



## ACTA DIURNAL

Jurnal Hukum Kenotariatan dan ke-PPAT-an

ISSN: 2614-3542 EISSN: 2614-3550

Volume 2, Nomor 1, Desember 2018

---

### IMPLEMENTASI ASAS ITIKAD BAIK DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PEMBATALAN TRANSAKSI YANG DILAKUKAN OLEH SITUS BELANJA ELEKTRONIK

Amila Desiani<sup>a\*</sup>, Muhamad Amirulloh<sup>b</sup>, Agus Suwandono<sup>c</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Bandung

<sup>b</sup>Departemen Hukum Telekomunikasi Informasi Komunikasi dan Kekayaan Intelektual, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Bandung

<sup>c</sup>Departemen Hukum Ekonomi, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Bandung

---

#### INFORMASI NASKAH

Naskah diterima 17/11/2018

Naskah diterbitkan 27/12/2018

Halaman publikasi <http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/jad/issue/archive>

#### KORESPONDEN PENULIS

\* Email: [desianiamila@gmail.com](mailto:desianiamila@gmail.com)

#### ABSTRAK

Maraknya kehadiran *marketplace* di Indonesia tidak menutup kemungkinan adanya praktik itikad tidak baik dengan melakukan pembatalan transaksi secara sepihak kepada konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi hak konsumen atas informasi lengkap dan benar dalam transaksi jual beli *online* serta bagaimanakah tanggung jawab pengelola situs belanja *online* dalam penerapan asas itikad baik dalam hal pembatalan transaksi sepihak akibat kesalahan pencantuman suatu informasi berdasarkan UUPK dan UU ITE. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi hak konsumen atas informasi lengkap dan benar sudah diterapkan dalam suatu kontrak elektronik, tetapi tidak dalam suatu informasi produk yang ditawarkan. Tanggung jawab *marketplace* dalam memberikan ganti rugi yang didasarkan negosiasi terlebih dahulu untuk mencapai kesepakatan mengenai besarnya ganti kerugian kepada konsumen.

**Kata kunci:** *ecommerce*; pembatalan transaksi; perlindungan konsumen.

#### ABSTRACT

*The rise of marketplace presence in Indonesia does not rule out the possibility of bad faith practices by unilaterally canceling transactions to consumers. The purpose of this study is to determine the implementation of consumer rights to complete and correct information in online buying and selling transactions and how the responsibility of managers of online shopping sites in the application of good faith principles in the case of unilateral transaction cancellation due to inclusion of information based on UUPK and UU ITE. This research method uses a normative juridical approach with descriptive analytical research specifications. The results of the study indicate that the implementation of consumer rights to complete and correct information has been applied in an electronic contract, but not in an information product offered. The responsibility of the marketplace in providing compensation based on negotiations in advance to achieve agreement regarding the amount of compensation to consumers.*

**Keywords:** *ecommerce*; transaction cancellation; consumer protection.

## PENDAHULUAN

*Electronic commerce* merupakan salah satu aplikasi dari perkembangan teknologi internet yang terkait dengan dunia. *E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontrak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet.<sup>1</sup> Jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.

*E-commerce* menjadi salah satu alternatif yang paling menarik bagi konsumen untuk berbelanja secara fisik. Bagi pelaku usaha, *e-commerce* dianggap menarik karena tidak memerlukan modal yang besar untuk membeli atau menyewa tempat usaha, pasar yang besar karena internet dapat diakses oleh para konsumen dari seluruh dunia, dan keuntungan-keuntungan lainnya. Sedangkan bagi para konsumen *e-commerce* lebih menarik karena telah memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan belanja sehingga lebih cepat dan praktis, serta dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa terbatas oleh waktu maupun tempat.<sup>2</sup> Konsumen hanya perlu membeli barang yang diinginkannya tanpa perlu ke toko tempat barang itu dijual, sehingga dapat mengefisiensikan waktu.

Peningkatan penggunaan internet oleh penduduk Indonesia terutama dalam memanfaatkan perdagangan secara elektronik telah menarik para pelaku usaha atau perusahaan-perusahaan untuk menempatkan produk mereka dalam layanan-layanan *online* berbasis situs *marketplace*. Salah satu situs atau website *marketplace* yang cukup terkenal

di Indonesia saat ini yakni *lazada.co.id*. Lazada merupakan salah satu toko *online* yang saat ini sedang digemari oleh konsumen Indonesia. Lazada juga banyak menawarkan jenis barang seperti perlengkapan bayi, produk kecantikan, pakaian wanita maupun pria, perlengkapan rumah tangga, elektronik, mainan anak, mobil, motor, dan masih banyak lagi. Banyak konsumen Indonesia yang saat ini menggemari untuk berbelanja di Lazada karena Lazada sendiri memberikan kemudahan bagi para konsumennya.

