



**PERTANGGUNGJAWABAN PARA PIHAK DALAM JUAL BELI  
SECARA *ONLINE*  
(STUDI KASUS LAZADA GROUP DENGAN ACHMAD SUPARDI PADA  
HARI BELANJA *ONLINE* NASIONAL)**

Dhimas Dwi Hutomo, Siti Mahmudah, Ro'fah Setyowati  
Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. H. Soedarto, S.H. Tembalang - Semarang  
[dhimashtm@gmail.com](mailto:dhimashtm@gmail.com)

**ABSTRAK**

Dewasa ini, teknologi sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya orang yang melakukan berbagai kegiatan melalui internet, salah satunya yaitu kegiatan transaksi jual beli. Bagi kepentingan ekonomi, kehadiran teknologi komputer dan internet telah mendorong kepada tindakan efisiensi yang sesungguhnya, sedangkan bagi dunia hukum, kemajuan tersebut telah membawa implikasi pada munculnya fenomena hukum yang baru. Ketika seseorang melakukan suatu transaksi maka pada saat itu juga para pihak yang terlibat sudah dihadapkan pada berbagai masalah hukum, seperti bagaimana caranya kita mengetahui keabsahan pembelian yang dilakukan dalam jual beli *online*, *webvertising* yang tidak jujur, kekuatan yang mengikat dari kontrak tersebut, sampai pada saat pembayarannya. Dengan munculnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 dan Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan dua hal penting yakni, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan teknologi informasi disertai dengan sanksinya. Salah satu *platform e-commerce* yang sering digunakan dalam masyarakat Indonesia saat ini yaitu Lazada. Metode pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis. Metode pengumpulan data dilakukan penulis dengan mengumpulkan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaturan jual beli secara *online* di Indonesia, pertanggungjawaban para pihak dalam transaksi media internet keabsahan sebuah kontrak elektronik dalam melakukan transaksi jual beli melalui media internet (*Online*) dan untuk mengetahui hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen dan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui internet.

Kata kunci: Lazada, Pengaturan Jual Beli Online, Perjanjian Jual Beli, Pertanggungjawaban Para Pihak, Hubungan Hukum dan Perlindungan Hukum.

**ABSTRACT**

This day, technology is experiencing a very rapid development. This is indicated by the number of people who carry out various activities through the internet, one of which is the sale and purchase transaction. For economic interests, the presence of computer and internet technology has led to real efficiency measures, while for the legal world, these advances have implications for the emergence of new legal phenomena. When someone makes a transaction, at that time the parties involved are faced with various legal problems such as how we know the validity of the purchases made in buying and selling online, dishonest *webvertising*, the binding strength of the contract, until the time payment. With the emergence of Law No.7 of 2014 and Law No.11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions (ITE Law), it provides two important things, namely the first recognition of electronic transactions and electronic documents in the engagement law and proof of law, so that the legal certainty of electronic transactions can be guaranteed and



the second is classified actions that include qualifications of legal violations related to qualifications of violation of law related to misuse of information technology accompanied by sanctions. One of the e-commerce platforms that is often used in Indonesian society today is Lazada.

The approach method used by the authors in this study is normative juridical, the research specification used is descriptive analytical. The method of data collection is done by the writer by collecting secondary data obtained through literature studies.

The purpose of this research is to find out how to regulate the buying and selling online in Indonesia, the accountability of the parties in the internet media transaction, the validity of an electronic contract in conducting buying and selling transactions through internet media (Online) and to find out the legal relationship between business actors and consumers and legal protection for consumers in transiting through the internet.

*Keywords: Lazada, Online Buying and Selling Arrangements, Sale and Purchase Agreements, Accountability of Parties, Legal Relations and Legal Protection.*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan teknologi, Teknologi Informasi (TI) dewasa ini menjadi hal yang sangat penting karena sudah banyak masyarakat yang menerapkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan sehari-harinya. Dan dalam kegiatan tersebut secara langsung masuknya unsur penggunaan internet. Teknologi Informasi dilihat dari kata penyusunnya adalah teknologi dan informasi. Kata teknologi bermakna pengembangan dan penerapan berbagai peralatan atau sistem untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari, kata teknologi berdekatan artinya dengan istilah tata cara.<sup>1</sup>

Media internet merupakan media komunikasi dan informasi modern yang dapat dimanfaatkan secara global oleh pengguna diseluruh dunia dalam interkoneksi antar jaringan komputer yang terbentuk melalui sarana berupa penyedia akses (*provider*) internet. Sehingga internet sebagai media informasi dapat menjadi sarana yang efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran dan penyebaran informasi tanpa terhalang oleh jarak, perbedaan waktu dan juga faktor geografis bagi seseorang yang ingin mengakses informasi.

