat Sah Perjanjian

Untuk melaksanakan perjanjian agar dianggap sah di mata hukum, maka perjanjian tersebut harus memenuhi syarat sah seperti yang diatur di dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Pasal tersebut mengatur 4 (empat) syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu:⁴⁷

a) Kata Sepakat

Kata sepakat ini pada intinya ialah suatu pertemuan atau kesesuaian kehendak antara para pihak di dalam perjanjian. Seseorang dikatakan telah memberikan kesepakatannya ketika pihak menghendaki apa yang mereka sepakati. J.Satrio menyebutkan beberapa cara mengemukakan kehendak tersebut, yakni :

- a. Secara tegas, yakni dengan membuat akte otentik maupun akte di bawah tangan.
- b. Secara diam –diam.

Selain itu, walaupun tidak disebutkan secara tegas, ketentuan – ketentuan di dalam Pasal 1320 jo. Pasal 1338 KUHPerdara kecuali ditentukan lain, undang –undang tidak menentukan atau mengatur cara menyatakan kehendak. Tetapi, suatu perjanjian akan dianggap cacat

⁴⁶ M. Yahya Harahap, *Segi –segi Hukum Perjanjian*, Penerbit Alumni, Bandung, 1986, hlm 6.

⁴⁷ Ridwan Khairandy, *Op.Cit*, hlm. 168-170.

hukum apabila kata sepakat yang diperoleh dikarenakan paksaan dan/atau penipuan dari pihak lain.⁴⁸

b) Kecakapan untuk Mengadakan Perikatan

Pasal 1329 KUHPerdara menyatakan pada dasarnya semua orang cakap untuk membuat suatu perjanjian kecuali jika undang –undang menentukan sebaliknya. Pasal 1330 KUHPerdara menyebutkan beberapa orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian, yakni:⁴⁹

- a. Orang yang belum dewasa. Seseorang dikatakan belum dewasa menurut Pasal 330 KUHPerdara jika belum mencapai umur 21 Tahun. Tetapi dalam perkembangannya, pasal 47 dan 40 UU No. 1 Tahun 1974 kedewasaan seseorang ditentukan bahwa anak yang berada di bawah kekuasaan orang tua atau wali sampai umur 18 Tahun.
- b. Mereka yang masih dibawah pengampuan, mereka ialah orang yang gila, penjudi, dungu, lemah akal, atau pemboros.
- c. Setiap orang yang dinyatakan pailit. Karena orang yang telah dinyatakan pailit untuk selanjutnya dalam membuat suatu perikatan harus mengungkapkan bundel pailit dan harus dengan sepengetahuan kuratornya.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*

c) Suatu Hal Tertentu (Objek)

Pasal 1333 KUHPerdara menentukan bahwa suatu perjanjian harus mengandung suatu pokok kebendaaan (*zaak*) yang paling sedikit dapat ditentukan harga dan/atau jenisnya. Bahwa *zaak* disini dalam bahasa Belanda tidak hanya barang dalam arti sempit tetapi juga barang dalam arti luas yang berarti bisa juga berarti jasa. J. Satrio menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan suatu hal tertentu adalah objek prestasi perjanjian.⁵⁰

d) Kuasa Hukum yang Halal

Kausa hukum yang halal diartikan bahwa mengacu kepada isi dan tujuan dari suatu perjanjian itu sendiri, selama isi dari suatu perjanjian tidak dilarang oleh undang –undang atau tidak bertentangan dengan kesusilaan maupun ketertiban umum. Selain itu, suatu perjanjian yang dibuat tanpa sebab atau dibuat karena suatu sebab palsu atau terlarang maka perjanjian tersebut tidak memiliki kekuatan hukum.⁵¹

Berkenaan dengan hal diatas dapat disimpulkan bahwa persyaratan - persyaratan tersebut berkenaan dengan subjek dan obyek perjanjian. Perbedaan kedua persyaratan tersebut dikaitkan dengan masalah perjanjian batal demi hukum dan suatu perjanjian yang dapat dibatalkan. Apabila syarat subjektif tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan atau sepanjang perjanjian tersebut belum atau tidak dibatalkan pengadilan, maka perjanjian masih terus berlaku.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ M. Yahya Harahap, *Op.cit*, hal. 10.

Selain itu, keempat syarat sahnya perjanjian juga harus menemui unsur sepekat dari para pihak yang membuat perjanjian.⁵²

3. Subjek dan Objek Perjanjian

Dalam suatu perjanjian yang dibuat selalu terdapat subjek dan objek perjanjian. Subjek perjanjian adalah orang atau pihak yang melaksanakan perjanjian, sedangkan objeknya adalah suatu hal yang diperjanjikan para pihak di dalam perjanjian yang memiliki nilai dan/atau bersifat kebendaan.⁵³

4. Asas –asas Perjanjian

Berdasarkan pendapat beberapa, perkembangan hukum perjanjian, dapat ditinjau dari berbagai ketentuan KUHPerdota (Baru) di negara Belanda. Perkembangan tersebut menjadikan penerapan asas –asas hukum perjanjian dikaitkan dengan praktik di peradilan. Terdapat banyak sekali asas –asas hukum perjanjian, diantaranya :⁵⁴

1) Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak merupakan asas paling penting yang digambarkan sebagai pilar utama sistem hukum Perdata.

Khususnya hukum perikatan yang diatur di dalam Buku III KUHPerdota. Bahkan menurut seorang ahli Rutten, hukum

⁵² Wibowo Tunardy, *Syarat –syarat Sahnya Perjanjian*, terdapat dalam <http://www.jurnalhukum.com/syarat-syarat-sahnya-perjanjian/>.

⁵³ Ridwan Khairandy, *Op.Cit*, hlm. 168-170.

⁵⁴ Ridwan Khairandy, *Op.Cit*, hlm. 86.

kontrak secara keseluruhan dasarnya ialah asas kebebasan berkontrak. Asas kebebasan berkontrak yang dianut hukum Indonesia berkaitan dengan sistem terbuka yang dianut Buku III KUHPerdara sebagai hukum pelengkap yang boleh dikesampingkan oleh para pihak yang membuat kontrak.⁵⁵

Seorang ahli bernama Sutan Sjahdeini menyimpulkan ruang lingkup dari asas kebebasan berkontrak, yaitu :

- a) Kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian
- b) Kebebasan untuk memilih dengan pihak siapa ia ingin membuat perjanjian
- c) Kebebasan untuk memilih causa perjanjian yang akan dibuatnya
- d) Kebebasan untuk menentukan objek suatu perjanjian
- e) Kebebasan untuk menentukan bentuk suatu perjanjian, dan
- f) Kebebasan untuk menerima atau menyimpangi ketentuan undang –undang yang bersifat opsional.⁵⁶

Asas kebebasan berkontrak memiliki sifat universal yang artinya berlaku juga dalam berbagai sistem hukum perjanjian di seluruh dunia dan memiliki ruang lingkup yang sama pula apapun sistem hukumnya. Pasal 1338 ayat

(1) KUHPerdara mengakui asas kebebasan berkontrak dengan menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ *Ibid.*

secara sah mengikat para pihak layaknya undang – undang.⁵⁷

2) Asas Konsensualisme

Dalam asas konsensualisme, perjanjian dikatakan telah lahir apabila timbul kata kesepakatan diantara para pihak yang membuat perjanjian. Asas konsensualisme menandakan bahwa sumber kewajiban kontraktual adalah bertemunya kehendak atau konsensus para pihak yang membuat kontrak. Asas konsensualisme menandakan suatu penghormatan terhadap martabat manusia. Menurut ahli hukum, Subekti hal tersebut adalah makna dari pepatah Belanda “*een man een man, een word een word*” yang maksudnya adalah dengan ditetapkannya perkataan seseorang maka orang itu ditingkatkan martabatnya sebagai manusia.⁵⁸

3) Asas Itikad Baik

Iktikad baik di dalam kontrak dibagi menjadi dua bagian yang tidak dapat dipisahkan, yaitu iktikad baik pra kontrak dan iktikad baik pelaksanaan kontrak. Iktikad baik pra kontrak adalah iktikad baik yang harus ada pada saat para pihak sedang melakukan negoisasi sebelum sepakat membuat perjanjian.

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Ibid.*

Iktikad baik ini memiliki makna kejujuran dan tidak ada yang ditutup-tutupi. Iktikad baik pra kontrak bersifat subjektif karena didasarkan pada kejujuran para pihak yang melakukan negoisasi. Iktikad baik dalam pelaksanaan kontrak disebut sebagai iktikad baik objektif yang mengacu pada isi dari pada perjanjian itu sendiri. Yaitu para pihak harus sungguh-sungguh melaksanakan prestasinya dengan penuh tanggung-jawab. Isi perjanjian adalah kewajiban dan hak para pihak yang mengadakan kontrak oleh karena itu isi dari pada perjanjian harus rasional dan patut.⁵⁹

4) Asas Personalitas

Asas personalitas ini merupakan inti dari Pasal 1340 ayat (1) KUHPerdara, yaitu Pasal ini menyebutkan perjanjian hanya berlaku bagi mereka yang membuatnya. Dengan demikian, asas personalitas mengandung arti bahwa kontrak atau perjanjian hanya berlaku bagi pihak – pihak yang membuatnya.⁶⁰

Tetapi terdapat ketentuan pengecualian pada pasal 1317 ayat (1) KUHPerdara sebagai penyimpangan dari asas personalitas. Pasal ini menyatakan, bahwa dapat pula diadakan perjanjian untuk kepentingan pihak ketiga, jika suatu perjanjian yang dibuat untuk diri sendiri atau suatu pemberian kepada orang lain mengandung syarat semacam itu. Dengan

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ *Ibid.*

ketentuan ini, para pihak yang membuat perjanjian dapat memperjanjikan bahwa perjanjian juga berlaku bagi pihak ketiga.⁶¹

Janji yang menyangkut kepentingan pihak ketiga itu ialah janji yang oleh para pihak dituangkan dalam perjanjian yang dibuat yang klausula isinya menyatakan bahwa pihak ketiga akan mendapatkan hak atas suatu prestasi. Di dalam perjanjian untuk kepentingan pihak ketiga terdapat pihak- pihak. Pihak pertama yang disebut sebagai *stipulator*, yaitu seseorang yang meminta diperjanjikan untuk sendiri maupun pihak ketiga. Pihak kedua adalah *promisor* yaitu pihak yang menjanjikan sesuatu untuk pihak ketiga. Dan pihak ketiga itulah yang mendapatkan hak dari stipulator dan promisor.⁶²

B. Pengertian Umum Mengenai Jual-Beli

1. Hubungan Hukum Jual-Beli

Perkembangan perjanjian umumnya berkaitan dalam perjanjian jual beli yang merupakan salah satu pencapaian terpenting ilmu hukum romawi. Jual beli di dalam hukum era romawi menjadi dasar perjanjian penting di bidang ekonomi modern dewasa ini.⁶³

Kata jual beli dalam istilah hukum perjanjian di Indonesia diadopsi dari istilah bahasa Belanda yaitu *koop en verkoop*, Sedangkan hukum Belanda itu mengikuti konsep yang berasal dari hukum Romawi. Berasal dari kata *Emptio* berarti membeli, sedangkan *venditio* artinya menjual.