Kehadiran *marketplace* ini tidak menutup kemungkinan adanya kelemahan yang dapat mengakibatkan kerugian yang ditanggung oleh konsumen.<sup>3</sup> Aktifitas yang dilakukan melalui internet dan kegiatan jual beli yang dilakukan tanpa bertatap muka antara konsumen dan pelaku usaha tidak menutup kemungkinan adanya kecurangan antara pelaku usaha dan konsumen. Kelemahan tersebut seperti halnya tentang adanya syarat dan ketentuan yang berlaku yang dibuat sepihak oleh *marketplace*. Hal ini dipicu dengan ketidaktepatan konsumen membaca atau tidak sama sekali membaca syarat dan ketentuan yang berlaku pada suatu *marketplace* tersebut. Hal ini terlihat sekali dari perjanjian baku yang siap untuk ditandatangani dan bentuk klausula baku atau ketentuan baku yang tidak informatif dan tidak bisa ditawar-tawar lagi.<sup>4</sup>

Kecurangan yang dilakukan pelaku usaha juga terjadi pada saat transaksi *online* sudah dilakukan. Bentuk kecurangan yang terjadi antara lain yakni ketika konsumen telah mengirimkan sejumlah uang untuk pembelian

<sup>1</sup> Rieyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, Yogyakarta: Andi, 2002, hlm. 1.

<sup>2</sup> <<http://www.bisnisukm.com/keuntungan-bisnis-online.html>> [diakses pada 1/1/2018].

<sup>3</sup> Enni Soerjati Priowirjanto, Pengaturan Transaksi Elektronik dan Pelaksanaannya di Indonesia Dikaitkan dengan Perlindungan E-Konsumen, *Padjadjaran Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol. 1 No. 2. Agustus 2014, hlm. 288.

<sup>4</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Yogyakarta: Visi Media, 2008, hlm. 29.

barang ternyata dari pihak pelaku usaha melakukan pembatalan transaksi secara sepihak tanpa mengkonfirmasi kepada konsumen terlebih dahulu.<sup>5</sup>

Seperti 2 (dua) kasus berikut ini, yang sama-sama terjadi pada saat kegiatan promosi tahunan berupa pemberian diskon gila-gilaan yang dilakukan oleh berbagai *e-commerce* di Indonesia atau yang biasa disebut sebagai Hari Belanja *Online* Nasional (Harbolnas) termasuk Lazada tersebut di atas. Kasus pertama, yaitu Lazada pada saat Harbolnas telah melakukan bentuk kecurangan yakni melakukan pembatalan secara sepihak transaksi dikarenakan banyaknya *item* yang akan dipromosikan selama Harbolnas berlangsung, sehingga menimbulkan kesalahan dalam pencatuman nominal harga oleh pihak toko *online* tersebut.<sup>6</sup> Kasus kedua, masih dengan situs belanja yang sama, yaitu melakukan pembatalan sepihak dikarenakan domisili konsumen berada di luar jangkauan pengiriman.<sup>7</sup>

Konsumen di Indonesia dalam melakukan transaksi *e-commerce* telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, diantaranya berupa hak-hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), yang menyebutkan mengenai hak-hak konsumen yang salah satunya menyatakan terkait hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang

ditawarkan oleh pelaku bisnis. Berdasarkan ketentuan Pasal tersebut, menyiratkan terkait kewajiban dari pihak pelaku usaha dalam hal memberikan informasi yang sejelas-jelasnya mengenai barang yang ditawarkan karena hal tersebut merupakan hak dari konsumen dan juga beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Tampak dalam UUPK ditekankan pada pelaku usaha karena meliputi semua tahapan dari penawaran hingga penjualan sampai terjadinya transaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Selain itu Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) juga menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Lalu menurut penjelasan atas Pasal 3 UU ITE juga menegaskan bahwa asas itikad baik digunakan para pihak dalam melakukan transaksi elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut.<sup>8</sup> Berdasarkan uraian di atas dirumuskan permasalahan yakni bagaimanakah implementasi hak konsumen atas informasi lengkap dan benar dalam transaksi jual beli online serta bagaimanakah tanggung jawab pengelola situs belanja *online* dalam penerapan asas itikad baik dalam hal pembatalan transaksi sepihak akibat kesalahan pencantuman suatu informasi berdasarkan UUPK dan UU ITE.

---

<sup>5</sup> Resti Virda Ayu Rahmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Transaksi Online Secara Sepihak Oleh Pihak Lazada", 2017, <<http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/81877/RESTI%20VIRDA%20AYU%20RAHMAWATI%20-%20130710101304.pdf?sequence=1>> [diakses pada 20/07/2018]

<sup>6</sup> Ridho Syukro, "Batalkan Transaksi, Lazada Langgar UU Perlindungan Konsumen", <<http://www.beritasatu.com/iptek/337594-batalkan-transaksi-lazada-langgar-uu-perlindungan-konsumen.html>> [diakses pada 22/1/2018].

<sup>7</sup> Agung Fauzan, "Pengalaman Belanja Online", <http://www.pikiran-rakyat.com/suratpembaca/2016/11/26/pengalamanbelanja%E2%80%9Donline%E2%80%9D-385959> [diakses pada 30/9/2018].

