

**INKLUSIF : JURNAL PENGAJIAN PENELITIAN
EKONOMI DAN HUKUM ISLAM**

Journal homepage : www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/inklusif

**SISTEM KONTRAK GANDA DALAM BISNIS ONLINE
DI INDONESIA**

Umdah Aulia Rohmah* Rabith Madah Khulaili Harsya**

IAIN Purwokerto* IAIN Syekh Nurjati Cirebon**

Email: umdahaulia@iainpurwokerto.ac.id* ra_rasya@yahoo.com**

Artikel info:

Received: Mei
2021
Accepted: Mei
2021
Available online:
Juni 2021

ABSTRACT

Indonesia occupies the sixth position in the world in the number of internet users in Indonesia according to data obtained from the Ministry of Communication and Information website. In general, E-commerce can be defined as all forms of trade transactions / commerce of goods or services (trade of goods and services) using electronic media. From the data released by Databoks related to the increase in E-commerce in Indonesia, it shows that there are around 143.26 million active users in the E-commerce business. One of the biggest E-commerce in Indonesia is Lazada. Lazada itself is included in the B2C (Business to Consumers) model. This type of business model is quite simple, namely an online shop with its own website address where the seller has stock of products and sells them online to buyers. In practice, lazada always makes breakthroughs in marketing and service. However, in this study, seeing the complexity of the problems faced in E-commerce, the author wants to concentrate on the dual contract system that is in the Lazada Start-up, as well as all forms of problems and obstacles. The results of this study indicate that the first is, the online contract system on Lazada has complied with the rules of the Civil Code. Second, the dispute resolution procedure by Lazada has been arranged in the Lazada draft contract, and the handling is carried out in accordance with the procedure agreed by the parties. The minimal number of problems shows that the contracts made by Lazada are able to accommodate every need and condition that exists in Lazada Online buying and selling transactions.

Key words: double contract system; E-commerce.

ABSTRAK

Indonesia menempati posisi enam besar dunia dalam jumlah pengguna internet di Indonesia Menurut data yang didapatkan dari web Kemkominfo. Secara umum E-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (trade of goods and service) dengan menggunakan media elektronik. Dari data yang dirilis oleh Databoks terkait dengan peningkatan E-commerce di Indonesia, menunjukkan

bahwa ada sekitar 143,26 juta pengguna aktif dalam bisnis E-commerce. Salah satu E-commerce terbesar Indonesia adalah Lazada. Lazada sendiri termasuk dalam model B2C (Business to Consumers) jenis model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko Online dengan alamat website sendiri dimana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara Online kepada pembeli. Dalam praktiknya Lazada selalu membuat terobosan dalam pemasaran dan pelayanan. Namun dalam penelitian ini melihat peliknya masalah yang dihadapi dalam E-commerce penulis ingin konsen kepada sistem kontrak ganda yang ada pada Start-up Lazada, serta segala bentuk permasalahan dan kendalanya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa yang pertama adalah, sistem kontrak Online pada Lazada sudah memenuhi kesesuaian dengan aturan KUHPerdara. Yang kedua, prosedur penyelesaian perselisihan oleh Lazada sudah tersusun dalam Draft kontrak Lazada, serta penanganan yang dilakukan sesuai dengan prosedur yang disepakati oleh para pihak. Jumlah permasalahan yang minim menunjukkan bahwa kontrak yang dibuat Lazada mampu mengakomodir setiap kebutuhan serta kondisi yang ada dalam transaksi jual beli Online Lazada.

Kata kunci: sistem kontrak ganda; E-commerce.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan tiap tahun. Data Statista menunjukkan, Indonesia masuk dalam 10 negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Indonesia berada di peringkat kelima dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta per Maret 2019, data tersebut melampaui negara Jepang yang relatif lambat dalam pertumbuhan pengguna internet.

Berdasarkan data diatas penulis bisa asumsikan bahwa terjadi peningkatan aktivitas komunikasi di media Online atau internet. Dengan meningkatnya kegiatan internet tersebut diikuti dengan perkembangan-perkembangan dibidang pelayanan, perdagangan atau jual beli secara Online. Bisnis teknologi informasi seperti ini dikenal dengan istilah *Electronic commerce* atau *electronic bussiness*. *E-commerce* (perniagaan teknologi), sebagai bagian dari *e-business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*, oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya dari terminologi *E-commerce* (perniagaan elektronik). Secara umum *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.(Sanusi, 2001)

Dengan sistem *E-commerce* ini seorang penjual (*seller*) tidak harus bertemu langsung (*face to face*) dengan pembeli (*buyers/consumers*), dalam suatu transaksi dagang. Transaksi bisa terjadi hanya lewat surat menyurat melalui *e-mail*, telekopi dan lain-lain. Pembayaran (*payment*) bisa dilakukan juga melalui internet. Data message (pesan data) yang berisi *aggrement* (perjanjian dan kesepakatan kontrak) bisa disampaikan oleh salah seorang diantara pihak yang terkait (sebagai originator) kepada pihak lain (si penerima, *address*) secara langsung atau melewati mediator (*intermediary*) melalui jasa elektronik seperti internet, ekstranet, email dan lainnya.(Sanusi, 2001)

Terlepas dari keuntungan yang ditawarkan oleh *E-commerce*, terdapat pula permasalahan-permasalahan hukum yang sangat krusial. Kalau dilihat dari proses dan mekanisme terjadinya transaksi dapat dikemukakan beberapa permasalahan hukum sehubungan dengan masalah kontrak atau perjanjian antara lain sebagai berikut :