⁶¹ *Ibid.*

⁶² *Ibid.*

⁶³ M. Yahya Harahap, *Op.cit*, hal. 30.

Dari istilah tersebut terlihat bahwa jual beli merupakan hubungan yang bersifat timbal balik antara dua pihak yang melakukan hubungan hukum yang berbeda, yang mana pihak yang satu melakukan tindakan hukum untuk menjual dan yang satunya melakukan tindakan hukum membeli.⁶⁴

Berdasarkan pada Pasal 1457 KUHPerdota, pengertian jual beli adalah suatu perjanjian yang mengikat antara penjual dan pembeli. Penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang yang disetujui bersama dan pembeli mengikatkan diri juga untuk membayar harga barang yang disetujui bersama.⁶⁵

Sedangkan menurut ahli hukum bernama Hartono Soerjopratiknjo, perjanjian jual beli secara historis dan logika merupakan *species* dan *genus* dari perjanjian tukar menukar dimana salah satu prestasinya terdiri atas sejumlah uang dalam arti alat pembayaran yang sah dan barang atau jasa. Istilah harga didalam KUHPerdota memiliki makna yang netral, tetapi substansinya menurut Pasal 1457 KUHPerdota, harga tidak mungkin berarti lain daripada jumlah alat pembayaran yang sah.⁶⁶

2. Pengaturan Hukum Perjanjian Jual-Beli

Perjanjian jual beli di Indonesia pengaturannya tertuang dalam Buku III KUHPerdota. Secara historis KUHPerdota berasal dari *Code Civil* Perancis dari era Napoleon, Kemudian *Code Civil* tersebut diadopsi oleh Belanda yang saat itu dijajah oleh Perancis sehingga dimuat ke dalam

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ *Ibid*

⁶⁶ *Ibid*

Nederland Burgerlijk Wetboek dengan beberapa perubahan. Di jaman kolonialisme di Hindia Belanda (Indonesia), *Nederland Wetboek* ini diberlakukan juga di Hindia Belanda menjadi *Burgerlijk Wetboek voor* Indonesia, yang sekarang dikenal dengan Kitab Undang – undang Hukum Perdata (KUHPerdata). KUHPerdata ini berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945 masih berlaku hingga saat ini.⁶⁷

Perjanjian jual beli diatur di dalam Buku III KUHPerdata sebagai bagian dari perikatan. Perjanjian jual beli dalam Buku III Bab Kelima Bagian Kesatu mengenai Ketentuan – ketentuan Umum (Pasal 1457 – 1471), Bagian Kedua mengenai Kewajiban – kewajiban Penjual (Pasal 1473 – 1512), Bagian Ketiga mengenai Kewajiban Pembeli (Pasal 1513 – 1518), Bagian Keempat mengenai Hak Membeli Kembali (Pasal 1519 – 1532), dan Bagian Kelima mengenai Ketentuan – ketentuan Khusus Mengenai Jual Beli Piutang dan lain – lain Benda Tidak Berwujud (Pasal 1457 – 1540). Dengan itu, perjanjian jual beli di dalam KUHPerdata diatur pada Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540.⁶⁸

Buku III KUHPerdata tersebut dikategorikan sebagai hukum pelengkap aturan. Menurut para ahli, hukum pelengkap merupakan aturan – aturan yang hanya berlaku sejauh orang yang berkepentingan mengatur secara lain, yang mana hukum pelengkap ini menunjukkan makna mengisi atau melengkapi kekosongan yang dibiarkan oleh yang bersangkutan. Contohnya ketika para pihak di dalam jual beli berwenang menentukan

⁶⁷ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Pustaka pelajar, Yogyakarta, 2016, hlm. 8-9.

⁶⁸ *Ibid*, hlm. 9.

sendiri waktu dan tempat penyerahan barang dan pembayaran, kalau mereka tidak memperjanjikkannya sendiri maka undang – undang menetapkan dimana mereka harus melaksanakan prestasi tersebut. Hukum pelengkap dalam pembuatannya mempertimbangkan dua hal yaitu apa saja kiranya yang diatur oleh pihak sendiri seandainya mereka sendiri membuat aturan tentang hal itu, dan apa yang pada umumnya dalam keadaan tertentu dianggap benar.⁶⁹

C. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen) dalam Pasal 1 angka 1 menyebutkan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Artinya perlindungan konsumen merupakan perangkat hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum bagi para konsumen dari berbagai sengketa ataupun permasalahan karena merasa dirugikan oleh pelaku usaha.⁷⁰

Ahli hukum Piliphus M Hadjon berpendapat bahwa di dalam perlindungan konsumen terdapat 2 (dua) teori perlindungan hukum yaitu

⁶⁹ *Ibid*

⁷⁰

Eli Wurua Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 4.

perlindungan hukum represif dan juga perlindungan hukum preventif. Perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum yang dilakukan dengan cara menerapkan sanksi terhadap pelaku dengan tujuan menegakkan hukum yang sebenarnya yang dilakukan di Pengadilan. Perlindungan hukum preventif yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa.⁷¹

Definisi perlindungan konsumen juga dikemukakan oleh ahli hukum lain seperti Mochtar Kusumaatmadja, berpendapat bahwa perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang berkaitan dengan barang dan jasa dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, hukum konsumen bersekala lebih luas meliputi berbagai aspek hukum yang terdapat kepentingan pihak konsumen di dalamnya. Hukum diartikan sebagai asas dan norma dimana salah satu bagian dari hukum konsumen ini adalah aspek perlindungannya.⁷²

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri karena kesalahan pelaku usaha. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi perlindungan

⁷¹ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat di Indonesia*, dikutip dari Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 6-7.

⁷² Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Ctk. Kedua (edisi revisi), PT Grasindo, Jakarta, 2004, hlm. 12.

terhadap barang dan/atau jasa yang berawal dari mendapatkan barang hingga sampai pada akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.⁷³

Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang memuat berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur serta melindungi kepentingan konsumen agar mereka tidak mengalami kerugian akibat ulah produsen yang tidak bertanggung jawab atas barang dan/atau jasa yang diproduksi. Perlindungan konsumen merupakan masalah yang terkait dengan kepentingan manusia dalam hal jual-beli, sehingga menjadi harapan semua negara terkhusus negara Republik Indonesia untuk dapat mewujudkan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan agar dapat terpenuhi hak-hak konsumen.⁷⁴

2. Hubungan Konsumen dan Pelaku Usaha

Perlindungan konsumen terdapat dua subjek yaitu pelaku usaha dan konsumen. Konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan. Pelaku usaha setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan

⁷³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 7.

⁷⁴ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 5.

hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁷⁵

Perlindungan konsumen dalam sejarahnya mengenal *asas the privacy of contract*. Artinya, pelaku usaha hanya dapat dimintai pertanggung jawaban selama ada hubungan kontraktual antara dirinya dan konsumen, sehingga tidak mengherankan apabila ada pandangan, hukum konsumen berkorelasi erat dengan hukum perikatan, khususnya perikatan Perdata. Perikatan antara konsumen dan pelaku usaha terjadi ketika konsumen sudah sepakat untuk membeli atau menggunakan suatu barang dan/atau jasa dari pelaku usaha. Perikatan yang timbul antara konsumen dan pelaku usaha tersebut mengakibatkan adanya hubungan hukum, yang didalamnya melakati hak dan kewajiban para pihak. Hak dan kewajiban para pihak tersebut dapat dipertahankan di hadapan pengadilan.⁷⁶

Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan yang terus menerus serta berkesinambungan. Hubungan tersebut timbul karena keduanya memang saling menghendaki dan memiliki rasa ketergantungan yang tinggi. Konsumen dan pelaku usaha memiliki hubungan saling ketergantungan, tanpa adanya konsumen, pelaku usaha tidak dapat terjamin kelangsungan usahanya. Sebaliknya, tanpa hasil

⁷⁵ Celina Tri Siwi Kristiayanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 41.

⁷⁶ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Persepektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, *Op. Cit*, hlm. 6.

produksi dari pelaku usaha konsumen tidak dapat memenuhi kebutuhannya.⁷⁷

Akibat dari konsumen yang tidak memahami hak-haknya sebagai konsumen begitu pula dengan pelaku usaha yang melupakan kewajiban dan tanggung jawabnya, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha sering timbul masalah. Permasalahan yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha menempatkan konsumen pada posisi yang lemah. Posisi lemah konsumen didasarkan pada:⁷⁸

- a) Terdapat perubahan besar dalam model pasar, dimana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar untuk melakukan evaluasi yang memadai terhadap barang dan/atau jasa yang diterimanya;
- b) Dalam masyarakat modern, pelaku usaha menawarkan berbagai jenis produk baru hasil kemajuan teknologi dan manajemen. Barang-barang tersebut di produksi secara massal;
- c) Metode periklanan modern (*modern advertising methods*) yang sering melakukan disinformasi seperti kecoh atau tipuan kepada konsumen daripada memberikan informasi secara objektif; dan
- d) Pada dasarnya konsumen berada dalam posisi tawar yang tidak seimbang.

⁷⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E- Commerce Lintas Negara di Indonesia*, FH UII Press, Yogyakarta, 2009, hlm. 27.