<sup>8</sup> Lihat Lampiran Penjelasan Pasal 3 Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada tanggal 21 April 2008.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yakni penelitian yang menganalisis terhadap yuridis normatif<sup>9</sup>, yaitu penelitian hukum yang mengutamakan cara meneliti bahan pustaka atau yang disebut bahan data sekunder berupa hukum positif terutama terkait dengan hukum perlindungan konsumen dan transaksi elektronik. Spesifikasi penelitian yang digunakan deskriptif analitis dan penganalisaan data dilakukan dengan cara meneliti, mengolah data, menganalisis, menginterpretasikan hal yang ditulis dengan pembahasan yang teratur dan sistematis, yang ditutup dengan saran dan kesimpulan sesuai dengan permasalahan.<sup>10</sup>

Penelitian ini dilakukan dalam 2 (dua) tahap yaitu penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder dan tersier serta dilengkapi dengan data primer berupa hasil wawancara dengan Lazada Express. Teknik pengumpulan data terdiri dari studi dokumen dan wawancara.

Data yang diperoleh melalui penelitian diolah dan dianalisis dengan mempergunakan analisis yuridis kualitatif.<sup>11</sup> Yuridis, karena penelitian ini didasarkan kepada peraturan yang ada sebagai norma hukum positif, sedangkan kualitatif, yaitu penelitian dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, literatur-literatur, dan tulisan-tulisan ilmiah yang berhubungan dengan obyek penelitian, kemudian dianalisis.

## PEMBAHASAN

### Implementasi Hak Konsumen atas Informasi Lengkap dan Benar dalam Transaksi Jual Beli Online Dikaitkan UUPK dan UU ITE

Transaksi *e-commerce* tentunya tidak luput dari risiko, terutama karena konsumen memiliki kewajiban melakukan pembayaran terlebih dahulu, sementara konsumen sendiri tidak bertatap muka dengan pelaku usaha dan juga tidak bisa melihat adanya kebenaran barang yang dipesan. Barang yang diperdagangkan kerap kali tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Hal ini sangat mengganggu hak konsumen, khususnya terhadap hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur atas produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha tersebut.

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih haknya yang bersifat abstrak.<sup>12</sup> Pengertian perlindungan konsumen disebutkan dalam Pasal 1 angka (1) UUPK yakni Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir, sedangkan pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha dengan tujuan untuk mencari keuntungan.

---

<sup>9</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tujuan Singkat*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, hlm. 13.

<sup>10</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI-PRESS, 1986, hlm. 10.

<sup>11</sup> Ibid, hlm. 251-255.

<sup>12</sup> Celina Tri Sivi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2018, hlm. 15.

UU ITE maupun dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut PP PSTE) adalah sebagai dasar hukum para pihak dalam melakukan transaksi *e-commerce* juga menyatakan bahwa badan usaha juga dapat berperan sebagai penyelenggara sistem elektronik yang menyediakan sistem elektronik untuk kepentingan diri sendiri maupun orang lain. Hal tersebut dinyatakan dalam Pasal 1 angka (6) UU ITE dan Pasal 1 angka (4) PP PSTE. Penyelenggara sistem elektronik apabila dikaitkan dengan UUPK termasuk dalam kategori pelaku usaha karena salah satunya meliputi badan usaha yang melakukan kegiatan dalam berbagai bidang ekonomi.

Salah satu hak terpenting konsumen adalah hak untuk mendapat informasi yang lengkap dan benar, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen merupakan salah satu bentuk cacat produk (cacat informasi) yang dapat merugikan konsumen. Lebih lanjut lagi ditegaskan pada Pasal 7 huruf (b) UUPK yaitu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Adanya UU ITE dan PP PSTE, maka hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan benar telah dijamin melalui ketentuan Pasal 9 dan Pasal 49 ayat (1) UU ITE dan (2) PP PSTE mengenai kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang lengkap dan benar. Informasi yang lengkap dan

benar terkait identitas pelaku usaha, barang dan/atau jasa yang ditawarkan, serta syarat dan ketentuan berlaku.

Merujuk pada dua kasus konkrit yang terjadi saat Harbolnas berlangsung berkaitan dengan pembatalan transaksi secara sepihak yang dilakukan oleh Lazada selaku *marketplace* sebagai akibat dari kesalahan pencatuman suatu informasi barang. Kasus pertama yang terjadi pada Achmad Supardi<sup>13</sup> selaku konsumen yang dirugikan oleh Lazada yang melakukan pembatalan transaksi yang sudah dibayar lunas secara sepihak dan mengembalikan dana konsumen tersebut dalam bentuk voucher belanja yang hanya bisa dibelanjakan di *marketplace* tersebut. Hal tersebut terjadi dikarenakan banyaknya item yang akan dipromosikan selama Harbolnas berlangsung, sehingga menimbulkan kesalahan dalam pencantuman nominal harga oleh pihak Lazada. Kasus kedua terjadi pada Agung Fauzan<sup>14</sup> selaku konsumen yang dirugikan pula oleh Lazada yang melakukan pembatalan transaksi yang sudah dibayar lunas secara sepihak dikarenakan domisili konsumen berada di luar jangkauan pengiriman suatu barang. Dari kedua kasus tersebut jelas bahwa Lazada telah lalai dalam melakukan kewajibannya sebagai pelaku usaha atau penyelenggara sistem elektronik yaitu memberikan informasi yang lengkap, benar, dan jujur terhadap suatu produk kepada konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 7 huruf (b) UUPK dan Pasal 9 UU ITE tersebut di atas.