*E-Commerce* atau disebut juga perdagangan elektronik merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, pemasaran barang ataupun jasa dengan

memanfaatkan sistem elektronik seperti *internet* ataupun jaringan komputer. *E-Commerce* juga melibatkan aktivitas yang berhubungan dengan proses transaksi elektronik seperti transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem pengolahan data inventori yang dilakukan dengan sistem komputer ataupun jaringan komputer dan lain sebagainya.<sup>2</sup>

Pemanfaatan media *e-commerce* dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat internasional pada umumnya dan masyarakat Indonesia pada khususnya. Bagi masyarakat Indonesia hal ini terkait masalah hukum yang sangat penting. Pentingnya permasalahan hukum di bidang *e-commerce* adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet. Permasalahan dalam penulisan ini adalah tentang bagaimana proses pelaksanaan, hambatan-hambatan serta cara mengatasi hambatan-hambatan dalam jual beli melalui media internet dan bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pelaksanaan, hambatan-hambatan serta cara mengatasi hambatan-hambatan dalam jual beli melalui media internet dan untuk mengetahui perlindungan hukum bagi para pihak

---

<sup>1</sup>[https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi\\_informasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_informasi) bahan diakses tanggal 23 Juli 2018

---

<sup>2</sup><http://www.patartambunan.com/pengertian-e-commerce-manfaat-serta-keuntungan-e-commerce/> diakses pada tanggal 29 Juli 2018

dalam perjanjian jual beli melalui media internet.<sup>3</sup>

Lazada adalah situs belanja online yang menawarkan berbagai macam jenis produk, mulai dari elektronik, buku, mainan anak dan perlengkapan bayi, alat kesehatan dan produk kecantikan, peralatan rumah tangga, serta perlengkapan *traveling* dan olahraga. Lazada Indonesia didirikan pada tahun 2012 dan merupakan bagian dari [Lazada Group](#) yang beroperasi di Asia Tenggara. Hingga tahun 2014, Lazada Group telah beroperasi di Singapura, Malaysia, Indonesia, Vietnam, Thailand, dan Filipina dengan Singapura sebagai lokasi kantor pusat mereka.<sup>4</sup>

Pelaksanaan jual beli melalui media internet terdiri dari empat proses, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman. Hambatan-hambatan dalam transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dan *webvertising* yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang, dan umumnya mengenai pola pikir, minat, dan kultur atau budaya masyarakat Indonesia. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian dan perlindungan hukum di luar perjanjian.<sup>5</sup>

## II. METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah pendekatan hukum yuridis normatif. Yuridis adalah pendekatan yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku<sup>6</sup>. Normatif adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder<sup>7</sup>. Spesifikasi penelitian hukum ini adalah penelitian deskriptif analitis. Deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan maksud menggambarkan keadaan objek atau masalah tertentu secara jelas dan sistematis dengan kaidah-kaidah tertentu<sup>8</sup>. Analitis, yaitu dikaitkan dengan teori-teori hukum yang ada ataupun peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

Pengertian jenis data adalah kumpulan informasi yang diperoleh dari suatu pengamatan dapat berupa angka, lambing atau sifat. Diketahui artinya yang sudah terjadi merupakan fakta (bukti), data dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan. Pada umumnya dikenal tiga jenis alat pengumpulan data dalam penelitian, yaitu studi dokumen atau bahan pustaka, pengamatan atau observasi, dan wawancara atau *interview*. Ketiga alat tersebut dapat digunakan masing-masing atau bersama-sama<sup>9</sup>.

Sehubungan dengan metode pendekatan yang digunakan dalam

<sup>3</sup> Presly Prayogo, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Jual-Beli Melalui Internet*, hal. 1.

<sup>4</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Indonesia) diakses pada tanggal 26 Agustus 2018

<sup>5</sup> *Loc.cit.*

<sup>6</sup> Soemitro, Ronny Hanitjo, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982), hal. 20.

<sup>7</sup> Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2014), hal. 13.

<sup>8</sup> Soemitro, Ronny Hanitjo, *Op.cit.*, hal. 35.

<sup>9</sup> Soekanto, Soerjono, *Op.cit.*, hal. 21.

penelitian hukum ini adalah pendekatan yuridis normatif, maka studi kepustakaan dengan jenis data sekunder menjadi pilihan yang tepat untuk melengkapi metode penelitian hukum ini. Jenis data yang digunakan dalam penelitian hukum ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan pustaka, yang diperoleh dari sumber-sumber data yang berupa bahan hukum primer yaitu Undang-Undang terkait transaksi jual beli secara *online*, bahan hukum sekunder yaitu bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan hukum primer, seperti hasil-hasil penelitian atau hasil karya dari kalangan hukum.<sup>10</sup> Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum sekunder yang terdiri dari kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), dan Ensiklopedia.

Metode analisis data yang dipergunakan adalah analisis kualitatif. Pada hakikatnya, penelitian kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselediki.<sup>11</sup> Data-data yang telah terkumpul tersebut diteliti dan dianalisis dengan menggunakan metode berpikir deduktif, yaitu pola berpikir yang mendasarkan pada suatu fakta yang sifatnya umum,

kemudian menuju pada fakta yang sifatnya khusus, lalu mendapatkan kesimpulan sehingga menjawab perumusan masalah.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. PENGATURAN JUAL BELI SECARA *ONLINE* DI INDONESIA

##### 1. Peraturan Transaksi Jual Beli Secara *Online* di Indonesia

Kegiatan Jual Beli secara *Online* atau Transaksi *E-Commerce* diatur oleh beberapa peraturan Perundang-Undangan di Indonesia yaitu:

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- b. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
- c. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- d. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi;
- e. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik;
- f. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek;
- g. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta;
- h. Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*);
- i. Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 tentang Perubahan atas

<sup>10</sup> *Ibid*, hal. 52.

<sup>11</sup> Convelo G.Cevilla, dkk., Pengantar Metode Penelitian, (Jakarta : Universitas Indonesia, 1993), hal.73.

- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2014 tentang Uang Elektronik;
- j. Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/23/PBI/2012 tentang Transer Dana;
- k. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- l. Peraturan OJK Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.

secara yuridis, transaksi jual-beli adalah salah satu bentuk perjanjian yang sudah diatur secara umum dalam KUHPerdata, khususnya pada Buku III tentang Perikatan. Akan tetapi, pengaturannya pada Buku III KUHPerdata tersebut sama sekali tidak mengatur secara spesifik tentang transaksi *e-commerce*. *E-commerce* baru diatur secara jelas dan khusus dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Sebelumnya aturan *e-commerce* hanya berstandar pada UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE dan KUHPerdata dalam pelaksanaannya. Namun setelah UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan disahkan oleh pemerintah, maka berlaku asas *Lex specialis derogat legi generali* pada Undang-Undang tersebut yang mengatur secara khusus diantaranya mengenai *e-commerce*. Pengaturan *e-commerce* tersebut memberikan kepastian dan kesepahaman mengenai apa yang dimaksud dengan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disingkat PMSE) dan memberikan perlindungan dan kepastian kepada pedagang, penyelenggara PMSE dan konsumen dalam melakukan

kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.<sup>12</sup>

Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan sudah diatur Pasal tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yaitu pada Pasal 65. Jika melihat dalam kasus ini berdasarkan Undang-Undang Perdagangan, Pelaku Usaha sudah menyalahi aturan pada Pasal 65 ayat (1) yang mengatakan bahwa:

“Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.”

Lalu dalam ayat (2) disebutkan:

“Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data/informasi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1)”

Dan dalam ayat (3) tertulis:

“Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.”

Ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang dimaksud dalam Pasal 65 ayat (3) diatas bisa dilihat dalam Pasal 15 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyebutkan bahwa transaksi elektronik harus dilakukan

---

<sup>12</sup> Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, “e-Commerce di Indonesia Sudah Diatur Dalam UU Perdagangan”, diakses dari <http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan> pada 8 Oktober 2018



secara andal dan aman serta bertanggungjawab informasi dan transaksi elektronik atas perbuatan yang mereka lakukan dalam pelaksanaan perjanjian jual beli secara *online*. Ketentuan yang lain juga seperti ketentuan pidana nya yang diatur dalam UU ITE.

Media yang dipakai untuk memperjual dan belikan barang adalah melalui *website e-commerce* itu sendiri yang berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (Selanjutnya disebut UUT), telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan bunyi melalui sistem kawat optik, radio, atau sistem elektromagnetik lainnya.

Terkait Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, penulis masukan kedalam inventaris peraturan-peraturan yang mengatur *e-commerce* di Indonesia karena untuk pengaturan pada barang-barang yang dibeli itu sendiri untuk mengecek keaslian merek barang mulai dari pendaftaran merek sampai pembuatan pendaftaran hak cipta terhadap nama merk barang yang bersangkutan. Guna sebagai tindakan pertanggungjawaban jika ada pelaku usaha yang memperdagangkan suatu barang tetapi keaslian merek dan hak cipta tersebut tidak dapat terbukti keasliannya maka mendapatkan sanksi pidana yang terdapat dalam kedua Undang-Undang tersebut.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik ( *Electonic Money* )

dalam peraturan ini mengatur tentang uang elektronik yaitu berdasarkan Pasal 1 angka 3 menyebutkan:

“Uang Elektronik ( *Electronic Money* ) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*;
- c. digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan
- d. nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpana sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.”

jadi pada dasarnya dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI 2009 tentang Uang Elektornik ini mengatur bentuk uang yang digunakan sebagai alat pembayaran dalam transaksi *e-commerce* atau jual beli *online*.

Kemudian peraturan uang elektronik diatas dapat dikaitkan dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/23/PBI/2012 tentang Transfer Dana. Mengapa bisa dikaitkan karena uang elektronik tersebut setelah disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* akan di eksekusi dalam kegiatan transfer dana yang peraturannya diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/23/PBI/2012 tersebut. Pengertian Transfer Dana sendiri berdasarkan Pasal 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/23/PBI/2012 yaitu:

“Transfer Dana adalah rangkaian kegiatan yang dimulai dengan perintah dari Pengirim Asal yang bertujuan memindahkan sejumlah Dana kepada Penerima yang disebutkan dalam Perintah Transfer Dana sampai dengan diterimanya Dana oleh Penerima”

Terakhir tentang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha dan tanggung jawab Pelaku Usaha dalam perjanjian jual beli dengan konsumen. Pasal 19 ayat 1 tentang tanggung jawab Pelaku Usaha yaitu:

“Pelaku Usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

Dan perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha diatur dalam Pasal 10 yaitu:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan.”