⁷⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit*, hal. 43.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan jenis Undang-Undang khusus (*lex specialis*) terhadap peraturan perundang-undangan yang sudah ada sebelumnya. Artinya ketentuan-ketentuan di luar Undang-Undang Perlindungan Konsumen tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan/atau tidak bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.⁷⁹

Perlindungan bagi konsumen merupakan salah satu peraturan yang memiliki banyak manfaat bagi masyarakat konsumen. Peraturan perundang-undangan yang di buat oleh pemerintah ini akan memberikan kepastian hukum melalui adanya perlindungan hukum, maka hak-hak dan kepentingan yang sudah diatur akan terlindungi. Upaya untuk memeberikan perlindungan tersebut juga dilakukan dalam rangka meningkatkan harkat dan martabat konsumen, sehingga pada akhirnya akan dapat mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha.⁸⁰

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Membahas mengenai penegakan hukum perlindungan konsumen, perlu diberlakukan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. Asas-asas hukum merupakan pondasi suatu undang-undang

⁷⁹ Yusuf Shofie, *21 Potensi Pelanggaran dan Cara Menegakkan Hukum Konsumen*, Ctk. Pertama, Pirac, Jakarta, 2003, hlm.27.

⁸⁰ Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen (Aspek Substansi Hukum, Struktur Hukum, dan Kultur Hukum Dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)*, Ombak, Yogyakarta, 2014, hlm. 38.

apabila asas-asas tersebut dikesampingkan maka bangunan undang-undang akan runtuh.⁸¹

Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai asas-asas tersebut, sebagaimana yang termuat dalam dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen berdasarkan: manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta partisipasi hukum. Penjelasan lebih lanjut mengenai asas-asas perlindungan konsumen adalah sebagai berikut.⁸²

a) Asas Manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk tujuan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha.

b) Asas Keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya serta melaksanakan kewajibannya secara adil.

⁸¹ *Ibid.*

⁸² Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

c) Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan kesempatan berimbang antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.

d) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.

e) Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan dengan tujuan, baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin adanya kepastian hukum.

Sebagai asas hukum, dengan sendirinya menempatkan asas ini menjadikan rujukan pertama baik dalam pengaturan perundang-undangan maupun dalam aktivitas yang berhubungan dengan gerakan perlindungan konsumen oleh semua pihak yang berada didalamnya.⁸³

4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak merupakan sesuatu yang yang harus di dapatkan oleh setiap orang hal tersebut telah diatur atau ditentukan oleh undang-undang. Istilah

⁸³Ahmadi Mirun dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, ctk. Ke.8, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm. 27.

perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum, materi yang mendapat perlindungan hukum tidak hanya sekedar fisik melainkan hak-hak yang bersifat abstrak.⁸⁴

Pasal 4 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen juga telah menyebutkan hak-hak konsumen, antara lain:⁸⁵

- 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;
- 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 mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 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;

⁸⁴ Sidharta, *Op. Cit.*, hlm.19

⁸⁵ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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

Konsumen selain harus memperhatikan hak-haknya juga harus memperhatikan kewajiban yang harus dilakukan di dalam segala aktifitasnya dengan pelaku usaha. Kewajiban yang dimiliki oleh konsumen juga harus diperhatikan, karena hal tersebut sangat bermanfaat bagi kepentingan konsumen.⁸⁶

5. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum 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. Menurut penjelasan undang-undang yang termasuk pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.⁸⁷

Secara bahasa, istilah pelaku usaha juga berarti produsen yang berasal dari bahasa Belanda yakni *producent*, dalam Bahasa Inggris, *producer* yang artinya adalah penghasil. Secara yuridis pengertian

⁸⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 21.

⁸⁷ *Ibid*, hlm. 17.

produsen disebut dengan pelaku usaha.⁸⁸ Berdasarkan *Directive* (pedoman bagi negara masyarakat Uni Eropa), pengertian “produsen” meliputi:⁸⁹

- a) Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur. Mereka tidak bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang yang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksi;
- b) Produsen barang mentah atau komponen produksi;
- c) Siapa saja, yang dengan membubuhkan nama, merk, maupun tandatanda lain pada produk menampakkan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.

6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Kajian atas perlindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dari telaah terhadap hak-hak dan kewajiban pelaku usaha. Sama halnya dengan konsumen seorang pelaku usaha juga tentu mempunyai hak yang harus diberikan dan dihormati. Aturan mengenai hak-hak produsen diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, dalam pasal tersebut menyebutkan hak-hak produsen antara lain:⁹⁰

⁸⁸ N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Ctk. Pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 26.

⁸⁹ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Ctk. Pertama, Penerbit Nusamedia, Bandung, 2010, hlm. 38.

⁹⁰ Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- 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 didalam 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.

Melalui hak-hak tersebut diharapkan perlindungan konsumen tidak mengabaikan kepentingan pelaku usaha. Sebagai konsekuensi dari hak konsumen yang telah diuraikan terdahulu maka kepada pelaku usaha dibebankan pula kewajiban-kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:⁹¹

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

⁹¹ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- 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 dasar 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 dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan;
- f) Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan asas yang harus dijalankan dalam hukum perjanjian, ketentuan itikad baik diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara.⁹² Ketentuan tersebut bertujuan agar konsumen tidak mengalami kerugian akibat ulah dari pelaku usaha yang tidak baik dan tidak bertanggung jawab. Hak dan Kewajiban yang diamanatkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen baik kepada konsumen dan pelaku usaha dimaksudkan agar dapat tercipta hubungan yang sehat

⁹² Abdul Halim Barkatullah, *Op. Cit*, hlm. 41.

konsumen dan pelaku usaha, sehingga tidak akan terdapat pihak yang dirugikan.⁹³

Apabila dalam jual-beli terdapat cacat tersembunyi yang tidak diberitahukan kepada pembeli maka penjual wajib menanggung cacat dari barang tersebut. Hal ini berdasar Pasal 1491 yang menyatakan bahwa *“Penanggungan yang menjadi kewajiban si penjual terhadap si pembeli, adalah untuk menjamin dua hal, yaitu pertama penguasaan benda yang dijual secara aman dan tentram, kedua terhadap adanya cacat-cacat barang tersebut yang tersembunyi, atau yang sedemikian rupa hingga menerbitkan alasan untuk pembatalan pembeliannya.”*⁹⁴

7. Larangan bagi Pelaku Usaha

Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen tidak hanya menyebutkan hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan jual-beli. Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen juga menyebutkan secara eksplisit mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Pengaturan mengenai perbuatan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha dalam mengedarkan dan memproduksi barang dan/atau jasa, dimaksudkan agar pelaku usaha tidak melakukan hal-hal yang melanggar hak-hak yang

⁹³ Elia Wuria Dewi, *Op. Cit*, hlm. 59.

⁹⁴ KUHPerdara

semestinya diperoleh konsumen bahkan cenderung merugikan konsumen atas barang dan/jasa yang diproduksi.⁹⁵

Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:⁹⁶

- a) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;

⁹⁵ *Ibid*, hal. 62.

⁹⁶ Ayat (1) Pasal 8 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- g) Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat samping, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/ dibuat;
- j) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Selanjutnya, Pasal 8 ayat (2) Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen juga menegaskan “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud”.⁹⁷

Pelaku usaha di dalam mengedarkan, menawarkan, mengiklankan, dan memperdagangkan barang dan/atau jasa harus dilakukan dengan cara yang baik dan benar sesuai dengan kondisi maupun standar mutu barang sesungguhnya sesuai yang ditawarkan. Pelaku usaha harus bersikap jujur dan terbuka mengenai informasi terkait harga, kondisi, sampai dengan jaminan atau ganti rugi atas produk yang ditawarkan.⁹⁸

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ Elia Wuria Dewi, *Op.Cit.*, hlm 66

8. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pengertian tanggung jawab menurut KBBI ialah suatu keadaan wajib menanggung segala sesuatunya, sehingga bertanggung jawab di dalam kamus ini diartikan keadaan dimana seseorang wajib menanggung, memikul jawab, menanggung segala sesuatunya, dan memberikan jawab serta menanggung akibat.⁹⁹ Prinsip tentang tanggung jawab merupakan hal yang sangat krusial dalam perlindungan konsumen. Kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisa siapa yang bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab yang dapat dibebankan kepada pihak terkait. Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam perlindungan konsumen dapat dibebankan sebagai berikut:¹⁰⁰

a) Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*).

Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang baru dapat dimintai pertanggungjawaban apabila ada unsur kesalahan yang dilakukan. Prinsip ini merupakan prinsip yang sangat umum sebagaimana yang diatur pada Pasal 1365 KUHPerdara yang menyebutkan “Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk

⁹⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia

¹⁰⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, 2008, hlm. 92.

menggantikan kerugian tersebut”. Pasal tersebut mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok yaitu:¹⁰¹

- a. Adanya unsur kesalahan;
- b. Adanya perbuatan;
- c. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian;
- d. Adanya kerugian yang diderita;

Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan ini sering diterapkan dalam prinsip tanggung jawab produk dengan harapan pelaku usaha yang berbuat kesalahan dan menimbulkan kerugian bagi konsumen harus memberikan ganti kerugian kepada konsumen dan besarnya ganti rugi yang harus diberikan besarnya harus senilai atau sebanding dengan kerugian yang di derita oleh konsumen.¹⁰²

b) Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability principle*).

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab, sampai dia dapat membuktikan bahwa dia tidak bersalah. Tampak pembuktian terbalik diterima dalam prinsip ini. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga terdapat sistem pembuktian terbalik ini, sebagaimana ditegaskan

¹⁰¹ *Ibid.*

¹⁰² Elia Wuria Dewi, *Op. Cit.*, hlm. 73.

dalam Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Teori ini dapat diterapkan dalam kasus perlindungan konsumen karena jika menggunakan teori ini maka yang berkewajiban membuktikan kesalahan ada di pihak pelaku usaha yang digugat, dengan harus menghadirkan bukti-bukti yang dirinya tidak bersalah. Konsumen dalam hal ini tidak berarti dapat sekehendak hati mengajukan gugatan, tetapi konsumen juga terbuka untuk digugat balik apabila tidak dapat menunjukkan kesalahan.¹⁰³

c) Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Prinsip ini diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut yaitu merupakan prinsip tanggung jawab yang menempatkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan pertanggung jawaban, melainkan ada pengecualian-pengecualian yang dapat membebaskan pelaku usaha dari tanggung jawabnya, sebagai contoh adalah keadaan Force Majeur.

d) Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*).