Lazada merupakan salah satu *marketplace* ternama di Indonesia yang tidak hanya memberikan ruang untuk para pedagang (*seller*), tetapi pihak lazada sendiri juga berjualan, serta

---

<sup>13</sup> Elly Herawati, "Transaksi Lunas Dibatalkan Sepihak oleh Lazada", <https://www.viva.co.id/arsip/714827-transaksi-lunas-dibatalkan-sepihak-oleh-lazada>, diakses pada 6/1/2019.

<sup>14</sup> Agung Fauzan, *Loc. Cit.*

memberikan layanan transaksi keuangan secara *online*. *Seller* merupakan istilah dari pelaku usaha (penjual) yang terdapat di dalam suatu situs *marketplace*, mereka memasukan barang dagangannya dan mendapatkan keuntungan di dalam proses transaksi dengan konsumen.

Berdasarkan kedua kasus tersebut di atas dalam upaya memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *ecommerce* ini perlu diberikan pedoman tentang materi-materi apa saja yang perlu diperhatikan. Pedoman yang perlu diperhatikan dalam penerapan hak konsumen atas informasi lengkap dan benar dalam transaksi jual beli *online*, yaitu:

1. Dari sisi pelaku usaha<sup>15</sup>

Kedudukan pelaku usaha dalam hubungan transaksi perdagangan relatif lebih kuat apabila dibandingkan dengan konsumen. Kuatnya kedudukan pelaku usaha sedapat mungkin harus diawasi karena tanpa pengawasan maka dapat menimbulkan kerugian pada konsumen. Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *ecommerce*, maka perlindungan terhadap konsumen dapat diberikan dalam bentuk:

a. Pemberitahuan identitas pelaku usahacara jelas. Seperti yang sudah kita ketahui Lazada sudah dikenal identitasnya sebagai pelaku usaha di Indonesia. Lazada merupakan media penyelenggara transaksi *ecommerce* yang melibatkan konsumen dan *seller*. Apabila *seller* hendak berjualan di Lazada terlebih dahulu harus melakukan verifikasi, seperti mencantumkan tipe toko apa berbentuk perorangan atau perusahaan, nama toko, alamat dan domisili, serta kontak-kontak

yang dapat dihubungi.

b. Memiliki izin yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang untuk menyelenggarakan bisnisnya. Lazada sudah mengantongi beberapa izin yang diperoleh dari instansi yang berwenang sebab merupakan suatu badan hukum yang berbentuk perseroan terbatas untuk menyelenggarakan sistem elektronik untuk kepentingan perdagangan. Begitupun juga *seller* yang wajib menyertakan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan dokumen-dokumen terkait usaha yang telah dikeluarkan oleh instansi yang berwenang.

2. Dari sisi produk

Informasi produk sangat penting diketahui oleh konsumen karena melalui informasi ini konsumen dapat mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Salah satu cara penyampaian informasi mengenai suatu produk kepada konsumen, yaitu dengan representasi.<sup>16</sup>

Representasi yang benar terhadap suatu produk sangat diperlukan, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar. Secara garis besar larangan yang berkaitan dengan representasi tersebut dinyatakan dalam Pasal 9 ayat (1) UUPK bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan kualitas/kondisi barang, harga, kegunaan, jaminan atas barang, serta pemberian hadiah secara tidak benar kepada konsumen.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Dikdik M. Arif Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Bandung: Refika Aditama, 2009, hlm. 159.

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 160.

<sup>17</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013, hlm. 116.

Berdasarkan uraian di atas maka dalam menawarkan produknya, pelaku usaha diwajibkan untuk:

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas, lengkap, dan jujur mengenai produk yang ditawarkan mengenai kualitas/kondisi, harga, kegunaan, jaminan atas produk tersebut, serta pemberian hadiah kepada konsumen.
  - b. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran secara berlainan dalam memberikan deskripsi terhadap suatu produk.
3. Dari sisi transaksi

Konsumen tidak semuanya paham dalam melakukan transaksi melalui media internet, sehingga pelaku usaha perlu mencantumkan dalam website maupun aplikasi mobile informasi yang jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal yang berkenaan dengan transaksi, seperti syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh konsumen dalam melakukan transaksi.<sup>18</sup>

Lazada sebagai *marketplace* juga menyediakan layanan transaksi keuangan secara *online* yang dinamakan *escrow* atau rekening pihak ketiga untuk menjamin keamanan transaksi. Seller hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima konsumen. Selama barang belum sampai, uang akan disimpan di rekening pihak ketiga. Apabila transaksi gagal, maka uang akan dikembalikan ke tangan konsumen.