1. Masalah kapan terjadinya atau lahirnya kesepakatan dalam transaksi *E-commerce* Permasalahan ini erat kaitannya dengan saat bertemunya permintaan dan penawaran melalui media maya tersebut. Kapankah dikatakan sebagai lahirnya perjanjian, apakah pada saat mengklik simbol-simbol yang ada di internet atau pada saat lain yang bisa dikualifikasikan secara yuridis sebagai saat lahirnya perjanjian. Secara konvensional, perjanjian lahir, terjadi, timbul, dan bahkan berlaku segera setelah terjadi kesepakatan antara para pihak. Demikian menurut Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdara Indonesia. Kemudian apabila salah satu pihak dalam transaksi *E-commerce* berada di negara lain. Apakah Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdara itu dengan sendirinya berlaku.
2. Masalah keabsahan *digital signature* dan data *message* Apakah tanda tangan digital dapat diakui secara yuridis sebagai alat bukti yang sah atau dapat dikatakan sebagai data asli atau sebagai tulisan asli. Masalah *digital signature* dan data *message* erat kaitannya dengan kerahasiaan (*confidentiality*), keutuhan (*integrity*) dan keabsahan atau keotentikan (*authenticity*) dari pihak pemesan.
3. Adanya sistem kontrak ganda antar para pihak, pihak penyedia jasa *E-commerce*, penyedia barang, serta pembeli (*customer*). Masing-masing pihak melakukan kontrak dalam sistem *E-commerce* tersebut. Bagaimana bentuknya serta legalitas dimata hukum perdata menjadi menarik untuk dikaji.

Pentingnya permasalahan hukum di bidang *E-commerce* adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi internet. Oleh karena itu pada tahun 2008 Indonesia mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi internet yaitu Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik atau disingkat UU ITE. Kontrak elektronik juga harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional, dimana mengikat para pihak sebagaimana pasal 18 ayat 1 UU ITE yang menyebutkan bahwa “transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”.

Bahkan sejak tahun 2019 lalu, sebanyak 90% pengguna internet Indonesia telah melakukan pembelian di E-commerce. Fakta ini menjadikan Indonesia menempati peringkat satu di Asia Tenggara sebagai pengguna E-commerce terbesar.

Top Performing Online Consumer Goods Retailers in Indonesia

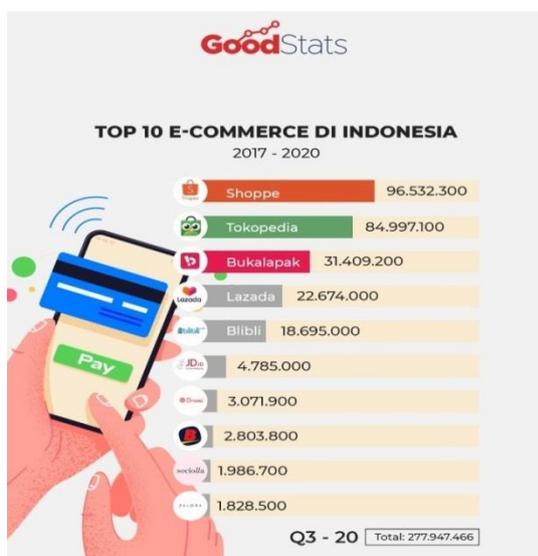


		Total Digital Population (000)	Mobile (000)	Desktop (000)	Total Minutes (MM)	Total Views (MM)	Avg. Minutes per View
1	Lazada.co.id	21,235	15,864	8,107	526	552	1
2	Blibli.com	15,556	13,837	2,651	635	422	1.5
3	Tokopedia.com	14,401	13,006	2,217	1,548	326	4.7
4	Elevenia.co.id	12,872	9,535	5,130	438	285	1.5
5	MatahariMall.com	12,520	11,516	1,879	410	516	0.8
6	Shopee.co.id	11,301	10,872	763	2,169	136	16
7	Bukalapak.com	10,407	8,971	2,203	459	193	2.4
8	Zalora.co.id	9,052	8,636	813	396	493	0.8
9	Qoo10.co.id	7,689	7,641	123	76	91	0.8
10	Blanja.com	5,823	5,673	327	81	88	0.9

Source: comScore MMX Multi-Platform, June 2017, Indonesia

<http://www.ilmuonedata.com>

Data yang dikumpulkan oleh iPrice, situs agregator belanja daring, memperlihatkan bahwa pada kurun 2017-2020, Lazada, Tokopedia, Bukalapak dan Shopee bersaing sengit dalam memperebutkan pengunjung web bulanan dan popularitas di media sosial. Periode 2017-2018, Lazada sempat menjadi penguasa dengan rata-rata kunjungan di atas 50 juta per kuartal. Puncaknya pada Kuartal 1 2018 kunjungan web Lazada mencapai 131.848.000, tertinggi di Indonesia



Seiring dengan inovasi yang dilakukan pesaingnya, jumlah kunjungan Lazada pun kian surut, menurun sangat tajam. Hingga pada Kuartal 4 2018 angkanya hanya 36.405.200 kunjungan, terpankas sekitar 90 juta. Tercatat dari Kuartal 4 2019 hingga Kuartal 3 2020, jumlah kunjungan Shopee terus mengalami peningkatan. Dari 55,9 juta pada Q 2019 menjadi 96,5 juta pada Q3 2020. Peningkatan jumlah kunjungan yang cukup signifikan membuat Shopee meroket ke peringkat 1.

Dengan market place yang begitu besar tentu banyak sekali start up yang bermunculan di

Indonesia. Dalam penelitian ini penulis mengambil salah satu contoh e-commerce yang akan menjadi objek penelitian yaitu Lazada.

Berdasarkan penjelasan diatas, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Sistem Kontrak Ganda dalam Bisnis Online Di Indonesia”**. Rumusan Masalah *Pertama*, Bagaimana Mekanisme Kontrak Ganda Pada Transaksi Jual Beli Online Lazada? *Kedua*, Bagaimana mekanisme penyelesaian perselisihan dalam pasar Online Lazada?

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), dalam artian semua sumber data berasal dari bahan-bahan tertulis berupa buku, dokumen, majallah dan naskah yang ada kaitannya dengan topik pembahasan melalui penelaahan berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian yang mencakup data primer, sekunder, dan tertier. Data-data yang dikumpulkan dibaca, dipahami dan dirumuskan substansinya untuk kemudian diperbandingkan dengan tulisan (literatur) lain sehingga dihasilkan sintesa penelitian.