## 2. Pengaturan Pengamanan Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online

Rawannya transaksi melalui internet menyebabkan banyak konsumen ragu untuk melakukan transaksi melalui internet. Untuk menarik konsumen, banyak produsen yang memikat konsumen dengan menawarkan sistem pengamanan

dalam transaksi melalui internet. Saat ini ada dua metode yang dipakai oleh sebagian pedagang online, yaitu :<sup>13</sup>

a) Metode *Secure Socket Layer* (SSL)

Metode SSL adalah instrument yang sudah di pakai. SSL melindungi informasi pribadi dalam kontak antara konsumen dengan pedagang yang dikirim melalui jaringan. Dalam melakukan transaksi, konsumen harus memastikan data-data yang dikirim sudah dalam bentuk ter-enkripsi dengan baik yang dapat dipastikan melalui tampilan sebuah *icon* kecil dalam bentuk gambar sebuah kunci saat melakukan *browsing*. Gambar kunci tersebut tidak boleh rusak. Selain itu, keamanan data dapat diperiksa melalui situs *merchant* yang biasa diawali dengan “http” harus diubah menjadi “https” saat melakukan transaksi.

b) Metode *Secure Electronic Transaction* (SET)

Metode yang kedua adalah *Secure Electronic Transaction* (SET). SET menggunakan sertifikat digital untuk membuktikan bahwa konsumen dan pedagang memiliki hak untuk menggunakan dan menerima kartu seperti visa. SET berfungsi untuk memverifikasi pedagang dan juga berfungsi bagi *merchant* untuk memeriksa tanda tangan konsumen pada bagian belakang kartu visa. SET memberikan cara bagi pemegang kartu dengan pedagang untuk mengidentifikasi satu sama lain sebelum melakukan transaksi. SET menggunakan kunci pengamanan

---

<sup>13</sup> Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, hal.125.



lain yakni memiliki kata sandi untuk melindungi konsumen. Dengan SET, pemegang kartu dapat memvalidasi legitimasi internet pedagang melalui *digital certificates* pedagang. *Software* SET akan memeriksa apakah hubungan pedagang dengan lembaga keuangan benar atau valid. Dengan demikian, konsumen yakin bahwa pembayaran akan dilakukan dengan cara yang sama dengan perjanjian visa yang mereka yakini saat ini.

Berkaitan dengan sistem pengamanan, perlu dibahas mengenai kriptografi. Kriptografi adalah salah satu sistem yang membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan pada penerima dengan aman.<sup>14</sup> Abdul Halim Barkatullah mengutip pendapat Bruce Schneir mengatakan bahwa kriptografi adalah seni dan ilmu yang mempelajari bagaimana membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan kepada penerima (*receiver*) dengan aman. Di dalam kriptografi dikenal berbagai macam istilah misalnya *cryptoanalysis* yaitu ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana mengetahui mekanisme kriptografi. *Cryptology* berasal dari bahasa Yunani, *crypto* dan *logos*, yang berarti *hidden world* adalah suatu bidang yang mengkombinasikan *crptografy* dan *cryptoanalysis*.<sup>15</sup>

Kriptografi memenuhi kebutuhan keamanan suatu transaksi yang relatif yaitu :<sup>16</sup>

- a. *Confidentially* (kerahasiaan), yaitu suatu pesan tidak dapat dibaca oleh orang yang tidak berkepentingan. Sistem keamanan dijamin dengan melakukan penyandian;
- b. *Authenticity* (otentitas), yaitu penerima pesan harus mengetahui siapa yang mengirim pesan. Hal ini berhubungan dengan proses verifikasi identitas seseorang. Jaminan keabsahan identitas para pihak yang melakukan transaksi dilakukan dengan menggunakan *password* dan tanda tangan digital;
- c. *Non repudiation* (tidak dapat disangkal), yang berarti transaksi dapat dijadikan sebagai barang bukti dimana pengirim tidak dapat menyangkal bahwa ia tidak pernah mengirim pesan. Hal ini dikarenakan adanya sistem tanda tangan *digital (digital signature)*.
- d. *Integrity* (keutuhan), yaitu penerima harus yakin bahwa pesan yang diterima tidak pernah diubah sejak pesan dikirim oleh pengirim. Keutuhan data pembayaran dilakukan dengan fungsi satu arah yang berfungsi untuk memberi tanda yang unik dari sebuah pesan yang hanya dipunyai oleh pesan tersebut, yang di analogikan seperti sebuah sidik jari.

<sup>14</sup> Rieyke Ustadiyanto, *Framework e-commerce*, hal.91.

<sup>15</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, hal.25.

<sup>16</sup> Donny Aryus, *Kriptografi Keamanan Data dan Komunikasi*, (Jakarta: Graha Ilmu,2006), hal.10.

Kesimpulannya dalam hal pengamanan dalam jual beli secara *online* ini adalah pada dasarnya pengaturan keamanan dalam transaksi jual beli *online* wajib ada dalam hal untuk menarik konsumen dalam melakukan kegiatan jual-beli secara *online*, banyak produsen yang memikat konsumen dengan menawarkan sistem pengamanan dalam transaksi melalui internet dan juga untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan dalam transaksi jual beli secara *online*. Didalam sistem keamanan transaksi *e-commerce* juga terdapat unsur yang disebut kriptografi, yang juga sangat berguna sebagai salah satu sistem yang membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan pada penerima dengan aman.

### **3. Pengaturan Mekanisme Transaksi Jual Beli Secara Online**

Mekanisme adalah suatu rangkaian kerja atau interaksi dari bagian satu dengan bagian lainnya dalam suatu sistem secara keseluruhan untuk menghasilkan fungsi atau kegiatan sesuai dengan tujuan yang digunakan dalam menyelesaikan sebuah masalah yang berkaitan dengan proses kerja, tujuannya adalah untuk menghasilkan hasil yang maksimal serta mengurangi kegagalan. Mekanisme transaksi jual beli secara *online* disini berarti adalah suatu kegiatan jual beli dengan cara berinteraksi antara penjual dengan pembeli didalam media transaksi jual beli secara *online* yaitu melalui internet sebagai wadah media

bertransaksi. Dalam proses terjadinya transaksi *e-commerce*, Mariam<sup>17</sup> mengutip pendapat Julian Ding menyatakan bahwa "*a contract is a struck when two or more person agree to a certain course of product*". Maksudnya adalah kontrak sebagai pertemuan dua orang atau lebih yang setuju melakukan tindakan tertentu, sehingga pada saat itu kesepakatan telah tercapai.