Ketentuan-ketentuan yang biasanya harus diperhatikan oleh konsumen dalam bertransaksi, yaitu:<sup>19</sup>

1. Kaji ulang transaksi  
Kesempatan bagi konsumen untuk

mengkaji ulang transaksi yang akan dilakukan sebelum mengambil keputusan. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya kesalahan yang dibuat konsumen.

2. Harga produk  
Harga produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk pajak atau belum, apakah sudah termasuk ongkos kirim atau belum.
3. Mekanisme Pengiriman Barang.  
Mekanisme pengiriman barang dengan menggunakan beberapa jasa pengiriman barang. Pengiriman barang wajib menggunakan kurir logistik yang bisa melacak lokasi dan status pengiriman barang berdasarkan nomor resi.
4. Risiko dalam pengiriman  
Risiko kehilangan dan kerusakan akibat pengiriman dan atau deskripsi barang yang tidak sesuai dengan isi ketika dikirim menjadi tanggung jawab penjual dan kurir logistik yang dipakai ketika mengirim barang tersebut.
5. Jaminan penggantian barang maupun uang  
Apakah diberikan jaminan penggantian barang atau penggantian uang, apabila produk yang diterima tidak sesuai atau rusak.
6. Pembatalan transaksi  
Pembatalan transaksi dengan alasan apapun baik oleh konsumen maupun penjual harus dengan konfirmasi kedua belah pihak tersebut sehingga refund dana dapat dilakukan oleh pemilik rekening pihak ketiga. Pihak *marketplace* berhak untuk menolak transaksi yang akan dilakukan dengan alasan dan pertimbangannya sendiri.

<sup>18</sup> Dikdik M. Arif Mansur dan Elisatris Gultom, *Op. Cit*, hlm. 162.

<sup>19</sup> Resa Raditio, *Aspek Hukum Transaksi Elektronik Perikatan, Pembuktian, dan Penyelesaian Sengketa*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, hlm. 80.

Karakteristik yang dimiliki oleh situs *marketplace* ialah *Business to Consumer* (B2C). Transaksi B2C ini konsumen dapat memasuki internet dan melakukan pencarian terhadap apa saja yang akan dibeli, menemukan *website*, dan melakukan transaksi. Selain itu, konsumen memperoleh informasi yang beragam dan detail/terperinci untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan keinginan serta kemampuan finansial konsumen dalam waktu yang relatif efisien. Dalam hal ini, sekali lagi terlihat bahwa betapa pentingnya suatu informasi yang lengkap dan benar bagi seorang konsumen dalam melakukan transaksi *ecommerce*.

*Marketplace* maupun *seller* belum memenuhi kesemua pedoman tersebut di atas dalam hal pemberian informasi. Permasalahan yang seringkali terjadi terkait dengan pemberian informasi barang yang ditawarkan serta syarat dan ketentuan bertransaksi, kecuali informasi terkait dengan identitas pelaku usaha tersebut.

*Marketplace* seharusnya sudah memberikan identitas yang terpercaya karena sebagai penyelenggara sistem elektronik yang sudah mengantongi beberapa izin dari instansi yang berwenang dalam kegiatan usahanya. Adapun *seller* yang terlebih dahulu harus melakukan verifikasi terkait dengan identitasnya sebelum masuk dalam situs *marketplace* untuk menawarkan produknya. Jadi, pedoman terkait informasi dari sisi pelaku sudah terpenuhi oleh keduanya.

Pedoman terkait informasi dari sisi produk yang ditawarkan masih belum dapat diterapkan. Seperti pada kasus pertama tersebut di atas terdapat kelalaian pencantuman nominal harga pada produk yang ditawarkan dikarenakan banyaknya *item* yang akan dipromosikan selama

harbolnas oleh Lazada. Tidak hanya itu seringkali pelaku usaha tidak melakukan pembaharuan data terkait dengan informasi mengenai harga, kualitas, serta kuantitas, sehingga menimbulkan misrepresentasi oleh konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Salah satu cara penyampaian informasi mengenai suatu produk kepada konsumen, yaitu dengan representasi. Representasi yang benar terhadap suatu produk sangat diperlukan, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar.<sup>20</sup>

Pedoman informasi terkait syarat dan ketentuan bertransaksi yang dituangkan dalam sebuah kontrak elektronik juga sudah diterapkan. Konsumen hanya *take it or leave it* terhadap suatu kontrak tersebut. *Marketplace* berhak untuk membatalkan transaksi apabila terdapat kesalahan dalam pencantuman suatu informasi terkait dengan produk yang ditawarkan berdasarkan syarat dan ketentuan yang tertera pada *website* maupun *mobile* aplikasi.

Pasal 18 ayat (1) UU ITE mengatur bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Seperti halnya perjanjian jual beli pada umumnya, perjanjian jual beli berbasis *ecommerce* berlaku dan mengikat para pihak apabila memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1320 KUHPerdara.

---

<sup>20</sup> Ahmadi Miru, *Op. Cit.*, hlm. 113.