Penulis dalam penelitian ini menggunakan jenis data Kualitatif yakni yang berhubungan dengan pembahasan masalah. Adapun sumber data yang digunakan terdiri dari dua macam sumber data, yaitu data Primer dan data Sekunder.

Dalam rangka untuk memperoleh data yang objektif dan akurat untuk mendeskripsikan dan menjawab permasalahan yang diteliti, diperlukan prosedur pengumpulan data. Oleh karena itu peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut: Dalam hal ini penulis menggunakan metode penelitian observasi yaitu metode pengumpulan data secara sistematis melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diteliti. Dokumentasi merupakan salah satu metode/teknik pengumpulan data yang banayak dipakai dalam penelitian kualitatif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Mekanisme Kontrak Ganda Pada Transaksi Jual Beli Online Lazada

Berdasarkan Informasi tersebut Lazada merupakan kategori retail dalam *E-commerce* di Indonesia. Sistem kontrak yang terjadi dalam *E-commerce* lazada dilakukan oleh tiga belah pihak, yaitu Penjual sebagai penyedia barang (pihak pertama); Pembeli sebagai konsumen dari Lazada (pihak kedua) dan Lazada sebagai penyedia market (pihak ketiga).

Dari para pihak tersebut diatas penulis bisa menyebutkan atau membagi kontrak yang terjadi dalam retail Online Lazada. Yang pertama antara Lazada dengan penjual atau penyedia barang yang akan dijual secara Online oleh Lazada. Kedua antara Lazada dengan pembeli yang kan menggunakan sistem Online untuk bertaransaksi. Dari pemaparan tersebut penulis meyebutkan ada dua kontrak yang dilakukan dalam proses jual beli di Lazada.

Sebagai Online Market lazada memiliki persyaratan yang harus dipenuhi oleh para pihak yang ingin terlibat dalam bisnis *E-commerce* Lazada. Adapun persyaratan yang disediakan oleh Lazada tertuang dalam bentuk *Term of Use* dan *Market Place*. Kedua kontrak tersebut penulis kategorikan sebagai kontrak Online yang dilakukan oleh para pihak.

1. Lazada

Dari hasil penelitian penulis Lazada branch Yogyakarta tidak ada Kantor Lazada yang terdapat di Yogyakarta hanya sebagai pihak yang kerjasama dengan Lazada yang di beri nama Lazada Express. Keberadaan kantor tersebut hanya sebatas gudang barang-barang pesanan oleh pembeli yang kemudian oleh Lazada Express didistribusikan ke alamat pembeli.

Jadi adapun data yang terkait dengan Lazada, penulis dapatkan dari kantor Lazada Pusat dengan dengan mengirimkan *e-mail*. Lazada Express Yogyakarta bertanggung jawab penuh atas pengiriman barang yang sudah dipesan oleh pembeli, serta bertanggung jawab dalam menampung segala kritik dan komplain dari pembeli.

2. Term of Use Lazada (Syarat dan Ketentuan Penggunaan *Lazada.co.id*)

Syarat Penggunaan ini mengatur penggunaan, akses *Platform* dan penggunaan layanan. Dengan mengakses Platform dan / atau menggunakan Layanan, Pengguna setuju untuk terikat dengan Syarat Penggunaan ini. Jika Pengguna tidak menyetujui Syarat Penggunaan ini, maka Pengguna jangan/berhenti mengakses dan/atau menggunakan *Platform* atau Layanan ini.(Tim Lazada, 2021c)

Akses atas password dan penggunaan password dilindungi dan/atau area tertentu yang dilindungi pada *Platform* dan/atau penggunaan Layanan dibatasi hanya untuk Pelanggan yang memiliki akun saja. Pengguna tidak diperbolehkan memperoleh atau berusaha memperoleh akses tidak sah ke area Platform dan / atau Layanan ini, atau ke area informasi lain yang dilindungi, dengan cara apapun yang tanpa ijin penggunaan khusus oleh lazada. Pelanggaran terhadap ketentuan ini merupakan pelanggaran yang didasarkan pada hukum Indonesia dan / atau undang-undang dan peraturan yang berlaku.(Tim Lazada, 2021c)

3. Market Place Lazada (kontrak lazada dengan penjual)

Marketplace Lazada adalah sebuah lokasi jual beli produk dimana seller dan juga konsumen bertemu di suatu tempat. Seller akan menjual barangnya di lapak yang sudah disediakan oleh *E-commerce* dengan konsep *Marketplace* Lazada. Adapun kontrak *market place* Lazada adalah kontrak atau perjanjian yang ditetapkan oleh lazada kepada *seller* atau penjual.

Arti Pelanggan dalam perjanjian *Marketplace* adalah pihak ketiga yang melakukan pemesanan atau pembelian barang di *Platform*. Adapun arti Perjanjian Pelanggan adalah kesepakatan antara penjual dengan Pelanggan mengenai penyediaan Barang, yang merupakan ruang lingkup dari Pesanan, dan merupakan perjanjian yang mengikat antara Penjual dan Pelanggan (“Perjanjian Pelanggan”). Perjanjian Pelanggan terpenuhi jika Lazada telah menerima bukti pelunasan yang ditandatangani oleh Pelanggan dengan cara penerimaan, atau cara lainnya yang ditentukan di Platform atau oleh Lazada. Dalam hal tersebut, status Pesanan akan berubah menjadi “terkirim” di *IT tool* yang disediakan oleh Lazada.(Tim Lazada, 2021c)

Lazada juga membuat peraturan didalam *Marketplace* tentang Anti Suap dan Korupsi bahwa Penjual menyatakan memahami seluruh peraturan perundang-undangan anti suap dan anti korupsi yang berlaku (“Peraturan Anti Suap dan Korupsi”) dalam kesepakatan bisnis dan aktivitas yang dilakukan terkait dengan Perjanjian ini, dan tidak akan melakukan perbuatan yang dapat melanggar Peraturan Anti Suap dan Korupsi yaitu dengan cara lazada melakukan audit pembukuan catatan keuangan penjual.(Tim Lazada, 2021c)