Terkait mekanisme transaksi dan pembayaran dalam transaksi *e-commerce* ada perbedaan dalam sistem pembayarannya. Ada sejumlah besar transaksi keuangan yang berbeda di dunia internet, seperti pembayaran oleh pelanggan, transaksi sekuritas, pinjaman atau asuransi dan sebagainya. Transaksi jual beli *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama halnya dengan perjanjian jual beli yang biasa dilakukan oleh masyarakat sehari-hari. Hanya saja hal tersebut memiliki perbedaan pada media yang digunakan dalam bertransaksi.

## **B. HUBUNGAN HUKUM DAN PERTANGGUNGJAWABAN PARA PIHAK DALAM JUAL BELI SECARA ONLINE ANTARA LAZADA GROUP DENGAN ACHMAD SUPARDI**

### **1. Kasus Posisi Lazada Grop dengan Achmad Supardi**

Pada Hari Belanja *Online* Nasional (Harbolnas), Achmad Supardi membeli 1 unit sepeda motor

---

<sup>17</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Aspek Keperdataan dari E-commerce*, Makalah dalam Seminar Untuk Pembukaan Kantor Cabang Law Firm of Remy & Darus, Surabaya 6 September 2000, hal. 11.

honda vario dan 3 unit sepeda motor honda revo pada 12 Desember 2015 di situs Lazada. Tiga unit honda revo dibeli dengan harga masing-masing Rp.500.000 dengan total Rp.1.500.000, sementara honda vario dibeli dengan harga Rp.2.700.000 untuk pembelian *cash on the road*. Harga pada situs Lazada adalah harga sepeda motor *cash on the road*, bukan kredit dan angka tersebut bukan angka uang muka. Pada 14 Desember 2015, Achmad kembali membuka situs Lazada dengan tampilan yang sama namun sudah ada bagian tambahan bahwa harga motor sudah merupakan harga kredit. Dua hari kemudian tertanggal 16 Desember 2015, Achmad mengecek status transaksi di Lazada dan ternyata transaksi yang sudah di konfirmasi dan tinggal menunggu pengiriman ternyata berubah menjadi ditolak dan ditutup oleh Lazada. Kemudian secara sepihak, Lazada memproses *refund* dengan memberikan *voucher* belanja sesuai jumlah uang yang dibelanjakan untuk membeli 4 unit sepeda motor dan mengganti dana dengan 2 *voucher* sebesar Rp.4.200.000.

## **2. Analisis Kasus Posisi Lazada Group dengan Achmad Supardi**

Kontrak yang dibuat dalam transaksi *e-commerce* berbeda dengan jual beli secara tatap langsung, yaitu dengan menggunakan kontrak elektronik. Berdasarkan Pasal 1 angka 17 Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 (UU ITE) mengatur bahwa kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Syarat mengenai

kontrak elektronik tidak diatur secara tegas dalam UU ITE, oleh karena itu, segala syarat yang diatur mengenai perjanjian (kontrak) dalam Buku III KUH Perdata berlaku untuk menentukan syarat sahnya suatu kontrak elektronik tersebut.

Transaksi elektronik yang digunakan oleh Lazada Group dengan Achmad Supardi, yaitu dengan menggunakan mekanisme *Business to Consumer*. Mekanisme ini melibatkan pelaku usaha yang menjual ke konsumen lainnya atau mengiklankan jasa pribadi di Internet melalui sebuah platform *e-commerce*, sehingga kontrak yang timbul dalam transaksi ini berupa kontrak melalui *web*. Kesepakatan yang terjadi dalam kontrak melalui *web*, yaitu ketika *customer* setuju dengan apa yang disebut *user agreement* yang berisi mengenai hak dan kewajiban *customer*, ditandai dengan adanya suatu tanda tangan elektronik. Perjanjian yang dinyatakan sah adalah suatu perjanjian yang memenuhi empat syarat yang terdapat dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal

Kesepakatan selalu diawali dengan adanya suatu penawaran oleh suatu pihak dan dilanjutkan dengan adanya tanggapan berupa penerimaan oleh pihak lain. Jika penawaran tersebut tidak ditanggapi atau direspon oleh pihak lain, maka dengan demikian tidak akan ada kesepakatan. Karena itu diperlukan

dua pihak untuk melahirkan suatu kesepakatan. Pada perjanjian jual beli secara langsung, kesepakatan dapat dengan mudah diketahui. Karena pada transaksi yang dilakukan secara langsung seseorang dapat menyatakan kesepakatannya baik secara lisan maupun tulisan. Berbeda dengan transaksi yang dilakukan melalui media elektronik atau melalui internet. Pelaksanaan transaksi dalam *E-Commerce* tentunya tidak bisa dilakukan secara lisan, karena dalam hal ini pihak penjual (*merchant*) memberikan penawaran atas barang-barang dagangannya melalui *website* yang dirancang sedemikian rupa untuk menarik minat para calon konsumen agar *website* tersebut dikunjungi. Semua pihak pengguna internet dapat dengan bebas mengakses *website* tersebut untuk sekedar melihat atau membeli barang yang mereka butuhkan atau minati. Biasanya, dalam *website* tersebut sudah tertera harga serta penjelasan mengenai barang yang dijual.