Pasal 1266 KUHPerdata menyatakan bahwa salah satu syarat mengenai pembatalan suatu perjanjian adalah harus dengan putusan hakim, tetapi berdasarkan syarat dan ketentuan yang diberlakukan oleh pihak marketplace pasal tersebut telah dikesampingkan sehingga pembatalan transaksi dapat dilakukan tanpa memerlukan keputusan dari pengadilan.

#### **Tanggung Jawab Pengelola Situs Belanja Online dalam Penerapan Asas Itikad Baik dalam Hal Pembatalan Transaksi Sepihak Akibat Kesalahan Pencantuman Suatu Informasi Berdasarkan UUPK dan UU ITE**

Transaksi *ecommerce* di balik banyaknya kemudahan, masih menimbulkan beberapa permasalahan. Perselisihan di antara para pihak sangat rentan terjadi dikarenakan di dalam pelaksanaan jual beli secara *online*, para pihak tidak bertemu secara langsung (tatap muka) melainkan hanya melalui media *online* saja, sehingga dalam beberapa kasus sering terjadi kerugian terhadap konsumen yang dikarenakan itikad tidak baik pihak pelaku usaha dalam suatu rangkaian proses transaksi.

Asas itikad baik menurut Subekti merupakan salah satu sendi terpenting dalam hukum perjanjian<sup>21</sup>, maka pelaksanaan asas itikad baik sangatlah penting dalam pembuatan perjanjian transaksi *ecommerce*. Maksud dari dilaksanakannya perjanjian dengan itikad baik adalah bagi para pihak dalam perjanjian terdapat suatu keharusan untuk tidak melakukan segala sesuatu yang tidak masuk akal sehat, yaitu tidak bertentangan dengan norma kepatutan dan kesucilaan, sehingga akan dapat menimbulkan keadilan bagi kedua belah pihak dan tidak merugikan salah satu pihak. Selain itu prinsip asas itikad baik yang terletak dalam sikap batin

seseorang sangat diperlukan guna mencegah terjadinya wanprestasi dari para pihak dalam perjanjian, apalagi didalam perjanjian jual beli *online*, yang mana para pihaknya tidak secara langsung bertemu secara tatap muka.

Asas itikad baik juga ditekankan dalam Pasal 3 UU ITE. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya bahwa subyek hukum yang utama terlibat dalam transaksi *ecommerce* adalah pelaku usaha dan konsumen, mereka dalam melakukan transaksi *ecommerce* harus didasari dengan itikad baik agar tidak saling merugikan satu sama lain.

Berbeda halnya dengan itikad baik dalam UUPK, itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 7 huruf (a) mengenai kewajiban pelaku usaha, yaitu beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Jadi, dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya bagi konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh pelaku usaha, sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan pelaku usaha mulai pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha.

Pelaku bisnis *online* hingga saat ini masih banyak yang tidak mengetahui mengenai kewajibannya sebagai pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Seperti kedua kasus yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya yang terjadi

---

<sup>21</sup> Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta: PT Intermasa, 1996, hlm. 41.

saat Harbolnas berlangsung berkaitan dengan pembatalan transaksi secara sepihak yang dilakukan oleh Lazada selaku *marketplace* sebagai akibat dari kesalahan pencantuman suatu informasi barang. Kasus pertama yang terjadi pada Achmad Supardi selaku konsumen yang dirugikan oleh Lazada yang melakukan pembatalan transaksi yang sudah dibayar lunas secara sepihak dan mengembalikan dana konsumen tersebut dalam bentuk voucher belanja yang hanya bisa dibelanjakan di *marketplace* tersebut. Hal tersebut terjadi dikarenakan banyaknya *item* yang akan dipromosikan selama Harbolnas berlangsung, sehingga menimbulkan kesalahan dalam pencantuman nominal harga oleh pihak Lazada. Kasus kedua terjadi pada Agung Fauzan selaku konsumen yang dirugikan pula oleh Lazada yang melakukan pembatalan transaksi yang sudah dibayar lunas secara sepihak dikarenakan domisili konsumen berada di luar jangkauan pengiriman suatu barang.

Lazada merupakan salah satu *marketplace* ternama di Indonesia yang tidak hanya memberikan ruang untuk para pedagang (*seller*), tetapi pihak lazada sendiri juga berjualan, serta memberikan layanan transaksi keuangan secara *online*. Kasus pertama bahwa obyek jual-beli berupa 4 (empat) unit sepeda motor seharga Rp 4,2 juta yang dibeli dari Honda Angsana (Vendor Pihak Ketiga), sedangkan kasus kedua objek jual beli berupa *handphone* seharga Rp 2.157.906 yang dibeli dari Gracell (Vendor Pihak Ketiga). Merujuk pada syarat dan ketentuan jual beli di situs Lazada, terdapat satu klausul untuk pembelian produk yang menyatakan bahwa untuk produk yang dijual oleh vendor pihak ketiga merupakan suatu kontrak yang mengikat hanya antara vendor pihak ketiga dengan konsumen, sedangkan produk yang dijual oleh Lazada merupakan kontrak yang

mengikat antara Lazada dan konsumen. Dari kedua kasus tersebut sama-sama terjadi pada saat Harbolnas dimana Lazada selaku media promosi sedang melakukan kegiatan promosi tahunan berupa pemberian diskon gila-gilaan, sehingga harga-harga tersebut di atas sudah termasuk diskon.