Prinsip ini menyatakan bahwa pelaku usaha dapat mencantumkan klausa eksonerasi di dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Pencantuman klausa eksonerasi akan membatasi

¹⁰³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit.*, hlm. 95.

tanggung jawab yang diberikan kepada konsumen. Prinsip ini menjadi disenangi oleh pelaku usaha karena mereka dapat mencantumkan klausul eksonerasi secara sepihak sehingga dapat menetapkan batas pelaku usaha untuk bertanggung jawab.¹⁰⁴ Prinsip ini sangat merugikan konsumen apabila diterapkan secara sepihak. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menghendaki pelaku tidak boleh secara sepihak mencantumkan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi tanggung jawab pelaku usaha. Jika ada pembatasan harus berdasarkan peraturan perundang-undangan yang jelas.¹⁰⁵

Dasar pemikiran yang mendasari adanya pertanggungjawaban menurut hukum Perdata adalah adanya kesalahan dan risiko yang timbul di dalam peristiwa hukum yang terjadi pada pergaulan hidup di masyarakat. Secara teoritis pertanggung jawaban yang terkait dengan hubungan hukum yang timbul antara pihak yang menuntut pertanggung jawaban dengan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab dapat dibedakan menjadi:¹⁰⁶

- a. Pertanggung jawaban atas dasar kesalahan, yakni tanggung jawab yang lahir karena terjadinya wanprestasi, timbulnya perbuatan melawan hukum, tindakan yang kurang hati-hati.
- b. Pertanggung jawaban atas dasar risiko, yaitu tanggung jawab yang harus dipikul sebagai risiko yang harus diambil

¹⁰⁴ Elia Wuria Dewi, *Op. Cit.*, hlm.76.

¹⁰⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit.*, hlm. 98

¹⁰⁶ Elia Wuria Dewi, *Op. Cit.*, hlm.70-71.

oleh seorang pelaku usaha atas kegiatan usaha yang dijalankannya.

D. Tinjauan Umum Mengenai Periklanan

1. Pengertian Iklan

Iklan menurut beberapa ahli yaitu, segala pesan tentang produk yang disampaikan lewat media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Pengertian lain juga mengemukakan bahwa definisi iklan yaitu, suatu proses komunikasi yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu yang persuasif. Pengertian iklan sendiri menurut tata karma dan tata cara periklanan Indonesia ialah segala sesuatu berbentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat suara mendia, dan dibiayai oleh oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditunjukkan kepada sebagian atau seluruh orang.¹⁰⁷

Pada intinya iklan merupakan sarana komunikasi yang digunakan komunikator dalam hal ini perusahaan atau produsen untuk menyampaikan informasi tentang barang dan/atau jasa kepada publik. Iklan juga dibuat dengan tujuan yang sama yaitu untuk memberikan informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti

¹⁰⁷ Rhenald Kasali, Manajemen Periklanan dan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Pustaka Utama Grafika, Jakarta, 1992, hlm.2

apa yang ada pada isi iklan tersebut, dapat berupa aktivitas mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan.¹⁰⁸

Pelaku usaha dalam membuat sebuah iklan haruslah memenuhi syarat-syarat, antara lain:¹⁰⁹

- a) Bahasa yang digunakan menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat;
- b) Kata dan bahasanya tertata dan tidak memiliki arti ganda;
- c) Harus jujur sesuai pada kenyataannya, tidak boleh berbohong;
- d) Iklan harus dibuat dengan memperhatikan tata Bahasa, etika, sopan santun, dan lain-lain.
- e) Tidak boleh merendahkan atau melecehkan produk dari perusahaan lain;

2. Fungsi dan Manfaat Iklan

Iklan yang dibuat oleh pelaku usaha mengandung berbagai fungsi, antara lain:¹¹⁰

a) Fungsi Komunikasi

Sebagai fungsi komunikasi iklan berisikan mengenai berita atau informasi mengenai suatu produk sehingga harus memenuhi persyaratan tertentu dalam penyampaiannya. Penggunaan Bahasa menjadi sangat penting agar sasaran iklan dapat memahami dan mengetahui produk yang diiklankan.

¹⁰⁸ *Ibid.*

¹⁰⁹ *Ibid.*

¹¹⁰ *Ibid.*

b) Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran ialah fungsi untuk memenuhi permintaan para pemakai ataupun pembeli terhadap barang-barang ataupun jasa serta gagasan yang diperlukan. Salah satu tujuan periklanan adalah mendatangkan uang bagi periklanan, juga bagi media masa.

3. Iklan yang Menyesatkan

Iklan merupakan salah satu sarana pemasaran yang sangat banyak dan paling baik untuk dipergunakan oleh pelaku usaha dalam memperkenalkan aneka produk yang dihasilkan kepada konsumen, khususnya di era digital saat ini. Idealnya, informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha bukan hanya menonjolkan kelebihan-kelabihan yang dimiliki oleh suatu produk, tetapi perlu diimbangi dengan informasi yang memuat kekurangan yang dimiliki oleh produk yang bersangkutan. Namun, pada kenyataannya banyak pelaku usaha melalui iklan sering mempromosikan barang dan/atau jasa dengan informasi yang berlebihan, dan informasi disampaikan tidak sesuai dengan kondisi dan keadaan produk aslinya.¹¹¹

Iklan atau promosi yang dilakukan dengan cara memberi informasi maupun berita yang menyesatkan oleh pelaku usaha mengakibatkan timbulnya kerugian bagi konsumen, karena iklan tersebut tidak sesuai

¹¹¹Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 5.

dengan kondisi barang dan/atau jasa sebenarnya. Ada empat jenis perilaku pengiklan sebagai pemberi janji yakni, pengiklan memperhebat kebaikan produk mereka, pengiklan mengurangi keburukan produknya, pengiklan mengungkapkan keburukan produk lain, serta mengurangi kehebatan produk lain dan terkadang pengiklan menggabungkan teknik tersebut sekaligus.¹¹²

Menurut ahli Yusuf Shofie, iklan termasuk salah satu dari 6 (enam) sebab potensial yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, yaitu:

- a) Ketidaktahuan konsumen tentang penggunaan produk.
- b) Sikap konsumtif konsumen;
- c) Tingkat keamanan produk diinformasikan tidak secara proposional;
- d) Produk cacat meski masih dalam garansi atau belum kadaluarsa;
- e) Produk tidak sesuai dengan standar ketentuan/peraturan perundangundangan;
- f) Ketidaksesuaian iklan/informasi produk dengan kenyataan;

Hak atas informasi ini sangat penting karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen merupakan salah satu bentuk cacat produk yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar tentang suatu produk dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh

¹¹² *Ibid.*

gambaran yang benar terhadap suatu produk sehingga konsumen dapat memilih produk dengan benar atau sesuai yang diinginkan serta terhindar dari kerugian.¹¹³

Berkaitan dengan permasalahan mengenai iklan atau promosi memang belum ada aturan yang mengatur secara khusus. Tetapi, terdapat beberapa Pasal dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang, masalah periklanan atau promosi. Pasal yang mengatur mengenai iklan dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen antara lain Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13, Pasal 17, dan Pasal 20.¹¹⁴

Memperhatikan Pasal 9 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada intinya merupakan bentuk larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha, yang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa, secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi standar mutu tertentu; memiliki potongan harga; dalam keadaan baik atau baru; telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor; tidak mengandung cacat tersembunyi atau seolah-olah dari daerah tertentu. Demikian pula “perilaku” menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang dan/atau jasa menggunakan kata-kata yang berlebihan dan menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum

¹¹³ *Ibid.*

¹¹⁴ *Ibid.*

pasti. Bahwa pelanggaran atau larangan tersebut membawa perbuatan itu dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum.¹¹⁵

Secara tegas Bab IV Undang-Undang tentang perlindungan konsumen, melarang pelaku usaha untuk memasarkan produknya jika tidak sesuai janji yang dicantumkan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi, termasuk dalam pernyataan halal.¹¹⁶

Peraturan lain mengenai kewajiban pelaku usaha dalam perdagangan online juga diatur hanya dalam pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan 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.

Sejauh ini pengaturan teknis mengenai etika periklanan baru diatur sebatas etika yang dibuat oleh Dewan Periklanan Indonesia yaitu dengan ETIKA PARIWARA INDONESIA (Tata karma dan tata cara periklanan Indonesia) yang di dalamnya mengatur berbagai tata cara dan etika periklanan suatu produk.¹¹⁷

¹¹⁵ Elia Wuria Dewi, *Op. Cit*, hlm. 81.

¹¹⁶ N.H.T. Siahaan, *Op. Cit*, hlm. 125.

¹¹⁷ Etika Pariwara Indonesia oleh Dewan Periklanan Indonesia

BAB III

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP
BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA
JUAL-BELI ONLINE PADA SITUS JUAL-BELI LAZADA**

**A. TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG
TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN KETIKA DITERIMA OLEH
KONSUMEN.**

Para pihak pada penelitian yang diambil dari laporan konsumen yang masuk di BPSK DIY ini adalah pembeli sebagai konsumen, yaitu konsumen I yang membeli barang berupa sejumlah pakaian dan Konsumen II yang membeli barang berupa ponsel. Serta pelaku usaha, yang selanjutnya pelaku usaha pada penelitian ini terbagi menjadi dua macam. Yaitu pelaku usaha selaku pihak pedagang/penjual di situs jual-beli online Lazada dan pelaku usaha pihak Lazada selaku penyelenggara perdagangan elektronik. Berdasarkan dari penjelasan pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain yang menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹¹⁸

Berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dinyatakan bahwa transaksi elektronik yaitu perbuatan

¹¹⁸ Undang-Undang Perlindungan Konsumen

hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Maka, dengan begitu transaksi jual-beli secara online merupakan salah satu bentuk dari definisi diatas ketentuan di atas. Pada transaksi jual- beli online, sama halnya dengan transaksi jual-beli biasa yang dilakukan di dunia nyata. Kududukan para pihaknya hampir sama, yang membedakan hanya para pihak tidak bertemu secara langsung atau tatap muka. Yang sedikit membedakan dalam transaksi jual-beli online, adalah adanya provider situs-jual beli yang bertindak sebagai penyelenggara transaksi perdagangan elektronik.