Apabila pembeli tertarik untuk membeli suatu barang, maka pembeli hanya perlu meng-klik barang sesuai dengan keinginannya kemudian mengisi data konsumen untuk dikirimkan barangnya. Setelah permohonan pembelian barang tersebut sampai di tempat penjual, maka penjual akan mengirimkan pesan melalui e-mail atau telepon untuk mengonfirmasi pesanan tersebut kepada konsumen.

Seperti yang sudah disebutkan diatas, salah satu syarat perjanjian adalah cakap. Pada dasarnya semua orang adalah cakap untuk membuat kesepakatan, kecuali jika ia oleh Undang-Undang dinyatakan tidak

cakap. Yang tidak cakap menurut Undang-Undang adalah mereka yang belum dewasa (genap berusia 21 tahun atau mereka yang belum berusia 21 tahun tapi telah menikah) dan mereka yang dibawah pengampuan.<sup>18</sup>

Dalam transaksi *E-Commerce* sulit untuk menentukan seseorang yang melakukan transaksi telah dewasa atau tidak dibawah pengampuan, karena seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, proses penawaran dan penerimaan tidak dilakukan secara langsung melainkan hanya melalui media *virtual* yang rawan penipuan. Biasanya, pada *website e-commerce* mengantisipasi hal ini dengan mengharuskan konsumen untuk mengisi data, terkait nama lengkap serta tempat dan tanggal lahir konsumen terlebih dahulu sebelum mengakses *website* secara lebih lanjut. Akan tetapi, pemalsuan data juga masih mungkin terjadi dan jika ternyata yang melakukan transaksi adalah orang yang tidak cakap, maka pihak yang dirugikan dapat menuntut agar perjanjian dibatalkan.

Selain konsumen harus cakap, transaksi yang dilakukan melalui media *virtual* ini tentu mengharuskan adanya kejelasan mengenai barang apa yang dijual. Sebagaimana diatur dalam KUH Perdata Pasal 511, barang yang dimaksudkan ini hanya harus ditentukan jenisnya dan Undang-Undang tidak mengharuskan barang tersebut sudah berada di tangan pembeli atau belum pada saat dilakukan perjanjian.

---

<sup>18</sup> Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 330.

Pada dasarnya ada barang tertentu yang tidak boleh diperjualbelikan dalam transaksi *e-commerce*, seperti misalnya memperjualbelikan hewan. Kemudian ada lagi barang yang tidak dapat dijual beli melalui kesepakatan secara *online*, seperti jual beli tanah yang mensyaratkan jual beli tanah harus dituangkan dalam akta, yaitu akta Pejabat Pembuat Akta Tanah.<sup>19</sup>

Segala hal yang dilakukan dalam perjanjian jual beli tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang, sesuai dengan kesusilaan, dan sesuai dengan ketertiban umum. Apabila hal tersebut tidak dipenuhi, maka perjanjian yang dibuat dapat dibatalkan oleh salah satu maupun kedua belah pihak. Dalam hal transaksi melalui *E-Commerce*, dapat diartikan perjanjiannya harus sesuai dengan Buku III KUHPerdato dan UU ITE.

Dalam kasus antara Lazada Group dengan Achmad Supardi, pihak konsumen menerima informasi yang salah terkait harga motor yang ia ingin beli di halaman belanja Lazada Group dan juga harga tersebut bukan berstatus uang muka ataupun kredit. Sedangkan pihak Lazada hanya menanggulangi permasalahan tersebut dengan mengembalikan uang milik Achmad Supardi menjadi bentuk *voucher* belanja untuk berbelanja di Lazada. Untuk itu konsumen meminta uang ganti rugi yang bukan di alternatifkan menjadi *voucher* belanja.

Jika disesuaikan dengan penjabaran mengenai legalitas transaksi elektronik yang didasari

dengan Pasal 1320 KUH Perdata mengenai syarat sah perjanjian, maka kasus tersebut memenuhi syarat subyektif yang pertama, yaitu “sepakat mereka yang mengikatkan dirinya”. Dalam kasus tersebut kedua belah pihak sudah sah mengikatkan dirinya karena pada awal transaksi dilakukan, sudah dinyatakan pembelian telah di konfirmasi oleh pihak Lazada dan Achmad Supardi sepakat untuk mengikatkan dirinya dalam perjanjian jual beli tersebut.

Mengenai terpenuhi atau tidaknya syarat subyektif yang kedua dalam kasus ini sudah dipastikan bahwa Achmad Supardi adalah orang yang cakap untuk membuat perjanjian berdasarkan syarat subyektif dalam Pasal 1320 KUHPerdato. Kemudian apabila dilihat dari syarat obyektif perjanjian, yaitu suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal, maka perjanjian jual beli dalam bentuk elektronik ini juga tidak memenuhi persyaratan tersebut karena Achmad Supardi dalam hal ini tidak menerima barang apapun atas transaksi jual-beli yang ia lakukan. Bahkan perjanjian tersebut jelas bertentangan dengan Undang-Undang, kesusilaan dan ketertiban umum karena Pihak Konsumen merasa ditipu dalam hal Pihak Lazada tidak mencantumkan informasi yang sejelas-jelasnya dalam kegiatan jual beli *online* di Lazada. Apabila tidak memenuhi persyaratan dalam Pasal 1320 KUH Perdata, maka akibat hukumnya perjanjian elektronik antara pihak Lazada Group dan Achmad Supardi tidak sah. Dimana akibat tidak terpenuhinya syarat obyektif, yaitu suatu perjanjian dapat dibatalkan

---

<sup>19</sup> Edmon Makarim, *Op.cit.* hal. 230.



oleh salah satu pihak atau kedua belah pihak dan akibat hukum tidak terpenuhi syarat obyektif, yaitu perjanjian batal demi hukum.