Lazada dalam kenyataannya melakukan pembatalan transaksi secara sepihak tanpa mengkonfirmasi kepada konsumen terlebih dahulu dikarenakan adanya kesalahan dalam pencantuman suatu informasi. Kasus pertama dilakukan pembatalan transaksi karena adanya kesalahan pencantuman nominal harga, sedangkan kasus kedua dibatalkan transaksi karena domisili konsumen berada di luar jangkauan pengiriman suatu barang. Hal tersebut berdasarkan pada 2 (dua) klausul, yaitu:

1. Keputusan oleh Penjual dalam hal kesalahan harga  
Penjual berhak untuk mengakhiri Kontrak Pelanggan, dalam hal terjadi kesalahan pencantuman harga Produk pada *platform*, walaupun sudah terjadi pembayaran. Jika Pelanggan telah membayar, maka uang pembayaran pesanan yang dibatalkan tersebut akan dikembalikan kepada Pelanggan.
2. Kegagalan pengiriman Produk  
Jika penjual gagal mengirimkan produk dikarenakan kelalaiannya sendiri atau dengan alasan kesalahan Penjual maka tanpa mengurangi hak Penjual untuk melakukan pengiriman ulang atau tindakan perbaikan lainnya, Penjual dapat saja mengakhiri kontrak pelanggan, walaupun telah terjadi pembayaran. Jika Pelanggan telah membayar, maka uang pembayaran pesanan yang dibatalkan tersebut akan dikembalikan kepada Pelanggan.

Pasal 4 UUPK menyebutkan mengenai hak-hak konsumen, yang salah satunya menyatakan terkait hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Salah satunya dengan cara representasi.

Representasi ini lebih menuntut kehati-hatian bagi orang yang mempunyai keahlian khusus melakukan representasi terhadap orang lain berupa nasihat, informasi atau opini dengan maksud agar orang lain mengadakan kontrak dengannya, maka dia berkewajiban untuk berhati-hati secara layak bahwa representasi itu adalah benar, serta nasihat, informasi atau opini itu dapat dipercaya.<sup>22</sup> Jika ia tidak berhati-hati atau secara sembrono memberikan nasihat, informasi atau opini yang keliru, maka ia akan bertanggung gugat dalam memberikan ganti kerugian. Pembebanan tanggung gugat terhadap produsen yang merepresentasikan suatu produk secara tidak benar dapat dikategorikan sebagai wanprestasi ataupun perbuatan melawan hukum.<sup>23</sup>

Berdasarkan kedua kasus di atas memperlihatkan adanya pelanggaran terhadap asas itikad baik yang dilakukan oleh pelaku bisnis *online* dalam menjalankan kegiatan usahanya dari mulai tahapan pra transaksi sampai dengan

pasca transaksi. Jual beli online baik dilakukan melalui *marketplace* (perantara) maupun tanpa perantara, pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kelalaian yang dilakukannya yang mengakibatkan kerugian terhadap konsumen

Pasal 19 UUPK mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam hal memberikan ganti rugi terhadap konsumen yang merasa dirugikan dalam menggunakan barang dan jasa. Secara umum, tuntutan ganti kerugian atas kerugian yang dialami konsumen akibat pembelian suatu produk, baik yang berupa kerugian materi, fisik, maupun jiwa, dapat didasarkan pada tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi.<sup>24</sup> Tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi diterapkan bentuk pertanggungjawaban kontraktual (*contractual liability*).

*Contractual Liability* adalah tanggung jawab perdata atas dasar kontrak dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang diberikannya.<sup>25</sup> Artinya terdapat terdapat suatu hubungan kontraktual perjanjian jual beli seperti yang diatur dalam Pasal 1457 KUHPperdata. Salah satu bentuk wanprestasi ini dapat dihubungkan dengan kasus kedua yang menimpa Agung Fauzan selaku konsumen yang telah membayar harga pesanan barang yang telah disepakati, sedangkan pihak *Seller* tidak kunjung mengirim barang yang telah dipesan tersebut sesuai dengan waktu yang diperjanjikan. Artinya pihak *seller* selaku pelaku usaha telah melakukan wanprestasi.

Pelaku bisnis *online* apabila tidak memiliki itikad baik dalam memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang

---

<sup>22</sup> Ahmadi Miru, *Op. Cit*, hlm. 114.

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

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 71.

<sup>25</sup> Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, Jakarta: Rajawali Pers, 2005, hlm. 376.

dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka dapat dipidana berdasarkan ketentuan Pasal 62 ayat (1) UUPK. Pengaturan terkait akibat hukum yang ditimbulkan dari pelanggaran asas itikad baik dalam hal tipu muslihat yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dijumpai pada UU ITE. Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi Elektronik. Terhadap pelanggaran Pasal 28 ayat (1) UU ITE dapat diancam pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat menjadi PUU ITE).