Pada pasal 25 ayat 2 tercantum bahwa Penjual wajib mematuhi, dan memastikan bahwa setiap prinsipal, pemilik, pemegang saham, pejabat, direksi, karyawan dan agennya mematuhi, seluruh peraturan perundang-undangan anti suap dan korupsi yang berlaku dalam melaksanakan setiap kesepakatan bisnis dan aktivitas yang dilakukan berdasarkan Perjanjian ini.(Tim Lazada, 2021c)

Keadaan kahar adalah adalah suatu kejadian yang terjadi di luar kemampuan manusia dan tidak dapat dihindarkan sehingga suatu kegiatan tidak dapat dilaksanakan atau tidak dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya. Adapun keadaan kahar yang telah ditetapkan oleh perjanjian lazada dengan penjual pada *Marketplace* tercantum dalam pasal 21.

Keberlakuan Keadaan Kahar terhadap Penjual yaitu Penjual tidak akan bertanggung jawab kepada Lazada atas tertundanya pemenuhan atau tidak terpenuhinya sebagian atau keseluruhan kewajibannya berdasarkan Perjanjian *Marketplace* apabila tertundanya pemenuhan atau tidakterpenuhinya kewajiban tersebut adalah akibat dari Keadaan Kahar. Apabila Keadaan Kahar membuat Penjual tidak mampu melaksanakan kewajibannya selama lebih dari 5 (lima) hari berturut-turut, Lazada berhak untuk mengakhiri Perjanjian *Marketplace*.(Tim Lazada, 2021c)

Apabila penjual tidak mentaati peraturan terhadap Syarat dan Ketentuan Umum dan/atau Ketentuan Khusus dari Perjanjian yang sudah diterapkan dalam *Marketplace* antara penjual dengan lazada, maka terdapat Kebijakan Biaya Pelanggaran Lazada (“Kebijakan Biaya Pelanggaran”), yaitu memberikan hak kepada Lazada untuk menagihkan Biaya Pelanggaran (“Biaya Pelanggaran”) kepada Penjual sesuai dengan Kebijakan Biaya Pelanggaran Lazada, terkait dengan layanan yang disediakan dan yang akan disediakan oleh Lazada kepada Penjual berdasarkan Pesanan. Lazada berhak untuk mengubah Kebijakan Biaya Pelanggaran sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu sebelumnya kepada Penjual namun Lazada akan tetap memberitahukan perubahan resmi atas Kebijakan Biaya Pelanggaran tersebut kepada Penjual.(Tim Lazada, 2021c)

Semua itu tergantung pada pelanggaran yang dilakukan oleh penjual, lazada atas kebijakannya sendiri berhak untuk mengenakan biaya pelanggaran, penonaktifan sementara SKU penjual, penonaktifan sementara akun penjual, penonaktifan permanen atas SKU penjual dan/atau penonaktifan permanen penjual dari *platform* Lazada.(Tim Lazada, 2021c) Lazada juga memiliki hak untuk melanjutkan dan meminta tambahan penggantian kerugian dengan penjual, baik secara pidana, perdata maupun secara *administrative*. Penggunaan lebih lanjut atas *Platform* oleh penjual menunjukkan dan kesepakatan penjual untuk tunduk pada perubahan yang diberitahukan kepada penjual.

Pengakhiran dan penarikan kembali pada perjanjian markerplace dan ketentuan sepihak yaitu(Tim Lazada, 2021c)

- 1.) *Penjual melanggar kewajiban atau jaminannya berdasarkan Perjanjian Marketplace dan gagal untuk memperbaiki hal tersebut dalam waktu 7 (tujuh) hari sejak menerima pemberitahuan tertulis atas pelanggaran tersebut dari Lazada;*

- 2.) *Penjual menyetujui keputusan terkait kepailitannya atau mendapat putusan pengadilan dari wilayah hukum yang berwenang terkait kepailitan atau pembubaran perusahaan Penjual;*
- 3.) *adanya perintah eksekusi yang terkait dengan Penjual atau penunjukan kurator atas atau peletakan jaminan atas atau penjualan atas aset Penjual;*
- 4.) *Penjual melakukan pengaturan atau restrukturisasi utang dengan kreditur-krediturnya secara umum atau mengajukan perlindungan dari para krediturnya kepada pengadilan di wilayah hukum yang berwenang;*
- 5.) *Penjual berhenti atau terancam untuk berhenti melakukan bisnis; dan/atau*
- 6.) *Akun Penjual tidak aktif selama 3 (tiga) bulan.*

Penjual menyetujui keputusan terkait Para Pihak sepakat untuk mengesampingkan Pasal 1266 Kitab Undang Undang Hukum Perdata sepanjang putusan pengadilan diperlukan untuk pengakhiran Perjanjian *Marketplace* dan Ketentuan. (Tim Lazada, 2021c)

B. Penyelesaian Perselisihan Para Pihak

1. Permasalahan yang timbul dalam transaksi jual beli melalui internet (*E-commerce*)

Dalam transaksi jual beli Online memang memberikan kemudahan bagi pembeli untuk bertransaksi dalam kegiatan jual beli Online tersebut. Namun disisi lain ada beberapa permasalahan yang terdapat pada transaksi *E-commerce*. Dalam keadaan dunia yang terpengaruh oleh arus perkembangan teknologi digital yang memaksa setia individu untuk dapat menyesuaikan dengan perkembangan yang begitu pesat dalam hal perdagangan Online khususnya.