### 3. Subjek Dalam Perjanjian Jual Beli Secara *Online*

Dalam transaksi jual beli secara *online* (*e-commerce*) melibatkan pihak-pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan, baik semua proses transaksi dilakukan secara *online* atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara *online*. Adapun pihak-pihak yang terlibat antara lain:<sup>20</sup>

a. **Penjual (*merchant*)**, yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.

b. **Konsumen (*card holder*)**, yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk barang/jasa melalui pembelian secara *on-line*. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang dipergunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan menggunakan *credit card* (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara manual/cash. Hal ini penting untuk

diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit. Pemegang kartu kredit adalah seseorang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang telah dibuat.

c. ***Acquirer***, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang dimasukkan kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara penagihan inilah yang melakukan pembayaran kepada penjual. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayaran kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit.

d. ***Issuer*** yaitu perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa Lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu :

- 1) Bank dan Lembaga keuangan bukan bank. Tidak setiap bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh ijin dari *Card International* yang dapat menerbitkan *credit card*, seperti *Master Card* dan *Visa Card*;
- 2) Perusahaan non bank;
- 3) Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri.

e. ***Certification Authorities***, merupakan pihak ketiga yang netral

<sup>20</sup> Riyeye Ustadiyanto, *Op.cit*, hal.152



yang memegang hak untuk mengeluarkan dan melakukan verifikasi terhadap sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer*, dan dalam beberapa hal diberikan pula kepada pemegang kartu kredit (*card holder*). *Certification Authorities* dapat merupakan suatu Lembaga pemerintah atau Lembaga swasta.

#### 4. Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Jual Beli Secara *Online* di Indonesia

Hubungan hukum adalah hubungan antara 2 (dua) subyek hukum atau lebih dimana hak dan kewajiban disatu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban dipihak yang lain. Atau dalam kata lain, isi adanya hubungan tersebut adalah hak dan kewajiban pihak-pihak. Hubungan tersebut diatur oleh hukum.<sup>21</sup>

Hukum perjanjian di Indonesia menganut asas kebebasan berkontrak berdasarkan pasal 1338 Kitab Undang Undang Hukum Perdata. Asas ini memberi kebebasan kepada para pihak yang sepakat untuk membentuk suatu perjanjian untuk menentukan sendiri bentuk serta isi suatu perjanjian. Dengan demikian para pihak yang membuat perjanjian dapat mengatur sendiri hubungan hukum diantara mereka. Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, *e-commerce* menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat.<sup>22</sup> Dalam hukum

perikatan Indonesia juga dikenal apa yang disebut ketentuan hukum pelengkap, ketentuan tersebut tersedia untuk dipergunakan oleh para pihak yang membuat perjanjian apabila ternyata perjanjian yang dibuat mengenai sesuatu hal ternyata kurang lengkap atau belum mengatur sesuatu hal. Ketentuan hukum pelengkap itu terdiri dari ketentuan umum dan ketentuan khusus untuk jenis perjanjian tertentu.<sup>23</sup> Jika melihat dalam kasus ini, terjadi kegiatan jual-beli antara pihak Lazada Group dengan Achmad Supardi, jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdata, sedangkan *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Dengan demikian selama tidak diperjanjikan lain, maka ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian jual beli yang diatur dalam Buku III KUHPerdata berlaku sebagai dasar hukum aktifitas *e-commerce* di Indonesia. Jika dalam pelaksanaan transaksi *e-commerce* tersebut timbul sengketa, maka para pihak dapat mencari penyelesaiannya dalam ketentuan tersebut.<sup>24</sup> Pada debitur terletak kewajiban untuk memenuhi prestasi, dan jika ia tidak melaksanakan kewajibannya tersebut bukan karena keadaan memaksa, maka debitur dianggap melakukan ingkar janji. Wanprestasi adalah keadaan dimana debitur tidak memenuhi prestasi (ingkar janji) yang telah diperjanjikan.<sup>25</sup>

<sup>21</sup> Party Oktaria Hutabarat, *Hubungan Hukum antar Pelaku E-Commerce*, hal. 1.

<sup>22</sup> *Ibid*, hal. 2.

<sup>23</sup> *Ibid*. hal. 4.

<sup>24</sup> *Ibid*. hal. 6.

<sup>25</sup> R.Subekti, *Hukum Perjanjian*, , hal.49.

### **5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Kasus Lazada Group dengan Achmad Supardi**

Dalam kasus ini, dapat dikategorikan penggantian kerugian berdasarkan wanprestasi. Dimana pihak Lazada tidak memenuhi hak konsumen untuk memberikan barang yang konsumen beli dan juga pelaku usaha tidak bertanggungjawab penuh atas kerugian yang dialami oleh pihak konsumen. Pada dasarnya ganti kerugian yang diperoleh karena adanya wanprestasi merupakan akibat tidak dipenuhinya kewajiban utama atau kewajiban tambahan yang berupa kewajiban atas prestasi utama atau kewajiban jaminan/garansi dalam perjanjian dan dalam kasus ini, pihak Lazada tidak memenuhi prestasinya.