Seorang pembeli sebagai konsumen memiliki kewajiban untuk membayar harga barang yang telah dibelinya dari penjual sesuai jenis barang dan harga yang telah disepakati antara penjual dengan pembeli tersebut. Selain itu, pembeli juga wajib mengisi data identitas diri yang sebenarnya ketika pembuatan akun di situs jual-beli. Di sisi lain, pembeli/konsumen berhak mendapatkan informasi secara lengkap atas barang yang akan dibelinya dari seorang penjual, sehingga pembeli tidak dirugikan atas produk yang telah dibelinya itu.

Hubungan hukum antara pihak pembeli sebagai konsumen dengan pihak pedagang sebagai pelaku usaha adalah hubungan perjanjian jual-beli yang didasarkan pada Pasal Pasal 1320 KUHPerdara yaitu perjanjian dikatakan sah apabila telah memenuhi 4 hal yaitu adanya kata sepakat, para pihak cakap hukum, adanya objek yang diperjanjikan, dan memuat kausa yang halal.

Perjanjian jual-beli antara kedua belah pihak otomatis telah terjadi transaksi jual-beli meskipun barang belum diterima konsumen. Sesuai pada Pasal 1458 KUHPerdara “*Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.*” Dengan begitu pihak penjual harus memenuhi prestasinya sesuai yang diperjanjikan.

Berdasarkan analisa penulis dari, hal ini telah dipenuhi oleh para pihak dengan ditandai pihak konsumen telah melakukan komunikasi dengan pihak penjual untuk menentukan dan memesan barang yang akan dibeli, dan pembeli setuju ditandai dengan cara menekan tombol keranjang dan beli serta sudah membayar, serta penjual juga sudah menyetujui akan barang yang dimaksud. Dengan objeknya yaitu pembelian ponsel dan kain baju yang mana objek perjanjian tersebut tidak dilarang undang-undang.

Hubungan hukum antara konsumen dan Lazada sebagai situs jual beli yang menyelenggarakan perdagangan elektronik adalah juga berdasar pada hubungan kontraktual. Perjanjian tersebut berbentuk kontrak elektronik, dimana perjanjian tersebut berisi bahwa konsumen wajib tunduk pada *term of use* Lazada dengan ditandai dan disetujui pada saat pembuatan akun disertai dengan menekan tanda persetujuan syarat dan ketentuan dari Lazada, hal yang sama juga dilakukan oleh penjual yang mendaftarkan diri sebagai pedagang di situs jual-beli Lazada untuk tunduk pada syarat dan ketentuan.

Iklan merupakan salah satu bagian dari promosi barang dan/atau jasa yang diperjual-belikan oleh pelaku usaha. Iklan merupakan wujud presentasi dan pencitraan sebuah produk secara langsung kepada konsumen. Iklan dapat berupa gambar visual, suara, deskripsi kata dan bentuk lain yang disampaikan secara langsung melalui media massa yaitu media cetak, media elektronik, media online dan ruang publik. Iklan menurut beberapa ahli yaitu, segala pesan tentang produk yang disampaikan lewat media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.¹¹⁹ Pengertian iklan sendiri menurut tata karma dan tata cara periklanan Indonesia ialah segala sesuatu berbentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat suara mendia, dan dibiayai oleh oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditunjukkan kepada sebagian atau seluruh orang.¹²⁰ Iklan atau promosi yang dilakukan dengan cara memberi informasi maupun berita yang menyesatkan oleh pelaku usaha mengakibatkan timbulnya kerugian bagi konsumen, karena iklan tersebut tidak sesuai dengan kondisi barang dan/atau jasa sebenarnya.¹²¹

Pihak situs jual-beli dalam hal ini Lazada sebagai *provider* penyelenggara perdagangan elektronik berperan sebagai penghubung antara konsumen dan penjual. Dimana kedudukan Lazada juga sebagai pelaku usaha memiliki kewajiban yang sama dengan penjual di situs jual-belinya untuk melindungi dan memenuhi hak konsumen serta mengawasi perilaku penjual.

¹¹⁹ Halim B, Abdul, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media, hlm.50.

¹²⁰ Rhenald Kasali, *Op. Cit*, hlm.2

¹²¹ Dedi Harianto, *Loc.cit*.

Berdasarkan pada penelitian pada kasus pertama dan kedua, penjual memiliki pola yang sama dalam menawarkan barang dagangannya. yaitu pada konsumen I penjual yaitu seorang konsumen ingin membeli pakaian di salah satu *merchant* penjual di situs tersebut, ketika sedang mencari barang yang sesuai kriteria yang diinginkan, konsumen menemukan salah satu iklan berupa gambar model dengan pakaiannya yang menarik sesuai yang diinginkan karena spesifikasi produk tersebut tertera pada deskripsi dan gambar iklan. Setelah konsumen membeli dan menunggu barang, barang yang diterima ternyata bahannya dan model bentuknya tidak sesuai dengan deskripsi produk yang ditawarkan.

Kasus kedua yaitu pembelian ponsel yang dibeli di salah satu penjual di Lazada. Awal mula pembeli melihat iklan ponsel tersebut di Instagram dengan gambar dan deskripsi produk, selanjutnya pembeli diarahkan ke *website* untuk pembelian barang tersebut. Pada iklan dan deskripsi tertulis ponsel tersebut dalam keadaan keadaaan baru dengan keterangan aksesoris lengkap dan harga yang lebih murah dari pasaran karena sedang dalam *flash sale*. Hal tersebut juga telah dikonfirmasi oleh pembeli dengan menanyakan secara langsung via *chat* di website. Pada saat ponsel tersebut sampai di tangan pembeli, pembeli memeriksa ponsel tersebut dan mendapati bahwa kotak ponsel tersebut bukan kotak ponsel asli, hanya kotak putih polos dan segel kardus terbuka serta ponsel tidak tersegel sebagaimana ponsel baru dan hanya dilengkapi aksesoris tidak original dari merk lain. Pembeli menghubungi penjual untuk komplain dan meminta transparansi, tetapi

penjual mengatakan bahwa barang tersebut sudah sesuai dengan deskripsi dan iklan bahwa barang tersebut asli “*like new*” yang berarti ponsel tersebut asli ponsel seperti baru dengan rekondisi barang bekas. Yang pada akhirnya penjual mengelabui konsumen dan barang tersebut berbeda wujudnya dengan yang di iklankan.

Berdasarkan peraturan periklanan pada Ayat 1 Pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi iklan yang:¹²²

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tariff jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/ atau jasa;
- d. Tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
- e. Mengeksploitasi kejadian dan/ atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. Melanggar etika dan/ atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Peraturan lainnya mengenai kewajiban pelaku usaha dalam perdagangan online juga diatur pada Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11

¹²² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan 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.

Pengaturan lain mengenai pengaturan teknis pelaku usaha dalam beriklan untuk menawarkan produknya terhadap etika periklanan baru diatur sebatas etika yang dibuat oleh Dewan Periklanan Indonesia yaitu dengan ETIKA PARIWARA INDONESIA (Tata karma dan tata cara periklanan Indonesia) yang di dalamnya mengatur berbagai tata cara dan etika periklanan suatu produk. Beberapa etika yang diatur untuk para pelaku usaha khususnya penjual dalam beriklan adalah:¹²³

- a. Bab II A Ayat 1 yang berbunyi : "Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku".
- b. Bab II B No. 1 Ayat a yang berbunyi: "Iklan tidak boleh menyesatkan, antara lain dengan memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui dan memberikan janji yang berlebihan".
- c. Bab II B No. 1 Ayat a yang berbunyi: "Iklan tidak boleh menyesatkan, antara lain dengan memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui dan memberikan janji yang berlebihan".

Menurut Pasal 1365 KUHPPerdata menyebutkan "*Tiap perbuatan melawan hukum, yang membawa kerugian bagi orang lain, mewajibkan*

¹²³ Etika Pariwara Indonesia oleh Dewan Periklanan Indonesia

orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.” Artinya seseorang yang melakukan perbuatan melawan hukum dan menimbulkan kerugian bagi orang lain, maka berkewajiban membayar ganti atas perbuatan yang dilakukannya tersebut.¹²⁴

Salah satu teori pertanggungjawaban yang dapat diterapkan bagi pelaku usaha tersebut yaitu tanggung jawab berdasarkan kesalahan. Prinsip ini di terapkan dalam prinsip tanggung jawab produk dengan harapan pelaku usaha yang berbuat kesalahan dan menimbulkan kerugian bagi konsumen harus memberikan ganti kerugian kepada konsumen dan besarnya ganti rugi yang harus diberikan besarnya harus senilai atau sebanding dengan kerugian yang di derita oleh konsumen.

Tanggung jawab ini mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok yaitu:

- a. Adanya perbuatan;
- b. Adanya kesalahan;
- c. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian;
- d. Adanya kerugian yang diderita;

Berbeda dengan tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perikatan yang lahir dari perjanjian (karena terjadinya wanprestasi), tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perbuatan melanggar hukum tidak perlu didahului dengan perjanjian antara produsen dan konsumen, sehingga tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan oleh setiap pihak yang dirugikan, walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian antara produsen dengan

¹²⁴<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt5142a15699512/perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-hukum-pidana>.

konsumen. Untuk dapat menuntut ganti kerugian, maka kerugian tersebut harus merupakan akibat dari perbuatan melanggar hukum.¹²⁵

Berdasarkan analisa penulis pelaku usaha dalam hal ini adalah penjual, telah berbuat dengan menawarkan produknya dan menjualnya kepada pembeli sebagai konsumen. Penjual sengaja tidak jujur kepada konsumen akan kondisi produknya yang dikirim kepada konsumen yang menyebabkan konsumen merasa tertipu dan rugi karena membeli barang yang tidak sesuai dengan iklan. Adanya iklan menyesatkan dan mengelabui yang dilarang dalam Undang-Undang tersebut telah menimbulkan kerugian materiil bagi konsumen berupa uang dan barang, yang telah digunakan untuk membeli barang menunjukkan adanya kesalahan pada pelaku usaha saat mengiklankan produknya. Karena penjual melawan hukum dalam ketentuan tata-cara larangan beriklan. Maka berdasarkan prinsip pertanggung jawaban produk atas kesalahan dalam perlindungan konsumen, penjual wajib untuk bertanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan yang mengakibatkan kerugian bagi pihak konsumen yang membeli barang tersebut barang tersebut, tanpa harus ada perjanjian kontraktual tertulis terlebih dahulu antara konsumen dan penjual.