a. Keabsahan perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata

Disebutkan ada 4 syarat sahnya suatu perjanjian yaitu : kesepakatan antara kedua belah pihak untuk mengikatkan diri, kecakapan untuk membuat perjanjian, obyek tertentu dan suatu sebab yang halal. *E-commerce* merupakan metode perdagangan modern yang tidak mempertemukan penjual dan pembeli, maka untuk terjadinya suatu kesepakatan sulit untuk diketahui dengan jelas kapan kesepakatan antara kedua belah pihak itu terjadi. Selain itu mengenai kecakapan kedua belah pihak juga dipertanyakan karena antara penjual dan pembeli tidak bertemu langsung maka tidak dapat diketahui dengan jelas kedua belah pihak tersebut cakap atau tidak menurut Undang-Undang. Biasanya secara umum yang dijumpai dalam hal tersebut, cara mengatasinya pelaku usaha dalam websitenya mencantumkan kategori umur atau didalam diperbolehkan untuk memasuki website tersebut atau didalam registrasi data pribadi konsumen dicantumkan seperti nomor KTP atau paspor dimana diharapkan dapat menjamin kecakapan seorang konsumen dalam bertansaksi. Mengenai suatu sebab yang halal juga menjadi permasalahan

dalam transaksi jual beli melalui internet. Sebab yang halal dalam Undang-Undang adalah tidak melanggar kesusilaan dan ketertiban umum. Masalahnya barang yang diperdagangkan di internet beraneka ragam macam barang, dan ada barang disuatu Negara yang diperdagangkan tetapi disuatu Negara tertentu juga ada barang yang tidak boleh diperdagangkan. Cara mengatasi masalah ini dengan membuat peraturan yang melarang memperdagangkan barang-barang yang sesuai dengan aturan hukum positif di Indonesia atau mengadakan perjanjian antar Negara mengenai barang-barang yang boleh diperdagangkan di dunia maya.

- b. Tidak ada lembaga penjamin keabsahan toko Online
Perusahaan atau akun jual beli Online di dunia maya yang menjual toko Online sangatlah mudah untuk didirikan dibandingkan dengan mendirikan perusahaan di dunia nyata. Sebagaimana kenyataannya bahwa pendirian suatu perusahaan di dunia nyata memerlukan ijin dari pejabat/ instansi terkait. Namun dalam mendirikan atau membangun toko Online di dunia maya hanya menyewa tempat di dunia maya dan membuat web desain toko Online pada *Internet Service Provider* (ISP) maka toko Online ini sudah dapat beroperasi layaknya toko di dunia nyata. Kemudahan dalam membuat toko Online inilah yang menjadi masalah bagi konsumen yang akan membeli produk pada toko Online tersebut. Maraknya kasus penipuan terhadap konsumen seperti misalnya toko Online yang fiktif, pencurian nomor kartu kredit, dan sebagainya. Permasalahan ini dapat diatasi dengan membuat suatu lembaga yang berfungsi menjamin keabsahan toko Online dan memberi ijin beroperasi dalam beroperasi.
- c. Masalah keamanan transaksi terkait dengan jaminan kepastian hukum
Implikasi dari pengembangan jual beli Online ini dirasa ada sisi positif dan sisi negatif. Aspek positifnya bahwa dengan adanya perdagangan di internet melalui jaringan Online dapat meningkatkan peran dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan efek efisiensi. Aspek negatifnya adalah persoalan keamanan dalam transaksi menggunakan media *E-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum. Masalah keamanan yang dipermasalahkan dalam aspek ini adalah masalah kerahasiaan pesan, masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya sampai ke tangan penerima, masalah keabsahan pelaku transaksi dan masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.
- d. Keberadaan konsumen yang tidak tervisual secara jelas
Mengingat adanya transaksi yang dilakukan dalam dunia maya, sehingga dapat kemungkinan seperti pihak yang melakukan transaksi mungkin saja pihak yang secara hukum tidak diperkenankan melakukan tindakan hukum. Contohnya pihak konsumen yang melakukan transaksi berusia di bawah ketentuan yang

tercantum dalam syarat-syarat dalam melakukan transaksi, ataupun apabila telah terjadi kata sepakat oleh kedua belah pihak dan ketika akan ditelusuri pihak konsumen fiktif.

- e. Keragaman mengenai hukum yang ada dan yuridiksi hukum yang mengikat kedua belah pihak

Adanya keraguan mengenai hukum yang ada dan yuridiksi hukum yang mengikat kedua belah pihak yang melakukan bisnis atau transaksi. Dimana ada sementara pihak yang beranggapan atau berpendapat bahwa transaksi itu terjadi di dunia maya, maka hukum yang berlaku di dunia maya tidak berlaku di berlakukan walaupun dalam beberapa hal ada ketentuan yang dapat dikenakan di dunia maya. Jadi orang beranggapan bahwa hukum di dunia maya dengan di dunia kenyataan itu berbeda, padahal sebenarnya peraturan dunia maya berasal dari kehidupan sehari-hari yang biasanya diatur oleh peraturan.

2. Usaha Penyelesaian perselisihan para pihak pada Lazada

a. Pengembalian Produk

Layanan pengembalian produk adalah bukti keseriusan dari pihak Lazada sebagai penyedia Platform dalam menyelesaikan masalah yang timbul. Demi menjaga kepuasan pembeli Lazada memberikan garansi yang bisa diklaim oleh pembeli apa bila barang yang dikirim tidak sesuai permintaan nantinya pihak lazada akan meminta pihak penjual untuk membayar denda sebagai bentuk sanksi atas kelalaian salam bertransaksi.

Dibawah ini akan penulis tampilkan beberapa layanan oleh lazada demi menciptakan iklim transaksii jual beli yang bagus. Mulai dari metode, serta prosedur pengembalian produk, kategori produk, serta persyaratan untuk dipenuhi agar proses pengembalian produk bisa diproses.

1) Pengembalian produk(Tim Lazada, 2021b)

Pengembalian barang sangatlah mudah!