Berdasarkan Pasal 4 UUPK, pada dasarnya konsumen memiliki hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut. Kemudian berdasarkan Pasal 7 UUPK mengenai kewajiban pelaku usaha, yaitu pelaku usaha berkewajiban untuk memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Sesuai dengan Pasal 4 dan Pasal 7 UUPK, Pihak Konsumen yaitu Achmad Supardi dapat menuntut hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Begitu juga dari Pihak Lazada seharusnya memperlakukan dan melayani konsumen dengan benar sesuai dengan apa yang telah diatur dalam

syarat dan ketentuan Lazada dan juga dalam Undang-Undang terkait yang mengatur transaksi jual beli secara *online*.

Untuk bentuk pertanggungjawaban Pihak Lazada berdasarkan kasus yang dibawa oleh penulis, Dalam kasus ini, dapat dikategorikan penggantian kerugian berdasarkan wanprestasi. Dimana pihak Lazada tidak memenuhi hak konsumen untuk memberikan barang yang konsumen beli dan juga pelaku usaha tidak bertanggungjawab penuh atas kerugian yang dialami oleh pihak konsumen.

### **IV. SIMPULAN**

1. Peraturan jual beli melalui media internet secara umum dalam KUHPerdara menyebutkan bahwa syarat sahnya suatu perjanjian yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal dapat diterapkan untuk menentukan keabsahan perjanjian jual beli elektronik. Secara yuridis, transaksi jual-beli adalah salah satu bentuk perjanjian yang sudah diatur secara umum dalam KUHPerdara, khususnya pada Buku III tentang Perikatan.
2. Pada dasarnya hubungan hukum adalah hubungan antara 2 (dua) subyek hukum atau lebih dimana hak dan kewajiban disatu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban dipihak yang lain. Atau dalam kata lain, isi



adanya hubungan tersebut adalah hak dan kewajiban pihak-pihak. Hubungan tersebut diatur oleh hukum dan karena diatur oleh hukum inilah bilamana terjadi sesuatu yang tidak diharapkan maka penyelesaiannya adalah melalui jalur hukum sesuai peraturan-peraturan hukum yang berlaku juga. Tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *E-Commerce* diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 19 yang menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. kepentingan penegakan hukum.

## V. DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Aryus, Donny, *Kriptografi Keamanan Data dan Komunikasi*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2006)

Badrulzaman, Mariam Darius, *Aspek Keperdataan dari E-commerce* (Surabaya: Makalah dalam Seminar Untuk Pembukaan Kantor Cabang Law Firm of Remy & Darius, 2000)

Barkatullah, Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005)

Cevilla, G. Convelo, dkk., *Pengantar Metode Penelitian*,

(Jakarta: Universitas Indonesia, 1993)

Makarim, Edmon, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2003)

Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2014)

Soemitro, Ronny Hanitjo, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982)

Subekti, R., *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT. Intermasa, 1990)

Ustadiyanto, Riyeko, *Framework e-commerce*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001) Kondoch, Boris, *The Limits of Economic Sanction Under International Law: The Case of Iraq*.

### Jurnal / Artikel

Party Oktaria Hutabarat, *Hubungan Hukum antar Pelaku E-Commerce*

Presly Prayogo, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Jual-Beli Melalui Internet*

### Perjanjian Internasional / Konvensi

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*);

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;



Undang-Undang Nomor 11  
Tahun 2008 tentang Informasi  
dan Transaksi Elektronik;

Undang-Undang Nomor 36  
Tahun 1999 tentang  
Telekomunikasi;

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

Undang-Undang Nomor 20  
Tahun 2016 tentang Merek  
dan Indikasi Geografis;

Undang-Undang Nomor 28  
Tahun 2014 tentang Hak  
Cipta;

Peraturan Bank Indonesia Nomor  
11/12/PBI/2009 tentang Uang  
Elektronik ( *Electronic Money*  
);

Peraturan Bank Indonesia Nomor  
16/8/PBI/2014 tentang  
Perubahan atas Peraturan  
Bank Indonesia Nomor

11/12/PBI/2009 Tentang Uang  
Elektronik;

Peraturan Bank Indonesia  
Nomor 14/23/PBI/2012  
tentang Transfer Dana;

Undang-Undang Nomor 8  
Tahun 1999 tentang  
Perlindungan Konsumen;

Peraturan OJK Nomor  
1/POJK.07/2013 tentang  
Perlindungan Konsumen  
Sektor Jasa Keuangan.

#### **WEBSITE**

[https://id.wikipedia.org/wiki/T  
eknologi\\_informasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_informasi)

[http://www.patartambunan.co  
m/pengertian-e-commerce-  
manfaat-serta-keuntungan-e-  
commerce/](http://www.patartambunan.com/pengertian-e-commerce-manfaat-serta-keuntungan-e-commerce/)

[https://id.wikipedia.org/wiki/L  
azada\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Indonesia)

[http://www.pajak.go.id/conten  
t/e-commerce-di-indonesia-  
sudah-diatur-dalam-uu-  
perdagangan](http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan)