

# TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI DALAM PERJANJIAN JUAL BELI SECARA DARING DI LAZADA

**Elya Mahmada**

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)

[elya.19093@mhs.unesa.ac.id](mailto:elya.19093@mhs.unesa.ac.id)

**Indri Fogar Susilowati**

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)

[indrifogar@unesa.ac.id](mailto:indrifogar@unesa.ac.id)

## Abstrak

Kegiatan transaksi jual beli telah berkembang beriringan dengan meningkatnya teknologi. Dalam peningkatan media *E-Commerce* juga melahirkan adanya *Marketplace*. Salah satu *Marketplace* di Indonesia adalah Lazada. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) Pasal 1457 menjelaskan definisi jual beli. Meskipun perjanjian dibentuk dengan maksud agar semua transaksi berjalan dengan baik, tetapi ketika salah satu pihak tidak memenuhi isi perjanjian (prestasi) maka hal ini dikatakan wanprestasi. Masalah banyak muncul dari hal tersebut adalah banyak penjual yang melakukan wanprestasi seperti mengirimkan barang yang tidak sesuai. Tujuan dari penelitian ini sendiri untuk mengetahui bentuk tanggung jawab wanprestasi penjual dalam perjanjian jual beli secara *online* di *Marketplace* Lazada dan mengetahui perlindungan hukum pembeli akibat wanprestasi yang dilakukan penjual dalam perjanjian jual beli secara *online* di *Marketplace* Lazada. Pada penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif. Hasil penelitian bahwa kasus wanprestasi yang dilakukan penjual dalam Melakukan apa yang dijanjikan. Namun, tidak semestinya yang telah dijanjikan. Penjual memiliki tanggung jawab untuk melakukan penukaran barang sejalan dengan dua prinsip pertanggungjawaban yakni prinsip tanggung jawab berdasarkan adanya unsur kesalahan (*liability based on fault*) dan prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*). Menurut Pasal 1234 KUHPdt, pengganti biaya, rugi, dan bunga karena tidak terpenuhinya perjanjian, barulah diwajibkan jika pihak yang memiliki kewajiban prestasi dalam perjanjian setelah dinyatakan lalai untuk memenuhi perjanjiannya. Bentuk tanggung jawab yang harus dilakukan oleh penjual adalah ganti kerugian. Perlindungan hukum pembeli akibat wanprestasi yang dilakukan penjual dalam perjanjian jual beli secara *online* di *Marketplace* Lazada dapat dilakukan dengan cara internal dan eksternal.

**Kata Kunci:** Tanggung Jawab, Jual Beli Online, Barang yang tidak sesuai

## Abstract

Buying and selling transaction activities have developed hand in hand with improving technology. The increase in E-Commerce media also gave birth to a *Marketplace*. One of the *Marketplaces* in Indonesia is Lazada. In the Civil Code (KUHPdt), Article 1457 explains the definition of buying and selling. Even though the agreement was formed with the intention that all transactions go well, when one of the parties does not fulfill the agreement's contents, this is the default. The problem that arises from this is that many sellers commit defaults, such as sending goods that are not suitable. This research aims to find out the form of the seller's default responsibility in the online sale and purchase agreement on the Lazada *Marketplace* and to find out the buyer's legal protection due to default by the seller in the online sale and purchase agreement on the Lazada *Marketplace*. This study uses normative legal research. The study results show that sellers committed default cases in carrying out what was promised. However, it should not have been promised. The seller is responsible for exchanging goods in line with the two principles of accountability, namely, the principle of liability based on fault and the principle of breach of warranty. According to Article 1234 of the Civil Code, compensation for costs, losses, and interest due to non-fulfillment of the agreement is only obligatory if the party must fulfill the agreement after being declared negligent in fulfilling the agreement. The seller must carry out the form of responsibility as compensation. Legal protection for buyers due to default by sellers in online sales and purchase agreements on the Lazada *Marketplace* can be done internally and externally.

**Keywords:** Buying and selling transaction, responsibility, Items that are not compatible

## PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia mencakup berbagai unsur kebutuhan untuk melangsungkan keseimbangan fisiologis maupun psikologis. Kebutuhan pokok manusia itu sendiri berupa sandang, pangan, dan papan. Pemenuhan kebutuhan manusia dapat diperoleh melalui salah satu cara yakni dengan transaksi jual beli. Kegiatan transaksi jual beli telah berkembang beriringan dengan meningkatnya teknologi. Dengan adanya perkembangan teknologi sangat membantu dalam proses pemenuhan kebutuhan manusia seperti dengan cara melakukan transaksi jual beli berbasis internet (Anggien 2021).

Pemakaian media elektronik dalam perkembangan teknologi semakin memberikan kemudahan bagi setiap orang. Salah satu bukti dari perkembangan media elektronik adalah tercipta *E-Commerce*. *E-Commerce* juga dikenal sebagai perdagangan elektronik atau perdagangan internet (Romindo dkk. 2019). Saat ini, *E-Commerce* menjadi mode yang menonjol dan tumbuh secara signifikan di seluruh dunia. Nyaris seluruh produk tersedia di *E-Commerce*, mulai dari jasa hingga segala jenis produk makanan, tiket transportasi umum, dan obat-obatan. Dalam peningkatan media *E-Commerce* juga melahirkan adanya *Marketplace* (Iqbal 2018).

*Marketplace* merupakan situs dari *E-Commerce* yang menghubungkan penjual dengan pembeli. *Marketplace* juga sering kali disebut sebagai layanan *mall* berbasis internet. Definisi lain dari *Marketplace* juga diartikan sebagai wadah komunitas berbisnis secara elektronik yang menyediakan tempat dimana suatu perusahaan dapat mengambil bagian dalam kegiatan seperti jual beli (Susanti 2022). Mengenai jenis *Marketplace* dewasa ini sangat banyak di dunia seperti Amazon, eBay, Tokopedia, Zalora, dan Snapdeal. Berdasarkan data melalui datadaboks yang bersumber dari *iprice.co.id* kuartal 1 tahun 2022 sebanyak 357,8 juta yang telah mengunjungi *Marketplace* di Indonesia. Posisi pertama dengan pengunjung terbanyak yakni Tokopedia sebanyak 157,2 juta pengunjung, Shopee sebanyak 132,8 juta pengunjung, Lazada 24,7 juta pengunjung, Bukalapak 23,1 juta pengunjung, dan Orami sejumlah 20 juta pengunjung (Azkiya 2022).