Login ke akun anda



Klik ke Pesanan Saya & klik Pengembalian Produk



Isi formulir retur online



Cetak formulir retur (Pilihan)



Kemas barangnya dan lampirkan return label



Kirimkan ke Lazada

*Sebelum mengembalikan produk, pastikan Pengguna telah membaca **Kebijakan Pengembalian Barang Lazada** untuk memastikan produk Pengguna layak dikembalikan.*

*Apabila **pengembalian Pengguna** telah sesuai dengan persyaratan, pengembalian dapat dimulai dengan mengisi Formulir Pengembalian*

Online. Pengguna diharuskan untuk Login ke akun Lazada Pengguna untuk dapat mengakses Formulir Pengembalian Online.

Pengguna juga dapat melacak status pengembalian Pengguna melalui Order Tracking.

1.) langkah-langkah pengembalian barang pada layanan ini (Tim Lazada, 2021a)

langkah-langkah untuk mengembalikan barang Pengguna secara Drop off adalah sebagai berikut:

- a) Isi formulir pengembalian barang secara Online
- b) Setelah Pengguna mengisi formulir pengembalian barang, Pengguna akan mendapatkan kode otorisasi atau RA (Return Authorization) yang terdiri dari 15 digit dengan prefix RN diikuti dengan (nomor order) dan kombinasi angka

Contoh:

Nomor pesanan 300123123, contoh Return Authorization / Return Number: RN3001231234567

- c) Cetak formulir yang sudah dilengkapi dengan **Return Number** dan **Nomor Pesanan**.

LAZADA Formulir Pengembalian

Tanggal Pengisian Form: 22-11-2017
Nomor Pesanan: 3165712712
Jenis Pengembalian: Drop Off

Kode RA (Return Authorization): RN3165712712221101
POS Indonesia: XXXXXXXX7917

Pengembalian barang GRATIS*.
*hanya untuk Etobee dan Pos Indonesia (bukan agen)

Order Number **Return Number**

Item	Alasan pengembalian
 JBL T450 On-Ear Headphone - Biru	Barang yang dikirimkan salah

Metode Pengembalian yang Dipilih: otherProduct

Berat dan dimensi produk disesuaikan dengan kebijakan POS Indonesia.

[CETAK SEKARANG](#) [Download](#)

Kemas ulang produk yang ingin dikembalikan, lalu tempel formulir diluar kemasan. Pastikan formulir TIDAK ditempel pada kotak produk secara langsung, lazada tidak dapat menerima produk yang Pengguna kembalikan apabila kotak produk lazada terima dalam kondisi tidak

seperti semula (sobek, hilang atau sudah ditempel stiker).

Logo Kebijakan Pengembalian dapat ditemukan pada website lazada atau produk/laman produk.

	Cakupan Kebijakan Pengembalian	Berubah Pikiran	Jaminan Uang Kembali
 14 hari pengembalian	14 hari kalender	Tersedia	Ya
 14 hari pengembalian Berubah pikiran tidak diperkenankan	14 hari kalender	Tidak Tersedia	Ya
 7 Hari Pengembalian Berubah pikiran tidak diperkenankan	7 hari kalender	Tidak Tersedia	Ya
 Produk ini tidak dapat dikembalikan	Tidak Tersedia	Tidak Tersedia	Ya

Bergantung kepada Kebijakan Pengembalian Barang yang berlaku, Pengguna diperbolehkan untuk mengembalikan barang kepada Lazada dalam waktu 7 atau 14 hari kalender. **Penghitungan dimulai dari tanggal Pengguna menerima barang sampai tanggal cap pos yang tertera pada paket yang Pengguna kembalikan kepada**

lazada.

Untuk kategori produk tertentu yang termasuk dalam "**berubah pikiran tidak diperkenankan**", ketentuan tambahannya tercantum di bawah ini:

Kategori	Berubah pikiran tidak diperkenankan
Media, Musik & Buku	<ul style="list-style-type: none"> eBooks, surat kabar, majalah, journal Download digital (video game, software, film, lagu)
Fashion	<ul style="list-style-type: none"> Lingerie & pakaian tidur, shapewear & celana dalam Kaus kaki & celana ketat wanita Pakaian renang Perhiasan (Anting, Aksesori rambut)
Olahraga & Outdoor	<ul style="list-style-type: none"> Celana dalam, pakaian renang and kaus kaki
Perkakas DIY & Outdoor	<ul style="list-style-type: none"> Bahan masakan & kue Minuman Makanan sarapan Permen & Coklat Es krim Makanan kaleng, makanan kering & kemasan Bingkisan makanan & par
Otomotif	<ul style="list-style-type: none"> Skuter

Kategori	Berubah pikiran tidak diperkenankan
	<ul style="list-style-type: none"> • Sepeda motor elektrik • Helm • Perlengkapan pelindung
Produk dikirim dari luar negeri	

Untuk kategori produk tertentu yang termasuk dalam "**produk yang tidak dapat dikembalikan**", ketentuan tambahannya tercantum di bawah ini:

Kategori	Produk yang tidak dapat dikembalikan
Barang Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Voucher & layanan (semua kategori) • Isi ulang pulsa

5.) Persyaratan pengembalian yang sah:

- a. *Bukti pembelian (nomor pesanan, faktur pembelian, lainnya)*
- b. *Rincian bank dalam Formulir Pengembalian apabila pembayaran dilakukan melalui Bank Transfer / Mandiri Klikpay / Cash on Delivery.*
- c. *Sertakan Formulir Pengembalian dalam bentuk cetak (atau tulis Kode Otorisasi Pengembalian-kode RA Pengguna) di setiap paket pengembalian.*
- d. *Mohon kemas ulang produk yang akan dikembalikan dan tempel stiker pengembalian diluar paket (tidak pada kardus produk)*
- e. *Alasan pengembalian harus bersifat sah dan persyaratan persetujuan pengembalian barang terpenuhi (lihat tabel berikut)*
- f. *Mohon kirimkan produk yang ingin dikembalikan ke alamat gudang lazada yang tercantum di formulir pengembalian barang*
- g. *Untuk memudahkan proses quality check, apabila produk yang akan dikembalikan berupa gadget, laptop atau perangkat lainnya yang dilengkapi dengan kata sandi (password), mohon pastikan untuk unlock atau menghapus kata sandi pada perangkat tersebut sebelum dikirim ke gudang lazada.*