Lazada sebagai pelaku usaha yang menyelenggarakan jual-beli online memiliki *term of use* atau ketentuan pengguna yang di dalamnya memuat

¹²⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Op.Cit., hlm. 129.

peraturan bagi penjual yang harus disetujui dan dipatuhi ketika mendaftarkan diri di Lazada. Pada syarat & ketentuan bagian klausula Penjualan Ayat (1) Pasal 2 menyebutkan bahwa *“Deskripsi Produk: Penjual harus memberikan deskripsi, harga, gambar, dan/atau informasi lainnya yang jelas dan benar mengenai setiap Produk yang ditawarkan untuk dijual kepada Pelanggan melalui Platform...”* dilanjutkan pada klausula Pasal 7 menyebutkan bahwa *“Garansi Produk: garansi sehubungan dengan Produk ("Produk Garansi") yang dijual dengan Kontrak Pelanggan harus seperti yang dinyatakan oleh Penjual melalui Platform, dalam "Spesifikasi" pada "Tipe Garansi" dan "Masa Garansi" atas Produk yang bersangkutan, dimana terdapat syarat dan ketentuan di dalamnya. Garansi dan persyaratannya, perbaikan dalam garansi atau persyaratannya, atau ketentuan lain yang tercantum dalam Garansi Produk, adalah berlaku kecuali secara tegas dilarang oleh hukum yang berlaku.”*

Menurut ayat (1) Pasal 1338 KUHPerdara menyatakan bahwa *“Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.....”*¹²⁶ Ayat ini mengandung asas *pacta sun servanda*, yang bermakna bahwa para pihak yang melakukan perjanjian harus mematuhi perjanjian yang mereka buat. Apabila ada salah satu pihak mengingkari atau tidak menjalankan perjanjian yang telah disepakati bersama, maka pihak lainnya bisa mengajukan permohonan

¹²⁶ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

kepada pengadilan untuk memaksa pihak yang melanggar perjanjian itu tetap menjalankan perjanjian yang telah disepakatinya.

Berdasarkan analisa penulis, hal tersebut pada kasus I dan II penjual telah melanggar perjanjian yang dibuat di syarat & ketentuan Lazada karena tidak memberi deskripsi gambar dan informasi yang benar dan jujur, selain itu penjual juga tidak merespon dan menerima permintaan konsumen untuk pengembalian dan penggantian barang dengan cara berdalih dan melemparkan tanggung jawab pada hanya pada Lazada. Sehingga menyebabkan konsumen rugi karena barang yang tidak sesuai iklan.

Penjual selain melanggar klausula pada perjanjian yang tercantum pada syarat & ketentuan Lazada, berdasarkan penelitian penulis pelaku usaha dalam hal ini pihak penjual dan pihak Lazada juga turut melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Diantaranya adalah pasal 2, pasal 4, pasal 7, ayat (1) pasal 17 Undang-Undang perlindungan Konsumen.

Asas-asas perlindungan konsumen, sebagaimana tercantum di dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, antara lain adalah:¹²⁷

- j. Asas Manfaat;
- k. Asas Keadilan;
- l. Asas Keseimbangan;
- m. Asas Keamanan dan keselamatan konsumen;

¹²⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan ke III, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 25.

n. Asas kepastian hukum.

Pemenuhan hak-hak konsumen telah dijamin dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:¹²⁸

- j. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- k. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- l. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan barang dan/atau jasa;
- m. Hak untuk didengar pendapatnya dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- n. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- o. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- p. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- q. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

¹²⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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

Berdasarkan penelitian penulis ditemukan fakta pada kasus pertama bahwa penjual tidak merespon dengan baik komplain dari pembeli yang mendapati barangnya berbeda dengan iklan yang ada dan menolak tanggung jawab mengganti rugi atas kesalahan tersebut serta tidak memberi jaminan garansi. Pada kasus kedua penjual sengaja mengelabui konsumen dengan iklan yang menjanjikan dalam keterangan harga dan barang serta menipu konsumen dengan meminta kode *OTP* untuk membatalkan pesanan. Yang pada akhirnya saat barang diterima konsumen barang yang dimaksud tidak ada. Selain itu Lazada selaku pelaku usaha penyelenggara jual-beli *online* juga turut tidak bertanggung jawab dikarenakan lalai dan mengabaikan keluhan konsumen yang sudah mengajukan komplain dengan menghubungi pihak lazada.

Dari uraian unsur-unsur di atas pihak penjual dan Lazada sebagai penyelenggara jual-beli *online* terbukti tidak memenuhi dan mengabaikan seluruh hak-hak konsumen yang tercantum pada pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Pelaku usaha dalam hal ini pihak penjual dan pihak Lazada melanggar dan tidak memenuhi kewajiban pelaku usaha sesuai yang tercantum pada pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ialah:¹²⁹

¹²⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- h. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- i. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- j. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- k. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- l. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- m. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- n. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan uraian pasal 7 diatas, pihak penjual dan Lazada selaku pelaku usaha telah melanggar kewajiban pelaku usaha, khususnya pada huruf b, c, f, dan g. Dikarenakan pihak penjual dan Lazada tidak memberi kompensasi dan ganti rugi serta mengabaikan komplain konsumen.

B. BAGAIMANA PENYELESAIAN SENGKETA HUKUM ANTARA KONSUMEN DAN LAZADA SELAKU PENYELENGGARA SITUS JUAL-BELI ONLINE TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI IKLAN.

Berdasarkan dari penjelasan pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain yang menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹³⁰ Artinya pelaku usaha tidak hanya penjual saja tetapi juga penyelenggara situs jual-beli *online*, dalam hal ini adalah Lazada

Hubungan hukum antara pembeli dan pihak Lazada adalah hubungan kontraktual antara konsumen dan penyelenggara situs jual-beli. Sama dengan hubungan antara konsumen dan penjual, yaitu sebagai pengguna. Yang diantara konsumen dan pihak Lazada terikat sebuah hak dan kewajiban sesuai yang tercantum pada syarat dan ketentuan situs Lazada pada saat pembuatan akun konsumen di situs Lazada.

Kewajiban Lazada sebagai pelaku usaha yang menyelenggarakan perdagangan elektronik untuk menanggung kerugian materiil pihak konsumen atas produk yang diterima tidak sesuai dengan iklan dari penjual pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen tercantum pada pasal 7 huruf d yaitu:¹³¹

¹³⁰ Undang-Undang Perlindungan Konsumen

¹³¹ Undang-Undang Perlindungan Konsumen

“Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;”

Pada syarat dan ketentuan yang tercantum di Lazada sendiri, Konsumen dapat mengajukan pengembalian dana ataupun produk apabila telah menempuh cara sesuai ketentuan kebijakan pengembalian dana ataupun barang sesuai yang tercantum pada klausula BAB pengembalian dana pasal 8 ayat 7 yaitu:¹³²

1. *Semua pengembalian harus dilakukan sesuai dengan petunjuk yang ditetapkan dalam Kebijakan Pengembalian di <https://www.lazada.co.id/helpcenter/apa-itu-kebijakan-pengembalian-barang-lazada.html>. Penjual tidak berkewajiban untuk menyetujui pengembalian kecuali semua instruksi tersebut diikuti. Jika Penjual setuju untuk pengembalian, Penjual akan memberikan penggantian produk ke alamat Anda.*

2. *Pengembalian yang diijinkan: dalam jangka waktu 14 hari terhitung sejak tanggal pengiriman produk, Anda dapat mengembalikan Produk jika:*

menerima produk yang secara fundamental berbeda dari Produk ditetapkan dalam Kontrak Pelanggan; atau menerima Produk yang rusak atau salah. Jika Pelanggan menerima produk palsu maka kewajiban

¹³² <https://www.lazada.co.id/terms-of-use/>

Lazada hanya terbatas pada pengembalian dana, Lazada tidak wajib mencari produk pengganti untuk Pelanggan.

Lazada sebagai pelaku usaha penyelenggara perdagangan dalam hal ini sebagai perantara antara pembeli dan penjual telah memberikan pilihan penyelesaian sengketa antara konsumen dan penjual apabila terdapat ketidaksesuaian barang ketika dipesan dan saat penerimaan barang. Fasilitas penyelesaian dari Lazada tersebut ditempuh apabila permintaan pengembalian dana atau barang tidak ditanggapi dan/atau ditolak oleh penjual. Maka sesuai syarat dan ketentuan Lazada, konsumen diberikan hak untuk mengajukan permintaan kepada pihak Lazada. Konsumen diberikan pilihan untuk menyelesaikan sengketa dengan cara pengembalian dana atau barang, dengan syarat konsumen sebelumnya telah menempuh tata cara *kebijakan pengembalian* sesuai petunjuk yang ditetapkan.

Berdasarkan kasus yang diteliti penulis konsumen I dan Konsumen II satu hari setelah penerimaan barang, konsumen telah mengajukan permintaan pengembalian barang kepada penjual secara pesan elektronik melalui *website* Lazada.com akan tetapi permintaan konsumen I tersebut ditolak dan Konsumen II tidak ditanggapi. Berdasarkan kebijakan Lazada, Konsumen dapat mengajukan laporan permasalahan kepada Lazada pada halaman *Rincian Pengembalian* di akun Lazada setiap konsumen maksimal sampai 7 hari. Beberapa hari setelah konsumen mendapatkan penolakan tersebut, Konsumen I

dan II telah mengajukan laporan permasalahan kepada pihak Lazada melalui *website* dengan cara masuk ke akun Lazada milik pembeli lalu menuju menu pengembalian, lalu pembeli menekan status permintaan ditolak dari penjual dan menuliskan alasan permasalahan, selanjutnya pihak Lazada akan melakukan tanggapan evaluasi selama 3 hari. Setelah Konsumen mengirimkan laporan permasalahan tersebut, Lazada membalas permintaan pengembalian dana dengan status ditolak. Alasan Lazada menolak Konsumen I adalah bahwa Lazada menerima permintaan konsumen I tersebut sudah lewat dari 14 hari, sedangkan konsumen sudah mengirim sebelum 14 hari. Konsumen II ditolak oleh Lazada dengan alasan Konsumen membatalkan pengiriman, sedangkan konsumen membatalkan karena dikelabui oleh penjual untuk mengirim kode OTP, dan konsumen sebelumnya sudah mengirim laporan penjual kepada Lazada.