Berdasarkan kasus-kasus tersebut di atas, menurut peneliti baik pihak *marketplace* maupun *seller* wajib memberikan ganti kerugian yang didasarkan pada bentuk pertanggungjawaban secara *contractual liability* berupa pengembalian uang sesuai dengan harga yang telah dibayar oleh konsumen. Adapun konsumen yang merasa dirugikan oleh penyelenggara sistem elektronik dapat mengajukan gugatan sebagaimana diatur dalam Pasal 38 ayat (1) UU ITE. Akan tetapi Pasal 45 ayat (2) UUPK dan Pasal 39 ayat (2) UU ITE menyatakan bahwa penyelesaian sengketa dapat dilakukan di luar pengadilan untuk mencapai kesepakatan mengenai besarnya ganti rugi yang akan diberikan kepada konsumen.

Ganti kerugian pada dasarnya harus berpegang pada asas bahwa yang harus dibayar sedapat mungkin membuat pihak yang rugi dikembalikan pada kedudukan semula dimana kedudukan yang seharusnya andaikata

perjanjian dilaksanakan secara baik atau tidak terjadi wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum. Pasal Namun dengan adanya pemberian ganti kerugian tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana dari pihak konsumen sebagaimana yang dimaksud Pasal 19 UUPK. Pasal 62 ayat (1) UUPK, yaitu dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah). Akan tetapi tidak dapat dikenakan tuntutan pidana berdasarkan Pasal 45A ayat (1) PUU ITE sebab tidak memenuhi salah satu unsur, yaitu perbuatan kesengajaan.

## PENUTUP

Implementasi hak konsumen atas Informasi lengkap dan benar dalam transaksi jual beli online sebagaimana diatur dalam Pasal 4 angka (3) jo. Pasal 7 huruf (b) UUPK dan Pasal 9 UU ITE masih belum diterapkan oleh beberapa marketplace di Indonesia terutama terkait dengan pedoman pemberian informasi produk karena seringkali lalai dalam mencantumkan informasi terkait dengan deskripsi mengenai suatu produk yang ditawarkan. Namun, pedoman dalam syarat dan ketentuan dalam kontrak elektronik sudah diterapkan berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdato jo. Pasal 18 ayat (1) UU ITE, sehingga *marketplace* berhak untuk melakukan pembatalan transaksi akibat dari kelalaian informasi. Oleh karena itu, pihak *marketplace* hendaknya memberikan informasi dengan hati-hati, jujur, lengkap, transparan, jelas, terkait dengan deskripsi produk yang ditawarkan.

Tanggung jawab pengelola situs belanja *online* dalam penerapan asas itikad baik dalam hal pembatalan transaksi sepihak akibat kesalahan pencantuman suatu informasi dalam bentuk pertanggungjawaban secara *contractual*

*liability* adalah wajib memberikan ganti kerugian yang didasarkan pada negosiasi terlebih dahulu sebagaimana yang diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UUPK dan Pasal 39 ayat (2) UU ITE untuk mencapai kesepakatan mengenai besarnya ganti rugi yang akan diberikan agar konsumen tidak mengajukan gugatan baik secara perdata maupun pidana melalui pengadilan.

#### DAFTAR PUSTAKA

##### Buku

- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, 2010.
- Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Dikdik M. Arif Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Bandung: Refika Aditama, 2009.
- Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, Jakarta: Rajawali Pers, 2005.
- Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Yogyakarta: Visi Media, 2008.
- Resa Raditio, *Aspek Hukum Transaksi Elektronik Perikatan, Pembuktian, dan Penyelesaian Sengketa*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Rieyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, Yogyakarta: Andi, 2002.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tujuan Singkat*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI-PRESS, 1986.
- Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta: PT Intermedia, 1996.

##### Jurnal

- Enni Soerjati Priowirjanto, *Pengaturan Transaksi Elektronik dan Pelaksanaannya di*

*Indonesia Dikaitkan dengan Perlindungan E-Konsumen*, *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 1 No. 2. Agustus 2014.

##### Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik.

##### Sumber Lain

- Agung Fauzan, "Pengalaman Belanja Online", <http://www.pikiran-rakyat.com/suratpembaca/2016/11/26/p%E2%80%9D-385959>.
- Elly Herawati, "Transaksi Lunas Dibatalkan Sepihak oleh Lazada", <https://www.viva.co.id/arsip/714827-transaksi-lunas-dibatalkan-sepihak-oleh-lazada>.
- Resti Virda Ayu Rahmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Transaksi Online Secara Sepihak Oleh Pihak Lazada", 2017, <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/81877/RESTI%20VIRDA%20AYU%20RAHMAWATI%20-%20130710101304.pdf?sequence=1>.
- Ridho Syukro, "Batalkan Transaksi, Lazada Langgar UU Perlindungan Konsumen", <http://www.beritasatu.com/ipitek/337594-batalkan-transaksi-lazada-langgar-uu-perlindungan-konsumen.html>.
- <http://www.bisnisukm.com/keuntungan-bisnis-online.html>.