Pada dasarnya transaksi jual beli melalui *Marketplace* hampir sama halnya dengan transaksi jual beli secara konvensional. Namun, perbedaannya hanya terletak pada para pihak jual beli tidak bertemu secara langsung. Para pihak tersebut melaksanakan transaksi jual beli secara elektronik melalui *Marketplace*. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) Pasal 1457 menjelaskan definisi jual beli yang berbunyi “Suatu

persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.” Melalui pasal ini diketahui bahwa jual beli adalah suatu kesepakatan perjanjian timbal balik bersama dimana penjual harus menyerahkan barangnya kepada pembeli dan pembeli harus membayar sesuai dengan harga tersebut (Haryati 2015). Perjanjian adalah salah satu sumber perikatan selain sumber perikatan yang berasal dari undang-undang. Perjanjian tersebut menimbulkan hubungan dua orang yang terikat dengan suatu perikatan. Perjanjian sendiri dibuat secara sah dan mempunyai kekuatan hukum yang berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak pembuatnya. Perihal ini telah dicantumkan pada Pasal 1338 ayat (1) KUHPdt dengan bunyi “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.” (Pabella 2022).

Berdasarkan definisi umum Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 Ketentuan Umum angka 2, dijelaskan bahwa transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilaksanakan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Transaksi elektronik ini dapat melalui *Marketplace*. Berkaitan dengan makna *Marketplace* yaitu suatu tempat atau “wadah” yang menjadi jembatan interaktif bagi penjual yang menjual suatu barang atau jasa dengan pembeli sebagai pihak yang membutuhkan barang atau jasa yang diperdagangkan oleh penjual (Rofna 2022). Mengenai pihak-pihak dalam proses jual beli pada *Marketplace* tersebut diklasifikasikan menjadi dua golongan. Golongan pertama berupa golongan penyelenggara jasa seperti pihak agen jasa pengiriman dan penyedia dana dalam pembayaran. Golongan kedua merupakan pembeli atau pengguna dan penjual barang atau jasa (Iqbal 2018).

Pihak-pihak dalam transaksi jual beli *Marketplace* tersebut memiliki hubungan hukum. Hubungan hukum ini melalui adanya perjanjian lalu lahir suatu perikatan dan timbul akibat hukum bagi para pihak. Akibat hukum berupa terbitnya hak dan kewajiban untuk masing-masing pihak (Sumual dan Muhammad 2022). Hak dan kewajiban yang tertera dalam perjanjian harus dipenuhi oleh para pihak. Lewat kesepakatan perjanjian ini, mempunyai tujuan guna para pihak yang bersangkutan dapat melaksanakan apa yang telah disepakati, menghindari terjadinya suatu perselisihan, serta membantu ketika semisal terdapat perselisihan (Sinaga 2019).

Suatu perjanjian memiliki kriteria perjanjian yang sah menurut hukum dan harus memenuhi syarat

sahnya perjanjian yang tercantum pada Pasal 1320 KUHPdt. Pasal 1320 KUHPdt sebagai instrumen untuk memeriksa sah atau tidaknya perjanjian yang dibuat oleh para pihak. Unsur-unsur syarat sahnya perjanjian terdapat 4 (empat) syarat sah yang harus dipenuhi yaitu pertama kesepakatan bagi mereka yang mengikatkan diri dalam perjanjian, kedua kecakapan para pihak, ketiga adanya suatu hal tertentu dan keempat terdapat sebab yang halal atau diperbolehkan (Gusti 2018). Syarat-syarat ini terbagi menjadi dua klasifikasi berupa syarat subjektif dan syarat objektif. Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subjektif dimana berkaitan pada subjek pembuat perjanjian. Sedangkan syarat ketiga dan keempat adalah syarat objektif karena melibatkan objek dari perjanjian tersebut (Subekti 2005).

Patokan terhadap pelaksanaan suatu perjanjian dapat ditilik melewati seberapa jauh para pihak memenuhi hak dan kewajibannya dengan tepat. Namun prakteknya, masih sering dijumpai perjanjian tidak berjalan dengan mulus hingga terkadang memicu konflik permasalahan. Permasalahan tersebut bersangkutan dengan hak dan kewajiban para pihak (Sinaga 2019). Sementara dalam transaksi elektronik melalui *Marketplace* menggunakan perjanjian elektronik. Pada perjanjian elektronik dijelaskan dalam Pasal 48 Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Pasal 48 tersebut mencantumkan unsur-unsur perjanjian elektronik (Yaqin 2019).

Salah satu *Marketplace* di Indonesia adalah Lazada. Lazada sendiri berdiri pada tahun 2012 oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant. Perusahaan tersebut dibawah naungan Alibaba Group. Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Menggunakan Twitter API (Studi Kasus: Tokopedia, Lazada dan Bukalapak) menyatakan bahwa *Marketplace* Lazada merupakan *Marketplace* dengan Keluhan paling banyak. Total keluhan Lazada mencapai 71.44% dengan kualifikasi 4 faktor yakni terkait faktor *update* pemesanan yang lama 17,86%, produk cacat atau palsu 17,86%, *refund* atau *return* barang bermasalah 17,86%, dan pengiriman barang yang bermasalah 17,86%. Hal tersebut tampak melalui perbandingannya dengan total keluhan Tokopedia berjumlah 38.47% dan total keluhan Bukalapak sebesar 31,04% (Pulakiang, Wiranatha, dan Batmetan 2019). Dengan hal ini, terbukti bahwa masih banyak transaksi jual beli secara *online* dalam Lazada yang merugikan konsumen seperti wanprestasi.

Terdapat contoh kasus wanprestasi pada *Marketplace* Lazada, dialami oleh konsumen bernama Hendrik melakukan pembelian TV TCL 43-inch dengan

tipe 43A8 di Lazada dengan nomor order 429194208535373 tanggal 7 Juli 2020 di Toko TCL *Official Store*. Pengiriman barang tersebut oleh kurir Ninja Xpress dan memiliki nomor resi NLIDAT0000530828. Namun, saat Hendrik membuka paket pesannya berisi TV bekas bermerek Toshiba yang Hendrik dapatkan. Mengetahui bahwa tidak sesuai dengan pesannya, Hendrik telah melakukan proses pengembalian sesuai prosedur saat itu juga tetapi tidak ada tanggapan dari Toko TCL *Official Store* atau tindak lanjut atas kesalahan pesanan Hendrik (Hendrik 2020).

Pada Lazada sendiri memiliki syarat dan ketentuan/*term and conditions* sebagai ketentuan perjanjian pada bab penjualan produk yang menyatakan bahwa “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.” Setiap penjual yang menjual produknya harus tunduk pada ketentuan dari Lazada selaku penyelenggara/*platform* sebagai sebuah perjanjian yang mengikat.

Meskipun perjanjian dibentuk dengan maksud agar semua transaksi berjalan dengan baik, tetapi ketika salah satu pihak tidak memenuhi isi perjanjian (prestasi) maka hal ini dikatakan wanprestasi. Wanprestasi mampu terjadi dikarenakan atas kesengajaan maupun tidak sengaja salah satu pihak, lalu bisa terjadi juga ketika salah satu pihak tidak memiliki kemampuan untuk melaksanakan prestasi tersebut (Sinaga dan Darwis 2015). Transaksi jual beli melalui *Marketplace*, kadang kala masih sering ditemui salah satu pihak melakukan wanprestasi. Wanprestasi ini berupa melakukan perjanjian tetapi tidak sesuai dengan perjanjian. Antara lain dalam hal ini mengenai mengirim barang pesanan yang tidak sesuai dengan kesepakatan perjanjian (Yaqin 2019).

Peristiwa tersebut sangat merugikan bagi konsumen, terlebih lagi terjadinya pesanan dengan barang yang datang tidak sesuai bahkan berbeda masih marak terjadi di *Marketplace*. Terkait kerugian pembeli akibat barang pesanan tidak sesuai pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 Huruf c dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi dan jaminan barang dan/jasa. Lalu pada Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Konsumen yang dirugikan akibat menerima barang tidak sesuai gambar tersebut memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (S. A. Pratama 2020). Berangkat dari kasus tersebut maka timbul ketertarikan untuk dijadikan penelitian guna

mengkaji lebih dalam mengenai “Tanggung Jawab Penjual terhadap Barang Tidak Sesuai dalam Perjanjian Jual Beli Secara Daring di Lazada”.

## METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian hukum normatif. Dengan alasan judul dan rumusan masalah meneliti terkait perjanjian *online* di Lazada yang tidak dipenuhi oleh penjual. Perjanjian tersebut sama dengan dasar hukum undang-undang bagi pembuatnya dan pihak yang terlibat. Dalam hal ini terjadinya kekaburan. Maka dari itu, penelitian ini ingin menggali bagaimana bentuk tanggung jawab wanprestasi penjual dalam perjanjian jual beli secara *online* di *Marketplace* Lazada.

Dalam penelitian hukum, pendekatan yang berupa pendekatan undang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pada pendekatan perundang-undangan ini melihat dari sisi struktur norma dalam perwujudan *hierarki* peraturan perundang-undangan. Dengan mendalami peraturan perundang-undangan akan menghubungkan isu hukum dalam penelitian ini. Sedangkan pendekatan konseptual merupakan landasan, sudut pandang, serta doktrin yang tumbuh dalam ilmu hukum (Diantha 2016).

Pada teknik analisis menggunakan teknik preskriptif. Teknik preskriptif ini merupakan teknik analisis dengan memberikan paparan argumentasi atas hasil penelitian yang telah dilakukan. Argumentasi tersebut digunakan untuk memberikan preskripsi atau penilaian terkait betul, salah, ataupun hal apa yang sepatutnya menurut hukum terhadap fakta atau peristiwa hukum dari hasil penelitian (Diantha 2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum *Marketplace* Lazada

Aktivitas ekonomi pada era sekarang semakin maju melalui perkembangan media elektronik. Dengan adanya hal tersebut akan lebih mudah untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Awal mulanya transaksi jual beli yang dilaksanakan secara konvensional yakni dengan langsung bertemunya pembeli dan penjual. Kini, transaksi jual beli dapat dilakukan tanpa bertemu dengan adanya perkembangan media elektronik melalui E-Commerce atau *Marketplace* (G. Pratama 2020). Seperti halnya, transaksi jual beli melalui online atau melalui dengan bertemu langsung pasti menimbulkan suatu perjanjian yang dilandasi oleh rasa kepercayaan antara penjual dan pembeli pada proses bertransaksinya.

Pada intinya transaksi jual beli *online* baik melalui media sosial, website, maupun *Marketplace*

melewati proses yang sama. Berawal dari proses penawaran, penerimaan, pembayaran, hingga berakhir pada proses pengiriman dan penerimaan. Melalui proses penawaran, penjual melaksanakan dengan mengunggah gambar atau video beserta lengkap penjelasan harga, pilihan ukuran, pilihan warna, dan lainnya sesuai pada barang apa yang akan ditampilkan pada katalog toko. Bahkan salah satu fungsi dari katalog tersebut adalah sebagai promosi untuk menarik pembeli. Hal ini sesuai yang tercantum Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) tepatnya dalam Pasal 7 huruf a mengatur bahwa kewajiban penjual yakni memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait kondisi barang dan/atau jasa yang akan dijual.

Kemajuan transaksi jual beli *online* sejalan dengan lahirnya berbagai *Marketplace* di Indonesia, salah satunya Lazada. *Marketplace* Lazada berperan sebagai penyelenggara sistem elektronik. Seperti yang tertuang dalam Pasal 1 angka 6a UU ITE menjelaskan penyelenggara sistem elektronik adalah

“Setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain”

Lazada berdiri pada tahun 2011 oleh Rocket Internet di Singapura. Pada tahun 2012 bulan Maret, Lazada diluncurkan di beberapa negara seperti Malaysia, Indonesia, Vietnam, Filipina, dan Thailand. Lazada merupakan salah satu perusahaan *Marketplace* yang masuk bergerak dalam bentuk tipe *Business to Customer* (B2C) yang artinya adalah menarik *customer* individu dan melakukan transaksi di situs mereka. Dimana B2C ini tipe yang lebih condong untuk fokus dalam mekanisme bagi pembeli guna dapat mengakses situs web yang disediakan oleh perusahaan. Kemudian perusahaan bisa berfokus pada pelayanan penjual untuk pembeli ini menjadi tantangan utama bagi perusahaan karena perusahaan menyediakan layanan berbelanja dari rumah secara *online*, selama 7 hari dalam seminggu, dan dapat dilaksanakan selama 24 jam (Farera 2020).

Lazada merupakan salah satu pusat belanja *online* yang memiliki pelbagai macam jenis produk seperti: Elektronik; Fashion Wanita dan Pria; Peralatan Rumah Tangga; Obat Kesehatan; Kosmetika; Bayi dan

Mainan Anak; Olahraga & Travel; Groceries (Grosir); Otomotif; dan masih banyak lagi. Selain melalui alamat website, Lazada juga bisa diakses melalui aplikasi *mobile* pada *smartphone* seperti android dan IOS. Pada *Marketplace* Lazada, ketika seseorang ingin melakukan transaksi jual beli *online* dalam *Marketplace* Lazada baik sebagai pengunjung, pembeli, maupun penjual, langkah awal yang harus dilakukan yakni melakukan pendaftaran atau membuat akun Lazada. Melakukan aktivitas jual beli *online* tentu tidak selalu akan berjalan mulus dan lancar. Permasalahan dalam transaksi jual beli *online* belakangan ini sering dijumpai, kerap kali pihak pembeli mengalami kerugian. Hal ini, disebabkan dengan adanya permasalahan antara penjual dan pembeli. Karena dalam transaksi jual beli *online* tidak akan lepas dari perjanjian yang telah para pihak sepakati. Dalam pelaksanaan perjanjian tersebut terdapat salah satu pihak yang tidak memenuhi isi prestasi dari perjanjian. Maka dengan demikian artinya salah satu pihak telah melakukan wanprestasi.

Sebagai contoh adalah kasus wanprestasi yang dibuat oleh penjual di Lazada ini dialami oleh pembeli bernama Hendrik melakukan pembelian TV TCL 43-inch dengan tipe 43A8 di Lazada dengan nomor order 429194208535373 tanggal 7 Juli 2020 di Toko TCL *Official Store*. Pengiriman barang tersebut oleh kurir Ninja Xpress dan memiliki nomor resi NLIDAT0000530828. Namun, saat Hendrik membuka paket pesannya berisi TV bekas bermerek Toshiba yang Hendrik dapatkan. (Hendrik 2020). Kasus tersebut artinya penjual telah melakukan wanprestasi dalam melakukan apa yang dijanjikan. Namun, tidak semestinya yang telah dijanjikan.

## **B. Bentuk Tanggung Jawab Penjual atas Wanprestasi dalam Perjanjian Jual Beli Secara *Online* di *Marketplace* Lazada**

Perjanjian jual beli secara online di Lazada sama halnya dengan perjanjian jual beli secara tradisional atau konvensional. Namun terdapat perbedaan yang terletak dalam pelaksanaannya dimana perjanjian jual beli secara online dilaksanakan penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka secara langsung. Sementara perjanjian jual beli konvensional penjual dan pembeli harus untuk bertatap muka. Meskipun begitu dengan perbedaan yang mendasar tersebut syarat dan ketentuan perjanjian tetaplah sama yakni termuat dalam Pasal 1320 KUHPdt. Pada Pasal 1320 KUHPdt salah satunya adalah adanya kesepakatan. Dalam perjanjian jual beli secara online penerapan kesepakatan ini karena terdapat pernyataan kehendak.

Pernyataan kehendak sendiri memiliki 2 unsur yakni kehendak dan pernyataan. Teori kehendak sendiri berprinsip apabila suatu persetujuan yang tidak sesuai dengan kehendak yang sesuai maka persetujuan tidak sah. Lalu dalam unsur pernyataan ini yang menjadi sebuah patokan adalah apa yang dinyatakan orang tersebut. Sehingga dalam perjanjian jual beli jika terdapat pernyataan dua orang bertemu maka telah terjadi perjanjian dan mengikat seluruh pihak (Hernoko 2021).

Kaitan dari teori kesepakatan pada implementasi teori kesepakatan jual beli online melalui hasil analisis dalam *Marketplace* Lazada adalah pembeli memencet tombol keranjang lalu membeli barang sesuai keinginan. Kemudian pihak pembeli akan hingga membayarnya merupakan tanda penjual juga sudah menyetujui akan barang yang dimaksud. Apabila seluruh langkah pemesanan sudah dilalui oleh pembeli, maka barang pesanan pembeli akan masuk pada daftar pesanan dan akan diproses oleh penjual untuk pengemasan dan dikirimkan kepada alamat yang sesuai pembeli isi. Dengan kata lain juga, teori menyatakan bahwa kesepakatan para pihak dinyatakan sebuah kehendak yang sama dalam barang yang dijual, cara pembayaran, harga, dan lainnya. Ketika keadaan tersebut tercapai, maka dalam jual beli online tersebut telah terpenuhi implementasi teori kesepakatan secara hukum.

Pada proses transaksi jual beli secara online, pembeli tidak dapat melihat wujud fisik barang yang akan dipesan secara langsung. Ketika pembeli telah menyetujui untuk membeli barang tersebut, artinya pembeli hanya melihat keadaan barang pesannya berdasarkan gambar dan penjelasan deskripsi yang tertera. Apakah barang pesanan yang akan diterima ternyata tidak sesuai dengan apa yang sudah dicantumkan dalam deskripsi, maka pembeli memiliki hak untuk mendapatkan pengembalian barang (*return*) atau pembeli menginginkan penukaran barang yang sesuai dengan apa yang diperjanjikan. Perjanjian jual beli ini telah terjadi sejak tercapainya kata sepakat walaupun barang belum diterima oleh pembeli. Sesuai dengan Pasal 1458 KUHPdt. Dengan demikian, pihak penjual harus melaksanakan seluruh prestasi yang tercantum dalam perjanjian.

Pada Pasal 1313 KUHPdt yang menjelaskan bahwa "Perjanjian adalah kesepakatan yang mengikat bagi kedua belah pihak" hal ini juga menjadi landasan bagi seluruh pihak yang melakukan transaksi jual beli di *Marketplace* Lazada. Perjanjian yang mana perjanjian tersebut berisi bahwa penjual wajib tunduk pada *term and conditions* Lazada. Keadaan tersebut

ditandai pada saat pembuatan akun disertai dengan tanda persetujuan syarat dan ketentuan yang terlampir di Lazada. Sama halnya dengan penjual yang membuat akun dan mendaftarkan diri sebagai penjual di *Marketplace* Lazada untuk harus tunduk pada syarat dan ketentuan. Seperti pada bab penjualan klausul 2 yang menyatakan bahwa “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”. Dengan syarat dan ketentuan tersebut apabila penjual tidak memberikan deskripsi yang sesuai dan mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi artinya penjual telah melanggar klausul dari perjanjian pada syarat dan ketentuan tersebut dan telah melakukan wanprestasi.

Wanprestasi sendiri berarti kelalaian, kealpaan, cidera janji, tidak menepati kewajibannya dalam perjanjian. Menurut Subekti mengungkapkan bahwa wanprestasi artinya debitur tidak melaksanakan apa yang dijanjikan atau disebut alpa atau lalai. Kelalaian debitur tersebut berupa (Subekti 2005):

1. Tidak melakukan apa yang semestinya dilakukannya;
2. Melakukan apa yang dijanjikan. Namun, tidak semestinya yang telah dijanjikan;
3. Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat; dan
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dijanjkannya (Subekti 2005).

Berdasarkan kasus wanprestasi yang dialami oleh Hendrik dalam hal ini berupa melakukan apa yang dijanjikan. Namun, tidak semestinya yang telah dijanjikan. Diketahui juga bahwa sesuai perjanjian dan kesepakatan Hendrik memesan TV TCL 43-inch dengan tipe 43A8, ternyata saat pesanan datang dan dibuka oleh Hendrik isi dari pesanan berupa TV bekas bermerek Toshiba. Benar penjual telah melaksanakan perjanjiannya dengan mengirimkan barang sesuai pada alamat Hendrik. Namun, penjual mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjian. Penjual memiliki tanggung jawab untuk melakukan penukaran barang dengan barang pesanan yang sesuai diperjanjian oleh penjual dan pembeli.

Tanggung jawab merupakan suatu mekanisme yang dipergunakan dalam hubungan hukum yang mempunyai sebab-akibat. Hubungan hukum menimbulkan akibat hukum dari terbentuknya peristiwa hukum. Melalui hubungan hukum tersebut hubungan antara seluruh pihak melekat dengan hak dan kewajiban. Sebagai bagian dari kewajiban maka tanggung jawab adalah bagian akhir dari hubungan

tersebut ketika salah satu pihak tidak dapat terpenuhi haknya, maka layaknya pihak yang tidak memenuhi kewajiban tersebut harus melakukan tanggung jawab kepada pihak lainnya yang dirugikan. Hal itu juga sejalan dengan dua prinsip pertanggung jawaban. Pertama, selaras dengan prinsip tanggung jawab berdasarkan adanya unsur kesalahan (*liability based on fault*), yang mana pada prinsip tersebut telah membuktikan kesalahan yang dibuat oleh penjual yang mengakibatkan kerugian serta ketidakpuasan dari pembeli. Kedua, cocok dengan prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*), dimana pada prinsip ini meskipun penjual telah berusaha untuk menepati janjinya dan memenuhi kewajibannya, jika pembeli merasa mengalami suatu kerugian, maka penjual tersebut tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita pembeli (Maulana 2023).

Adapun akibat hukum penjual yang melakukan wanprestasi selain penjual harus bertanggung jawab sesuai prinsip tanggung jawab. Pertama pembeli tetap berhak dalam pemenuhan perjanjian, apabila masih memungkinkan dilakukan. Kedua pembeli memiliki hak atas ganti kerugian baik bersamaan dengan pemenuhan prestasi atau dengan mengganti pemenuhan prestasi. Ketiga sesudah terjadinya wanprestasi, maka *overmacht* tidak memiliki kekuatan untuk membebaskan penjual. Melihat pada kasus wanprestasi ini, menurut hasil analisis sebenarnya penjual telah memenuhi perjanjian hanya saja tidak sesuai dengan sebagaimana perjanjiannya. Maka dari itu, layaknya penjual tetap melakukan pemenuhan hak pembeli dengan cara melakukan ganti kerugian sesuai pada perjanjian yang telah penjual dan pembeli sepakati tersebut.

Wanprestasi yang dilakukan oleh penjual harus melakukan tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada pembeli yang mengalami kerugian. Menurut Pasal 1234 KUHPdt, pengganti biaya, rugi, dan bunga karena tidak terpenuhinya perjanjian, barulah diwajibkan jika pihak yang memiliki kewajiban prestasi dalam perjanjian setelah dinyatakan lalai untuk memenuhi perjanjiannya. Jadi, dalam hal ini ganti kerugian yang harus dilakukan oleh penjual karena telah melakukan wanprestasi menurut KUHPdt itu adalah ganti kerugian yang timbul karena penjual yang mempunyai kewajiban melaksanakan prestasi dalam perjanjian jual beli tersebut berupa mengirimkan barang pesanan yang sesuai sebagaimana mestinya.

Bila merujuk pada kasus wanprestasi di *Marketplace* Lazada yang terjadi pada pembeli

bernama Hendrik. Dimana kasus ini pembeli tidak menerima barang sesuai dengan barang yang diperjualbelikan dalam Toko TCL *Official Store* serta tidak sesuai dengan deskripsi barang bahkan barangnya berbeda saat Hendrik terima. Maka layaknya, penjual harus melakukan tanggung jawab. Tanggung jawab penjual atas wanprestasi tersebut terdapat 3 (tiga) macam dari ganti kerugian menurut Pasal 1246 KUHPd berupa:

1. Biaya (*Kosten*), yakni penggantian biaya ini seluruh pengeluaran atau ongkos yang dikeluarkan. Dalam syarat & ketentuan Lazada ketika pembeli menerima barang yang tidak sesuai dan berniat untuk melakukan proses pengembalian/penggantian barang maka jika penjual telah setuju pembeli akan mendapatkan seluruh pengembalian dana.
2. Rugi (*Schaden*), yakni kerugian yang dirasakan oleh pembeli karena penjual tidak mengirimkan barang sesuai dengan pesanan. Maka penjual harus melakukan ganti rugi dengan cara harus menggantikan barang yang tidak sesuai dengan persyaratan dan ketentuan yang disepakati dengan pembeli.
3. Bunga (*Interessen*), yakni keuntungan yang seharusnya diperoleh oleh pembeli sebagai pihak yang memiliki hak untuk menerima prestasi, jika penjual sebagai pihak yang berkewajiban untuk memenuhi prestasi dalam perjanjian ternyata lalai. Penjual harus memberikan kompensasi atas kerugian yang diderita oleh pembeli saat melakukan pengiriman pengembalian barang. Kompensasi dapat berupa penggantian biaya pengiriman barang, biaya tambahan yang dikeluarkan oleh pembeli.

Penjual Toko TCL *Official Store* yang telah melakukan wanprestasi dengan mengirimkan barang yang tidak sesuai dalam pemesanan Hendrik. Pesanan tersebut seharusnya adalah TV TCL 43-inch dengan tipe 43A8 tetapi justru TV bekas bermerek Toshiba yang dikirimkan. Atas hal tersebut maka, tanggung jawab yang harus dilakukan oleh penjual adalah ganti kerugian. Jadi Hendrik sebagai pembeli dapat meminta ganti rugi kepada penjual. Hal yang harus dilakukan oleh Hendrik dalam meminta ganti rugi kepada penjual harus sesuai dengan syarat dan ketentuan dalam Lazada. Ketika Hendrik mengetahui bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan kesepakatan perjanjian, Hendrik melakukan proses pengembalian barang sesuai prosedur tetapi tidak ada tanggapan dari Toko TCL *Official Store*. Dalam hal ini, seharusnya bentuk tanggung jawab dari penjual adalah merespon proses

pengembalian yang telah diajukan oleh Hendrik. Melalui respon pengembalian tersebut selanjutnya Toko TCL *Official Store* mengirimkan kembali barang yang sesuai yakni TV TCL 43-inch dengan tipe 43A8. Proses pengembalian barang yang tidak sesuai tersebut tercantum pada Klausul 7.3 Penggantian Produk Syarat dan Ketentuan Lazada

“Penggantian Produk: Penggantian Produk dilakukan hanya jika Lazada dan/atau Penjual telah setuju. Jika Lazada (atau Penjual) telah setuju memberikan penggantian Produk atau telah setuju untuk memberikan pengembalian dana kepada Pelanggan, Produk dan seluruh komponen atau lengkap dengan kemasannya dan seluruh isi-nya, wajib dikembalikan atau dikirim kembali ke Penjual secepatnya dengan biaya pengiriman ditanggung oleh Pelanggan.”

Sebagaimana harusnya pembeli harus menerima kompensasi, ganti rugi, dan atau penggantian ketika mendapat barang yang tidak sesuai. Pada ketentuan Pasal 4 UUPK Hendrik sebagai pembeli yang haknya telah dilanggar oleh penjual yakni berupa Hendrik yang pada saat itu tidak mendapat penggantian barang padahal barang tersebut tidak sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Kondisi seperti ini yang membuat pembeli atau konsumen diberikan hak yang lebih berat sebelah daripada penjual atau pelaku usaha. Maka dari itu, pembeli memiliki kewajiban untuk membayar sesuai harga nilai kesepakatan dan konsumen atau pembeli semestinya memperoleh hal yang telah diperjanjikan. Dalam hal ini, tidak hanya penjual, tetapi *Marketplace* juga memiliki tanggung jawab atas transaksi yang dilakukan oleh para pihak pengguna aplikasi tersebut yang dicantumkan pada syarat dan ketentuan *Marketplace*. Mengenai kebijakan Lazada terkait pengembalian adalah Lazada menjamin pengembalian dana hingga 7-15 hari. Hari pengembalian tersebut bervariasi tergantung pada jenis barang di Lazada. Tiga jenis barang ini berupa dalam barang LazMall dengan estimasi pengembalian 15 hari, barang *Marketplace* pengembalian berjangka waktu 7 hari kepada penjual, dan barang koleksi global atau taobao / crossborder memiliki waktu 7 hari juga untuk pengembalian barang dengan mudah. Namun, barang digital dikecualikan dari cakupan kebijakan pengembalian contohnya *E-Book*, *E-Journal*, *film*, musik, atau *software* lainnya. Barang digital ini memiliki estimasi pengembalian dimulai dari tanggal pengiriman barang.

Lazada sendiri memiliki 2 tawaran melalui dengan cara apa barang tersebut dapat dikembalikan. Pilihan yang diberikan oleh Lazada adalah

mengembalikan barang pesanan kepada penjual dengan cara pengembalian mudah 7 atau 15 hari atau pengembalian langsung ke *Merchant* (DRTM) dengan 7 hari pengembalian ke penjual. Pengembalian yang berlaku untuk setiap barang dapat ditemukan di detail layanan di halaman produk. Setelah memilih dari salah satu dari cara pengembalian tersebut, pilih barang yang akan dikembalikan. Pilihan *return* akan tersedia apabila barang pesanan tersebut telah terkirim. Ketika sudah memutuskan untuk mengembalikan maka akan tersedia *form* untuk diisi. *Form* tersebut berisikan barang apa yang akan dikembalikan, berapa jumlahnya, alasan pengembalian, dan unggah foto barang. Metode pengiriman ini terdiri dari 2 yakni cara *drop off* atau *pick up*.

Dalam beberapa kasus penjual dapat melakukan pengembalian dana sebelum barang dikembalikan. Dalam situasi seperti itu, pembeli dapat menyimpan barang tersebut atau membuangnya dan/atau pengembalian dana akan tetap dikreditkan kepada pembeli. Ini ditawarkan oleh penjual berdasarkan beberapa kasus. Apabila penjual menolak permintaan pengembalian langsung ke *Merchant* (DRTM), atau tidak membalas jika ada permintaan DRTM pembeli ditolak, pembeli dapat mengajukan sengketa jika pembeli tidak setuju dengan keputusan penjual. Jika penjual tidak membalas dalam 3 hari kerja, sistem *Marketplace* Lazada akan mengajukan sengketa secara otomatis. Setelah perselisihan diajukan dengan informasi terperinci yang diberikan oleh pembeli dan penjual, Lazada akan turun tangan dan membantu menemukan kesimpulan yang adil bagi kedua belah pihak (Lazada 2020).

Analisis dari kasus yang dialami oleh Hendrik terkait bagaimana tanggung jawab penjual adalah Hendrik setelah melakukan seluruh tahapan proses pengembalian barang, tetapi tidak ada balasan dari penjual Toko TCL *Official Store* maka layaknya apabila kesalahan dilakukan oleh penjual atau *seller* maka *Marketplace* sebagai perantara bertanggung jawab atas penyediaan layanan dari sistem aplikasi atau situs web karena *Marketplace* menyediakan wadah untuk berjualan, fasilitas pembayaran, dan sistem yang aman dalam berinteraksi jual beli secara *online*. Dengan demikian, bentuk tanggung jawab dari kasus wanprestasi yang terjadi oleh Hendrik adalah ganti rugi berupa pengembalian barang dan ditukar dengan barang yang sesuai perjanjian atau pengembalian barang dan pengembalian dana. Hal ini sesuai dengan syarat dan ketentuan di Lazada dan tentu juga sesuai dengan pasal 1246 KUHPdt.

### C. Perlindungan Hukum Pembeli Akibat Wanprestasi yang Dilakukan Penjual dalam Perjanjian Jual Beli secara *Online Marketplace*

Bertransaksi jual beli secara online turut diatur pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Transaksi jual beli online sah jika merujuk dalam UU ITE dengan tidak dibenarkan melanggar aspek hukum. Kesepakatan antara pihak dalam transaksi jual beli online berlangsung jika penawaran transaksi yang penjual kirim, dapat diterima oleh pembeli dan mendapatkan persetujuan dari pembeli. Perlindungan konsumen menjamin adanya kepastian hukum bagi pembeli yang merasa dirugikan sehingga dapat terwujud tujuan perlindungan konsumen.

Menurut analisis dari kasus wanprestasi yang ditulis sebelumnya, pembeli yang bernama Hendrik telah mengalami kerugian yang timbul dari perbuatan wanprestasi penjual. Berdasarkan kasus tersebut sebenarnya Hendrik ketika mengetahui bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan pesannya, maka Hendrik mengajukan permintaan pengembalian barang kepada penjual sesuai prosedur. Mengenai kebijakan pada syarat & ketentuan Lazada, pembeli dapat mengajukan pengembalian dalam jangka waktu 14 hari terhitung dari tanggal pengiriman barang. Namun, Permintaan pengembalian yang diajukan oleh Hendrik tidak ditanggapi. Melihat hal tersebut, Hendrik layaknya mendapat perlindungan hukum sebagai pembeli. Perlindungan hukum bagi pembeli apabila penjual melakukan wanprestasi diantaranya sebagai berikut:

#### 1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt)

Dalam KUHPdt jual beli sendiri tercantum pada Pasal 1457 dan Pasal 1474 menjelaskan terkait penjual memiliki 2 kewajiban yakni penjual harus menyerahkan barangnya dan menanggungnya. Karena tujuan akhir dari perjanjian jual beli adalah adanya perpindahan hak milik benda. Dengan memenuhi kewajiban utama tersebut penjual juga menerima haknya berupa pembeli membayar sesuai harga yang sudah disepakati. Mengenai kasus wanprestasi yang dialami Hendrik, dapat diketahui bahwa Hendrik sebagai pembeli telah melaksanakan kewajibannya yakni membayar sesuai dengan perjanjian. Namun, penjual Toko TCL *Official Store* tidak melakukan kewajibannya secara penuh berupa Toko TCL *Official Store* mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan



perjanjian. Pasal 1480 KUHPdt menerangkan pembatalan pembelian apabila terjadi kelalaian penjual. Adapun juga mengenai hak-hak pembeli yang tercantum pada Pasal 1481 KUHPdt dan kewajiban penjual terkait menyerahkan barang dengan kondisi yang utuh. Maksud dari kondisi yang utuh itu adalah sesuai dengan kondisi awal mula ketika disepakati untuk dibeli.

2. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Transaksi jual beli pada *Marketplace* telah diatur pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE menjelaskan “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik” maka ketika ada suatu wanprestasi yang dilakukan oleh penjual jadi dalam transaksi elektronik dianggap sah dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Pada intinya perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dalam hal ini terdapat Pasal 3 UUPK salah satunya yaitu menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. UUPK juga mencantumkan terkait hak-hak konsumen dimana salah satunya di Pasal 4 huruf e yaitu konsumen berhak untuk memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, kemudian pada huruf h disebutkan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian ketika pembeli menerima barang pesanan tidak sesuai dengan perjanjian

Atas uraian tersebut, jika dikaitkan pada kasus Hendrik yang mengalami wanprestasi di *Marketplace* Lazada. Maka hal ini sudah cocok dengan teori perlindungan hukum serta sekaligus menjadi dasar perlindungan konsumen yang diciptakan guna memberi perlindungan kepada pihak yang mempunyai kedudukan lebih lemah melalui peraturan perundang-

undangan. Mengenai terjadinya wanprestasi, pembeli dapat menjadikan salah satu uraian di atas sebagai salah satu dasar dalam mendapatkan keadilan. Lazada sebagai penyelenggara perdagangan elektronik dalam hal ini sebagai perantara antara pembeli dan penjual juga telah memberikan pilihan ketika terjadi suatu masalah seperti wanprestasi yang dilakukan penjual di Toko Toko TCL *Official Store* 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, pembeli 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.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelum ini, Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam kasus ini ganti kerugian harus dilakukan oleh penjual karena telah melakukan wanprestasi menurut KUHPdt. Bentuk tanggung jawab yang harus dilakukan oleh penjual adalah ganti kerugian. Jadi Hendrik sebagai pembeli dapat meminta ganti rugi kepada penjual. Hal yang harus dilakukan oleh Hendrik dalam meminta ganti rugi kepada penjual harus sesuai dengan syarat dan ketentuan dalam Lazada. Pada *Marketplace* Lazada sendiri memiliki 2 tawaran melalui dengan cara apa barang tersebut dapat dikembalikan. Pilihan yang diberikan oleh Lazada adalah mengembalikan barang pesanan kepada penjual dengan cara pengembalian mudah 7 atau 15 hari atau pengembalian langsung ke *Merchant* (DRTM) dengan 7 hari pengembalian ke penjual.
2. Perlindungan hukum pembeli akibat wanprestasi yang dilakukan penjual dalam perjanjian jual beli secara *online* di *Marketplace* Lazada dapat dilakukan dengan cara internal yang berasal dari syarat dan ketentuan Lazada. Kemudian perlindungan hukum secara eksternal adalah perlindungan hukum dibentuk oleh pemerintah melalui Undang-Undang mengenai perlindungan hukum untuk pembeli ketika terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh penjual. Dalam hal ini

berupa dalam KUHPdt, UU Perlindungan Konsumen, dan UU Informasi dan Transaksi Elektronik.

### Saran

Terdapat beberapa saran atas penulisan skripsi yang dapat ditunjukkan kepada diantaranya:

1. Bagi konsumen atau pembeli disarankan untuk teliti, selektif, dan memperhatikan keamanan setiap memilih produk yang berupa barang atau jasa, agar tidak mengalami kerugian yang disebabkan oleh penjual yang kurang bertanggung jawab, serta memperhatikan ketentuan yang berlaku agar dapat menuntut ganti kerugian.
2. Bagi penjual dalam bertransaksi jual beli secara online harus selalu memberikan informasi, gambaran, dan penjelasan yang benar dan sesuai terhadap barangnya dengan tetap mengikuti syarat & ketentuan *Marketplace*. Karena terciptanya hubungan yang baik antara penjual dan pembeli maka akan tercipta suatu keadilan ketika sedang bertransaksi sekaligus dapat memberikan efek positif untuk keberlangsungan transaksi jual beli di masa depan.

### DAFTAR PUSTAKA

Anggien, Roy Putra. 2021. "PENERAPAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP."

Anggraeni, RR Dewi, dan Acep Heri Rizal. 2019. "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan." *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 6(3):223-38. doi: 10.15408/sjsbs.v6i3.11531.

Ardiansyah, Ridho. 2020. "TANGGUNG JAWAB PENJUAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN PADA SITUS JUAL-BELI ONLINE LAZADA."

Artaya, I. Putu, dan Tubagus Purworusmiardi. 2019. "EFEKTIFITAS *MARKETPLACE* DALAM MENINGKATKAN KONSENTRASI PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK BAGI UMKM DI JAWA TIMUR." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. doi: 10.13140/RG.2.2.10157.95206.

Azkiya, Vika. 2022. "Situs E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung\* Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022)." Diambil 9 November 2022 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>).

Darmawansyah, Trisna Taufik. 2020. "Akad As-Salam dalam Sistem Jual Beli Online Akad As-Salam dalam

Sistem Jual Beli Online." *JURNAL AGHINYA STIESNU BENGKULU* 3(1).

Darus, Mariam. 2006. *K.U.H. Perdata Buku III Hukum Perikatan dengan Penjelasan*. 2 ed. Bandung: Alumi.

Diantha, Made Pasek. 2016. *Metodologi penelitian hukum normatif dalam justifikasi teori hukum*. Jakarta: Prenada Media Group.

Dsalimunthe, Dermina. 2017. "Akibat Hukum Wanprestasi dalam Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (BW)." *Jurnal Al-Maqasid* 3(1). doi: <https://doi.org/10.24952/almaqasid.v3i1.1444.g1177>.

Farera, Ricardo. 2020. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN LAZADA (SITUS JUAL BELI ONLINE) DI PEKANBARU."

Fuady, Munir. 2002. *Hukum Kontrak (Dari Sudur Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung : PT. Citra Aditya Sakti.

Gumanti, Retna. 2012. "SYARAT SAHNYA PERJANJIAN (Ditinjau Dari KUHPerdata)." *Jurnal Pelangi Ilmu* 05(01).

Gusti, Hillary Ayu Sekar. 2018. "WANPRESTASI PENJUAL DALAM PERJANJIAN JUAL BELI E-COMMERCE."

Harahap, Yahya. 1986. *Segi-Segi Hukum Perjanjian*. Bandung: PT. Alumi.

Haryati, Lily. 2015. "Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Korban Penipuan Atas Jual Beli Barang Elektronik Secara Online di Indonesia dan Malaysia."

Hendrik. 2020. "Beli TV TCL 43 Inch di TCL Official Store Lazada Diantar Kurir Ninja Xpress Isinya TV Bekas." Diambil 19 Maret 2023 (<https://mediakonsumen.com/2020/08/08/surat-pembaca/beli-tv-tcl-43-inch-di-tcl-official-store-lazada-diantar-kurir-ninja-xpress-isinya-tv-bekas>).

Hernoko, Agus Yudha. 2021. *Hukum perjanjian : asas proporsionalitas dalam kontrak komersial*. Jakarta: Jakarta : Kencana.

Iqbal, Julian. 2018. "PERLINDUNGAN BAGI KONSUMEN ONLINE *MARKETPLACE* MELALUI MEKANISME ONLINE DISPUTE RESOLUTION (ODR)."

Khairandy, Ridwan. 2013. *Hukum Kontrak Indonesia : dalam perspektif perbandingan (Bagian Pertama)*. 1 ed. Yogyakarta: FH UII Press: Yogyakarta.

Lazada. 2012. "About Lazada." Diambil 26 Maret 2023 (<https://www.lazada.com/en/about/>).

Lazada. 2020. "How do I return the product? (Online Return Form)." Diambil 13 Juni 2023 (<https://www.lazada.co.id/helpcenter/how-do-i-return-the-product-6411.html?spm=a2o4j.helpcenter-topic.articles-list.1.17b41a29TA5jfw>).

- Maulana, Muhamad Reza. 2023. "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Akibat Wanprestasi Penjual Pada Marketplace Tokopedia Berdasarkan Hukum E-Commerce di Indonesia." Universitas Sebelas Maret.
- Muhammad, Abdulkadir. 2014. *Hukum Perdata Indonesia*. 5 ed. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Muhtarom, M. 2014. "Asas Asas Hukum Perjanjian Suatu Landasan dalam Pembuatan Kontrak." *Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta* 26(1).
- Nasution, Az. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen : Suatu Pengantar*. 1 ed. Jakarta: Diadit Media.
- Pabella, Bunga Septa. 2022. "Wanprestasi Pada Transaksi Jual Beli Online dengan Sistem Pembayaran Cash On Delivery Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen."
- Permana, Hilma Suci. 2022. "Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Jual Beli Dengan Penggunaan Akun Orang Lain Melalui Media Shopee Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Riau.
- Pratama, Gama. 2020. "Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19." *Ecopreneur : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1(2):21–34.
- Pratama, Sapta Abi. 2020. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS BARANG TIDAK SESUAI GAMBAR PADA TRANSAKSI DI MARKETPLACE." *Prosiding National Conference on Law Studied (NCOLS)* 2(1).
- Prodjodikoro, Wirjono. 1981. *Hukum Perdata tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*. 7 ed. Bandung: Sumur Bandung.
- Prodjodikoro, Wiryono. 2000. *Asas-Asas Hukum Perjanjian*. Bandung: Mandar Maju.
- Pulakiang, Anthoni Rivai, I. Made Nomo Wiranatha, dan John Reimon Batmetan. 2019. "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Menggunakan Twitter Api (Studi Kasus: Tokopedia, Lazada dan Bukalapak)." *IJIS - Indonesian Journal On Information System* 4(1):25. doi: 10.36549/ijis.v4i1.47.
- Rofna, Vanka. 2022. "Perlindungan Hukum Pembeli Akibat Penjual Melakukan Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shopee."
- Romindo, Muttaqin, Didin Hadi Saputra, Deddy Wahyudin Purba, M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, Aditya Halim Perdana Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, dan Janner Simarmata. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya-Google Books*. disunting oleh T. Limbong. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Salim. 2017. *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Satiah, dan Riska Ari Amalia. 2021. "KAJIAN TENTANG WANPRESTASI DALAM HUBUNGAN PERJANJIAN." 36(2).
- Sidabalok, Janus. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. 1 ed. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Sidharta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. 3 ed. Jakarta: Grasindo.
- Sinaga, Niru Anita. 2019. "Implementasi Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian." *JURNAL ILMIAH HUKUM DIRGANTARA* 10(1). doi: <https://doi.org/10.35968/jh.v10i1.400>.
- Sinaga, Niru Anita, dan Nurlely Darwis. 2015. "WANPRESTASI DAN AKIBATNYA DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN." *Jurnal Mitra Manajemen* 7(2).
- Soeroso, R. 2010. *Perjanjian Di Bawah Tangan: Pedoman Praktis Pembuatan Dan Aplikasi Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sofyana, Dinda. 2022. "Perjanjian jual beli online melalui Marketplace ditinjau dari hukum perdata dan hukum islam." Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Medan.
- Subekti. 2005. *Hukum Perjanjian*. 23 ed. Jakarta: Penerbit Intermasa.
- Sumual, Yonisha, dan Danang Wahyu Muhammad. 2022. "Kontruksi Hukum dalam Perjanjian Jual Beli Online." *Media of Law and Sharia* 3(2):142–54. doi: 10.18196/mls.v3i2.14333.
- Susanti, Dyah Ochtorina. 2022. "The Electronic Market (Marketplace) On Electronic Trade (E-Commerce) In Indonesia." *NOTARIAL Jurnal Kenotariatan* 7(1):24–31. doi: 10.22225/jn.7.1.2022.24-31.
- Tampubolon, Wahyu Simon. 2016. "upaya perlindungan hukum bagi konsumen ditinjau dari undang-undang perlindungan konsumen." *Jurnal Ilmiah "Advokasi"* 4(1).
- Tirtodiningrat, K. R. M. T. 1966. *Iktisar Hukum Perdata dan Hukum Dagang*. Jakarta: PT. Pembangunan.
- Wertz, Boris, dan Angela Tran Kingyens. 2015. "Marketplace-Handbook-a guide to Marketplace." Diambil 9 Januari 2023 (<http://versionone.vc/wp-content/uploads/2015/11/Marketplace-Handbook-11-08-2015.pdf>).
- Wijaya, Desy. 2020. *Marketplace Pedia*. 1 ed. Yogyakarta: Laksana.
- Yaqin, Ainul. 2019. "AKIBAT HUKUM WANPRESTASI DALAM JUAL BELI ONLINE MENURUT UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK." *Dinamika Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 25(6):10.