Das Sollen pada kasus ini adalah, pihak Lazada Sebagai pelaku usaha yang menyelenggarakan jual-beli *online* seharusnya turut bertanggung jawab memenuhi hak konsumen yang dilanggar oleh penjual sesuai Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Das Sein pada kasus ini adalah pihak konsumen tidak menemukan penyelesaian ganti rugi dari pihak Lazada yang diakibatkan sengketa antara konsumen dan penjual karena iklan menyesatkan.

Dalam teori hukum perdata pada dasarnya perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi orang lain karena kesalahannya disebut sebagai perbuatan

melawan hukum yang menimbulkan pertanggung jawaban perdata.¹³³ Akan tetapi pertanggung jawaban perdata tidak selalu karena kesalahan diri sendiri saja, tetapi juga dapat dibebankan kepada seseorang atas kesalahan yang dilakukan oleh orang lain. Ketentuan ini diatur pada Pasal 1367 KUHPerdara yang menyatakan bahwa:

“Seorang tidak saja bertanggung jawab untuk perbuatan yang dilakukan oleh perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan oleh perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya...”

Ketentuan ini dikenal dengan istilah “Tanggung gugat” atau “Pertanggung Jawaban”. Tanggung gugat dibedakan menjadi tanggung gugat karena perbuatan orang lain dan tanggung gugat karena barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.¹³⁴

Berdasarkan analisa penulis, Lazada sebagai pelaku usaha yang menyelenggarakan jual-beli online turut bertanggung jawab atas perbuatan para penjual. Para penjual menjadi tanggungan Lazada karena terdaftar sebagai penjual di situs Lazada yang telah melalui proses verifikasi pendaftaran. Dan Lazada pada syarat dan ketentuan yang dibuatnya di klausula BAB pembelian pasal 8 telah menyatakan bahwa akan memenuhi hak konsumen dengan menanggung kerugian yang diderita konsumen sebagai akibat perbuatan penjual. Maka, dengan begitu Lazada turut serta memiliki kewajiban “Pertanggung Jawaban” atas perbuatan para penjual di situsnya.

¹³³ Abdul kadir Muhammad, *Hukum perjanjian*, Alumni, Bandung, 1980, hlm. 197.

¹³⁴ M. A. Moegni Djodirdjo, *Perbuatan Melawan Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1979, hlm. 114.

Secara teoritis kemampuan bertanggung jawab dapat ditafsirkan sebagai kondisi batin yang normal atau sehat dan mempunya akal seseorang dalam membeda-bedakan hal-hal yang baik dan yang buruk.¹³⁵ Terdapat 2 faktor untuk menentukan kemampuan bertanggung jawab, yaitu faktor akal dan faktor kehendak. Akal, yaitu dapat membedakan antara perbuatan yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan. Sedangkan kehendak, yaitu dapat menyesuaikan tingkah lakunya dengan keinsyafan atas sesuatu yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan.¹³⁶

Hukum perdata didalamnya terdapat istilah tanggung gugat, tanggung gugat sendiri tidak jauh berbeda dengan tanggung jawab. Tanggung gugat sendiri mempunyai makna yaitu bertanggung jawab atas akibat yang timbul. Dalam Pasal 19 UUPK, tanggung jawab pelaku usaha ialah memberikan ganti rugi kepada konsumen sebagai akibat kerusakan, pencemaran, dan/atau mengonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha yang bersangkutan. Ganti rugi tersebut tidak selalu berupa pembayaran sejumlah uang, tetapi dapat pula berupa penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau berupa perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹³⁷ Pada Pasal 4 huruf h UUPK menjelaskan tentang hak konsumen yang berupa mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau

¹³⁵ M.Abdul Kholiq, Buku Pedoman Kuliah Hukum Pidana, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta,2002, hlm. 129.

¹³⁶ *Ibid.*

¹³⁷ *Ibid.*

penggantian jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan atau tidak sebagaimana mestinya.

Terdapat asas hukum yang umum berlaku dalam hukum perdata yaitu ganti rugi hanya mungkin diwajibkan kepada pelaku usaha untuk memberikannya kepada pihak yang dirugikan apabila telah terpenuhi hal-hal sebagai berikut: ¹³⁸

1. Telah terjadi kerugian bagi konsumen,
2. Kerugian tersebut sudah timbul sebagai akibat dari perbuatan pelaku usaha,
3. Tuntutan ganti rugi telah diajukan oleh pihak yang dirugikan.

Berdasarkan analisa dari kasus yang ditulis sebelumnya, pihak konsumen I dan II telah mengalami kerugian materiil berupa uang dan barang yang timbul dari perbuatan penjual yang menjual dengan iklan yang menyesatkan, serta pihak konsumen telah mengajukan tuntutan ganti rugi kepada penjual maupun kepada pihak Lazada sebagai pelaku usaha yang menyelenggarakan jual-beli *online*.

Beberapa alternatif menyelesaikan sengketa konsumen dengan pelaku usaha. Konsumen dapat mengajukan penyelesaian sengketa melalui *Alternative Dispute Resolution* (ADR) atau penyelesaian sengketa diluar pengadilan

¹³⁸ *Ibid.*

terdapat 3 bentuk penyelesaian sengketa yaitu konsiliasi, arbitrase dan mediasi.¹³⁹

Berdasarkan Pasal 45 ayat (2) UUPK, penyelesaian sengketa konsumen dapat diselesaikan melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan para pihak yang sedang bersengketa. Berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (2) UUPK tersebut, terdapat 2 bentuk penyelesaian sengketa konsumen yaitu melalui pengadilan ataupun diluar pengadilan. Apabila dipilih penyelesaian sengketa melalui pengadilan, penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu kepada ketentuan peradilan umum yang berlaku di Indonesia. Penjelasan dari ketentuan Pasal 45 ayat (1) UUPK tersebut, berdasarkan pendapat ahli yaitu AZ Nasution, ia membagi penyelesaian sengketa konsumen melalui dua cara, yaitu secara damai atau melalui instansi berwenang.¹⁴⁰

Salah satu instansi berwenang diluar peradilan umum yang dapat ditempuh oleh konsumen untuk menyelesaikan sengketa adalah BPSK. Dalam Pasal 47 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tujuan dari BPSK ialah menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, untuk mencari penyelesaian diantara mereka mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi. Penyelesaian sengketa di BPSK ini dilaksanakan diluar jalur pengadilan, yang diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besar ganti rugi dan tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita konsumen. Penyelesaian sengketa di BPSK dapat

¹³⁹ 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

¹⁴⁰ *Ibid.*

dilakukan dengan 3 pilihan cara, diantaranya ialah konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Ketiga cara tersebut dipilih berdasarkan kesepakatan para pihak atau dapat pula penggugat yang memilih salah satu cara penyelesaian tersebut. Wilayah hukum untuk mengajukan tuntutan sengketa konsumen di BPSK didasarkan pada tempat tinggal domisili konsumen.¹⁴¹

Menurut Pasal 46 ayat (1) UUPK, gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:¹⁴²

- a. Seorang konsumen yang dirugikan;
- b. Kelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
- d. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Apabila konsumen mereka dirugikan atas kerusakan, pencemaran ataupun kerugian yang terjadi akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha, maka berdasarkan ketentuan Pasal 19 UUPK, konsumen dapat menuntut ganti rugi. Atas tuntutan

¹⁴¹ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan BPSK*, UB Press, Malang, hlm.134.

¹⁴² Undang-Undang Perlindungan konsumen.

ganti rugi yang dilakukan oleh konsumen, pelaku usaha dapat memenuhinya dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi. Sebaliknya apabila pelaku usaha menolak atau tidak memberikan tanggapan atau tidak membayar ganti rugi seperti yang dituntut oleh konsumen, maka konsumen dapat mengajukan penyelesaian sengketanya terhadap pelaku usaha melalui BPSK dengan nilai kerugian tidak lebih dari 200 juta rupiah.¹⁴³

Berdasarkan analisa penulis dari kasus yang ada, konsumen I dan konsumen II telah memenuhi syarat untuk mengajukan hak menuntut ganti kerugian kepada pihak Lazada selaku pelaku usaha penyelenggara jual-beli online. Hal ini didasarkan pada:

- a. Konsumen I dan Konsumen II adalah konsumen yang telah dirugikan akibat perbuatan penjual terdaftar di Lazada,
- b. Lazada telah melanggar pemenuhan hak konsumen sebagaimana tertulis di *term of use* milik Lazada,
- c. Para konsumen tersebut kesemuanya sudah menempuh proses penyelesaian secara langsung kepada Lazada, yang pada akhirnya penuntutan ganti rugi tersebut ditolak dan tidak ditanggapi,
- d. Nilai kerugian materiil yang diderita konsumen tidak lebih dari 200 juta rupiah.

¹⁴³ Kurniawan, *Op. Cit*, hlm. 138.

Bentuk kerugian yang diderita orang dapat digolongkan menjadi 2 bentuk, yaitu bentuk kerugian yang menimpa diri dan bentuk kerugian yang menimpa harta benda seseorang. Sedangkan kerugian harta benda sendiri dapat berupa kerugian nyata yang dialami serta kehilangan keuntungan yang diharapkan. Walaupun kerugian dapat berupa kerugian atas diri fisik seseorang atau kerugian yang menimpa harta benda, namun jika dikaitkan dengan ganti kerugian, maka keduanya dapat dinilai dengan uang (harta kekayaan). Demikian pula karena kerugian harta benda dapat pula berupa kehilangan keuntungan yang diharapkan.¹⁴⁴

Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan usaha perdagangan elektronik ketika konsumen menggugat pelaku usaha, pelaku usaha haruslah siap untuk membuktikan kebenaran produknya serta memberikan pertanggung jawaban jika terjadi kerugian yang dialami konsumen akibat barang atau jasa yang ditawarkan. Beberapa bentuk tanggung jawab yang harus diberikan oleh pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 7 huruf f adalah dengan memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Selanjutnya pada Pasal 7, Pasal 19 UUPK juga mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha lebih jelas, yaitu pelaku usaha harus bertanggung jawab dalam memberikan ganti rugi terhadap kerusakan, pencemaran, serta kerugian akibat dari mengkonsumsi barang atau jasa yang diperdagangkannya. Ganti rugi tersebut dapat berupa

¹⁴⁴ Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Op. Cit.*, hlm. 133.

pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan atau pemberian santunan kepada konsumen yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut jika terbukti adanya unsur kesalahan.¹⁴⁵

Berdasarkan analisa penulis atas kasus yang terjadi, Konsumen I dan Konsumen II dapat mengajukan tuntutan ganti kerugian kepada pihak Lazada sebagai tanggung gugat atas perbuatan para penjual terdaftar di Lazada yang tidak memenuhi kewajibannya sesuai perjanjian dan *term of use* Lazada disebabkan iklan menyesatkan. Para konsumen telah rugi secara harta benda karena kehilangan keuntungan yang diharapkan. Tuntutan ganti kerugian tersebut dapat berupa uang, barang, atau jasa yang setara nilainya. Para konsumen tersebut dapat memilih cara penyelesaian sengketa yang lebih cepat diluar peradilan umum, yaitu melalui BPSK. Wilayah hukum penuntutan di BPSK diajukan oleh konsumen berdasar tempat tinggal domisili konsumen, dalam kasus yang diteliti penulis, konsumen dalam kasus ini berdomisili di wilayah hukum provinsi DIY. Maka, tuntutan sengketa konsumen pada kasus ini diajukan di BPSK Kota Yogyakarta.

¹⁴⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pelaku usaha dalam hal ini penjual dan Lazada telah melakukan perbuatan melawan hukum dalam praktik jual-beli *online*. Para penjual berbuat kesalahan dengan melanggar tata cara beriklan sesuai peraturan perundang-undangan yang mengakibatkan kerugian materiil bagi konsumen. Lazada sebagai penanggung jawab penyelenggara situs jual-beli *online* juga telah melanggar hak konsumen sesuai undang-undang karena mengabaikan tuntutan ganti rugi konsumen.
2. Pelaku usaha yang menyelenggarakan jual-beli *online* memiliki tanggungan jawab atas kerugian konsumen disebabkan kesalahan penjual yang menjadi tanggungannya. Dalam menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen tersebut maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah memberikan suatu alternatif penyelesaian sengketa konsumen diluar peradilan umum yang menyangkut pelanggaran pemenuhan hak konsumen atau pelaku usaha. Konsumen yang hak konsumennya tidak dipenuhi oleh pelaku usaha sesuai perlindungan konsumen, dapat menuntut di BPSK wilayah hukum konsumen.

B. Saran

1. Bagi pelaku usaha khususnya penjual dalam berdagang *online* harus selalu memberikan informasi, gambaran, dan penjelasan yang jujur dan terbuka terhadap produknya dengan tetap mengikuti ketentuan peraturan perundang-undangan dan memperhatikan tata karma dan etika dalam beriklan dalam menawarkan barang dagangannya.
2. Pelaku usaha khususnya penjual yang menawarkan produknya dengan iklan yang melebih-lebihkan dan tidak sesuai dengan aslinya serta mengakibatkan kerugian konsumen karena iklan menyesatkan tersebut, harus bertanggung jawab terhadap perbuatannya dengan mengganti kerugian konsumen.
3. Dikarenakan jumlah pelanggaran hak konsumen dalam jual-beli online masih banyak, maka penulis kiranya dapat memberi saran khususnya terhadap *provider* penyedia situs jual-beli sebagai penyelenggara perdagangan elektronik. Yaitu agar lebih selektif dalam pendaftaran penjual yang akan berdagang di situsnya dan lebih mengawasi secara terus menerus serta mengadakan pengecekan berkala terhadap perilaku setiap penjual yang terdaftar di situs jual-belinya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Ctk. Pertama, Penerbit Nusamedia, Bandung, 2010.

Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Cetakan Pertama, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005.

M.Abdul Kholiq, *Buku Pedoman Kuliah Hukum Pidana*, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2002.

Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, Penerbit Alumni, 1980.

Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen Bagi Konsumen Di Indonesia*, Cetakan Kedua, Rajawali Pers, Jakarta, 2013.

Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, FH UII Press, Yogyakarta, 2003.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, 2008.

Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010.

Edmon makarim, *Pengantar Hukum Telematika suatu Kompilasi Kajian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.

- Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.
- Halim B, Abdul, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cetakan ke III, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen (Aspek Substansi Hukum, Struktur Hukum, dan Kultur Hukum Dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)*, Ombak, Yogyakarta, 2014.
- Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen: Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan BPSK*, UB Press, Malang.
- Komar Andasmita, *Notaris II Contoh Akta Otentik dan Penjelasannya*, Ctk. 2, Bandung, Ikatan Notaris Daerah Jawa Barat, 1990,
- M. A. Moegni Djojodirdjo, *Perbuatan Melawan Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1979.
- Moch. Isnaeni, *Hukum Perjanjian: Prinsip Hukum Kontrak Pengadaan Barang dan Jasa oleh Pemerintah*, Laksbang Press Indo, Yogyakarta, 2009.
- M. Yahya Harahap, *Segi – segi Hukum Perjanjian*, Penerbit Alumni, Bandung, 1986.
- N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Ctk. Pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005.
- Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat di Indonesia*, dikutip dari Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.

- Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan dan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*
Pustaka Utama Grafika, Jakarta, 1992.
- Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Cetakan pertama, FH UII Press,
Yogyakarta, 2016.
- _____, *Hukum Kontrak Indonesia: dalam Perspektif Perbandingan*
(Bagian Pertama), Ctk. 1, FH UII Press, Yogyakarta, 2013.
- R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.
- Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Ctk. Kedua (edisi revisi),
PT Grasindo, Jakarta, 2004.
- Sjahputra imam, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Prenhallindo, Jakarta,
2002.
- Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era*
Perdagangan Bebas, dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar
Maju, Bandung, 2000.
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, Ctk. Kesembilanbelas, Intermedia, Jakarta, 2002.
- Tami Rusli, *Hukum Perjanjian yang Berkembang di Indonesia*, Anugrah Utama
Raharja (Aura) Printing & Publishing, Bandar Lampung, 2012
- Yusuf Shofie, *21 Potensi Pelanggaran dan Cara Menegakkan Hukum Konsumen*,
Ctk. Pertama, Pirac, Jakarta, 2003, hlm.27.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kencana Prenada
Media Group, Jakarta, 2013.

JURNAL:

Ambar Wariati dan Nani Irma Susanti, “E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN”, Pro-Bank, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Edisi November 2014. Vol. 1. No. 2.

Dewa Gede Ari Yudha Brahmanta dan Anak Agung Sri Utari, “HUBUNGAN HUKUM ANTARA PELAKU USAHA DENGAN KONSUMEN”, *Jurnal Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Udayana*

Wibowo Tunardy, *Syarat –syarat Sahnya Perjanjian*, terdapat dalam <http://www.jurnalhukum.com/syarat-syarat-sahnya-perjanjian/>.

UNDANG-UNDANG:

KUHPERDATA

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen.

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

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

SUMBER INTERNET dan DATA ELEKTRONIK:

Ketentuan Pengguna antara Lazada, Penjual dan Pembeli dalam

<https://www.lazada.co.id/terms-of-use/>

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt5142a15699512/perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-hukum-pidana>.

Sumber Lain:

Kamus Besar Bahasa Indonesia

Buku Pedoman Etika Pariwara Indonesia oleh Dewan Periklanan Indonesia



LAMPIRAN



FAKULTAS
HUKUM

Gedung Mr. Moh. Yamin
Universitas Islam Indonesia
Jl. Taman Siswa No. 15B Yogyakarta 55151
T. (0274) 379178
F. (0274) 377043
E. fh@uii.ac.id
W. fh.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 0041/Perpus/20/H/II/2021

Bismillaahirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Ngatini, A.Md.**
NIK : **931002119**
Jabatan : **Kepala Divisi Perpustakaan Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Ridho Ardiansyah**
No Mahasiswa : **15410353**
Fakultas/Prodi : **Hukum**
Judul karya ilmiah : **TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI ONLINE LAZADA**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil 20.%.
Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 11 Februari 2021 M
27 Jumadil-Tsaniyah 1442 H

a.n. Dekan
u.b. Ka. Divisi Perpustakaan

Ngatini, A.Md.



FAKULTAS
HUKUM

Gedung Mr. Moh. Yamin
Universitas Islam Indonesia
Jl. Taman Siswa No. 158 Yogyakarta 55151
T. (0274) 379176
F. (0274) 377043
E. fh@uii.ac.id
W. fh.uii.ac.id

Nomor : 104 /Dek/70/SR/Div. URT/TU/H/V/2020
Hal : Izin Penelitian

11 Mei 2020 M
18 Ramadhan 1441 H

Kepada Yth.
Ketua Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen
Jl. Kusumanegara No. 9, Semaki, Umbulharjo, Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan hormat, kami beritahukan bahwa sebelum mengakhiri kuliah di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, setiap mahasiswa diwajibkan membuat karya ilmiah sebagai tugas akhir dalam bentuk Skripsi, Studi Kasus Hukum (SKH), Legal Memorandum (LM).

Sehubungan dengan hal tersebut di atas mahasiswa kami:

Nama : Ridho Ardiansyah
No. Mahasiswa : 15410353
Program Studi : Hukum
Alamat : Gang golo 2, Pandeyan, Umbulharjo, Yogyakarta
Telp Rumah/HP : 085839229126
Dosen Pembimbing : Retno Wulansari, S.H., M.Hum.

Bermaksud untuk memohon keterangan/data-data pada Jawatan/Lembaga yang berada di wilayah yang Bapak/Ibu pimpin, untuk menyusun karya ilmiahnya dengan judul : "Tanggung Jawab Penjual terhadap Barang yang tidak Sesuai dengan Iklan pada Jual Beli Online".

Dalam penyusunan karya ilmiah tersebut, mahasiswa kami akan mengadakan penelitian di : Kantor Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Untuk kelancaran dan legalitas penelitian tersebut disyaratkan adanya persetujuan/ijin dari instansi yang Bapak/Ibu pimpin, sehingga besar harapan kami Bapak/Ibu dapat memberikan ijin kepada mahasiswa tersebut.

Perlu kami beritahukan pula bahwa hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan untuk kepentingan keilmuan, tidak disajikan kepada pihak luar.

Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,
Dr. Abdul Jamil, S.H., M.H.
NIK. 904100102