6.) Untuk alasan apa saja bisa mengembalikan produk?(Tim Lazada, 2021b)

Jika tidak ditentukan lain pada halaman penawaran produk atau di deskripsi produk, Pengguna mungkin ingin mengembalikan pesanan karena beberapa alasan berikut ini:

Alasan Pengembalian	Pengembalian Barang Pengguna Harus:				
	Baru	Masih Disegel	Lengkap (hadiah gratis, aksesoris, dus asli)	Tidak Rusak	Tag & label tertera
Rusak	X	X	√	x	√
Cacat	X	X	√	√	√
Tidak muat (untuk produk fashion)	√	X	√	√	√
Tidak sesuai dengan website	√	X	√	√	√
Item yang dikirim salah	√	X	√	√	√
Produk/bagian hilang	√	X	X	√	√
Berubah pikiran* Hanya berlaku untuk produk tertentu	√	√	√	√	√
Produk kadaluarsa	X	X	√	x	√
Produk telah digunakan sebelumnya	X	X	√	x	x
Produk diduga palsu	√	X	√	√	√

CATATAN: Apabila pengembalian barang Pengguna dinyatakan tidak sah, maka biaya pengiriman barang Pengguna tidak akan diganti.

7.) Bisakah mengembalikan produk setelah 7/14 hari kalender setelah barang diterima?(Tim Lazada, 2021b)

Produk Pengguna tidak dapat dikembalikan setelah 7 hari kalender untuk produk dibawah 100% Perlindungan Pembeli dan 14 hari kalender untuk produk dibawah Jaminan Kepuasan. Setelah melewati masa pengembalian barang, apabila produk tersebut dilindungi oleh garansi pabrik, silahkan menghubungi pihak pabrik secara langsung untuk proses pengembalian yang lebih cepat. Pengguna juga dapat menghubungi pihak garansi pabrik melalui kontak yang tertera pada kartu garansi.

C. Mekanisme Penyelesaian Perselisihan Jual Beli Online Lazada

1. Objek Perselisihan

Dalam hal jual beli *Online* kaitannya dengan produk produk yang disediakan oleh Lazada, Lazada sebagai Retail dan pihak pertama bertanggung jawab atas semua hak konsumen maupun pembeli. Hal-hal yang berkaitan dengan keluhan, kritik dan komplain merupakan sesuatu yang harus ditangani dengan baik.

Objek-objek perselisihan yang terjadi adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian barang yang dipesan; dan
- b. Batas waktu pengiriman;

Dari hasil penelitian penulis ke Lazada melalui komunikasi Online menemukan bahwa setiap keluhan dan komplain pelanggan ditanggapi dengan responsive dan solutif. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Lazada adalah dengan menyediakan layanan *customer service*. Dengan adanya layanan tersebut pihak lazada membuka diri untuk peka terhadap hal-hal yang sifatnya keluhan dari pembeli. Sehingga keluhan dari pembeli bisa langsung ditindak lanjuti.

2. Prosedur penyelesaian perselisihan dalam kontrak jual beli Lazada

Transaksi *E-commerce* di dunia maya dimungkinkan terjadi sengketa seperti halnya sengketa yang terjadi dalam suatu hubungan hukum yang dilakukan secara konvensional. Semakin banyak dan luas kegiatan perdagangan, maka frekuensi terjadinya sengketa semakin tinggi, hal ini berarti akan banyak sengketa yang harus diselesaikan. Sengketa ini dapat terjadi karena adanya wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum. (Bintoro, 2010)

Sengketa-sengketa tersebut dapat diselesaikan melalui proses litigasi maupun non litigasi. Namun demikian, sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, bahwa *E-commerce* dilahirkan dengan maksud untuk meniadakan hambatan dalam model transaksi bisnis yang konvensional berupa pertemuan langsung, sehingga dibatasi oleh waktu dan tempat, serta diperlukannya kertas-kertas sebagai suatu dokumen. Model *E-commerce* dalam transaksi bisnis secara dapat dilakukan secara *non face* dan *non sign*. Oleh karena itu, model penyelesaian sengketa yang terlalu banyak memakan waktu, biaya dan terlalu banyak formalitas-formalitas pada hakikatnya merupakan suatu model penyelesaian sengketa yang tidak diharapkan dalam *E-commerce*. Sebaliknya *E-commerce* justru mengharapkan penyelesaian sengketa yang lebih cepat, murah dan tidak terlalu banyak formalitas-formalitas.

Penyelesaian sengketa sendiri pada dasarnya dapat dikualifikasikan menjadi penyelesaian sengketa secara damai dan penyelesaian sengketa secara adversarial. Penyelesaian sengketa secara damai lebih dikenal dengan penyelesaian secara musyawarah mufakat. Sementara penyelesaian sengketa secara adversarial lebih dikenal dengan penyelesaian sengketa oleh pihak ketiga yang tidak terlibat dalam sengketa. Dalam penyelesaian sengketa secara damai tidak ada pihak yang mengambil keputusan

bagi penyelesaian sengketa. Keterlibatan pihak ketiga dalam penyelesaian sengketa secara damai adalah dalam rangka mengusahakan agar para pihak yang bersengketa dapat sepakat untuk penyelesaian sengketa mereka. Bentuk dari penyelesaian sengketa secara damai adalah negosiasi, mediasi dan konsiliasi.

Negosiasi adalah penyelesaian sengketa secara damai dimana para pihak berhadapan langsung tanpa ada keikut-sertaan dari pihak ketiga. Sementara mediasi dan konsiliasi adalah penyelesaian sengketa secara damai dimana ada turut campur pihak ketiga. Perbedaan antara konsiliasi dan mediasi terletak pada aktif tidaknya pihak ketiga dalam mengusahakan para pihak untuk menyelesaikan sengketa. Penyelesaian sengketa secara damai, apabila dilihat dari sifatnya, maka penyelesaian ini merupakan hal yang ideal mengingat keadilan muncul dari para pihak.

Mediasi menjadi salah satu bentuk penyelesaian yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa dalam sengketa *E-commerce*. Melalui mediasi pihak ketiga yang netral akan duduk bersama-sama dengan para pihak yang bersengketa dan secara aktif akan membantu para pihak dalam upaya menemukan kesepakatan yang adil dan memuaskan bagi keduanya. Dalam proses mediasi, seorang mediator hanya berperan sebagai fasilitator saja. Mediator tidak mempunyai kewenangan untuk membuat suatu keputusan yang mengikat para pihak. Seorang mediator akan membantu para pihak yang bersengketa untuk mengidentifikasi persoalan-persoalan yang menjadi pokok sengketa, memfasilitasi komunikasi di antara kedua belah pihak.

Pasal 23 : Pada pasal 23(*Kontrak Marketplace Lazada Indonesia*, n.d.) Marketplace lazada telah diatur peraturan hukum yang berlaku dan pengadilan yang berwenang apabila terjadi perselisihan antara para pihak yaitu antara lazada dengan dengan penjual. Adapun peraturan tersebut adalah

23.2. Dalam hal terjadi perselisihan diantara Para Pihak dalam Perjanjian, termasuk tetapi tidak terbatas pada penafsiran, penerapan, pelaksanaan, keabsahan, pelanggaran atau pengakhiran Perjanjian ini atau ketentuannya, Para Pihak harus menggunakan upaya terbaik mereka untuk menyelesaikan perselisihan tersebut secara damai dalam waktu 30 (tiga puluh) hari sejak salah satu Pihak menerima pemberitahuan tertulis terkait perselisihan tersebut. Apabila dalam periode tersebut Para Pihak tidak dapat menyelesaikan perselisihan tersebut secara damai maka perselisihan itu akan dirujuk kepada dan diselesaikan melalui arbitrase berdasarkan Peraturan Badan Arbitrase Nasional Indonesia ("BANI"). Pihak manapun tidak berhak untuk memulai atau mengajukan gugatan apapun kepada pengadilan sehubungan dengan perselisihan sampai perselisihan tersebut telah diputuskan melalui arbitrase sebagaimana diatur dalam pasal ini dan pengajuan permohonan ke pengadilan hanya ditujukan untuk kepentingan pelaksanaan keputusan arbitrase. Setiap

keputusan arbiter dalam segala hal dalam Pasal ini bersifat final, mengikat, dan tidak dapat diganggu gugat. Proses beracara arbitrase ini akan dilakukan oleh majelis arbitrase yang terdiri atas 3 (tiga) orang arbiter. Tempat pelaksanaan arbitrase tersebut akan dilakukan di Jakarta, Indonesia, kecuali Para Pihak menyepakati tempat lain secara tertulis.

23.3. Biaya arbitrase ditanggung sebagaimana putusan arbitrase dan sesuai dengan Peraturan Prosedur Arbitrase BANI.

23.4. Seluruh komunikasi dalam proses beracara arbitrase harus dilaksanakan dalam bahasa Inggris, kecuali dinyatakan lain dalam Peraturan Prosedur Arbitrase BANI.

23.5. Para Pihak sepakat untuk mengesampingkan Pasal 48 ayat (1) dan 73 ayat (b) Undang Undang No. 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, sehingga mandat arbiter yang ditunjuk tetap berlaku sampai dengan putusan arbitrase final telah diberikan.

23.6. Ketentuan Pasal 23 ini akan tetap berlaku pada saat Perjanjian Marketplace ini telah berakhir atau diakhiri lebih awal oleh Pihak manapun dan untuk alasan apapun.

Dari pasal kontrak disebutkan bahwa segala permasalahan harus didahulukan dengan jalan damai, para pihak dianjurkan untuk mencari jalan teraik dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, paling lambat 30 hari sejak salah satu pihak menerima pemberitahuan tertulis terkait dengan perselisihan. Jika jalan damai yang ditempuh masih belum terjadi kesepakatan maka selanjutnya adalah tahapan APS yang dilimpahkan kepada BANI (badan arbitrase nasional Indonesia).

Pasal ini menurut penulis sudah memberikan payung hukum bagi para pihak, dari isi pasal menunjukkan kesiapan dari pihak Platform (Lazada) dalam mengantisipasi adanya permasalahan yang mungkin saja timbul. Pasal 23 memberikan kenyamanan serta keamanan bagi para pihak untuk bertransaksi secara elektronik, Karena memang tahapan maupun mekanisme untuk menyelesaikan perselisihan sudah jelas tertulis pada pasal 23 tersebut. Sebagai bentuk kontrak antara Lazada dengan penjual pasal tersebut mampu merepresentasikan sebuah aturan yang ideal dalam kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli dalam ranah Online.

Metode yang telah ditulis oleh Lazada dalam kontrak kerjasama mencerminkan kesesuaian antara teori dan praktik didalam transaksi jual beli Online menggunakan kontrak kerjasama sebagai jalan menuju keadilan. Tentang mengedepankan prinsip musyawarah, jalan damai, serta penggunaan BANI (APS)

menunjukkan tingkat kesuksesan dalam praktik kontrak kerjasama jual beli Online di Indonesia.

3. SELLER PENALTIES

SELLER PENALTIES atau dalam bahasa Indonesia pinalti penjual adalah Penalti yang akan dikenakan kepada *Seller* jika melakukan pelanggaran seperti yang ada di bawah ini:

No.	Kelalaian yang disebabkan oleh Seller	Keterangan	Penalti (dalam bentuk Rp)
Hal yang berkaitan pada Pemenuhan Pesanan			
1	Pembatalan Dikarenakan kelalaian Penjual	Semua pesanan yang dibatalkan karena alasan Produk Habis (OOS), Melewati batas waktu pengiriman, Kesalahan harga atau kesalahan content yang dilakukan oleh seller akan dikenakan penalty di setiap item nya.	100,000 per Order + Komisi
2	Penjemputan namun Gagal	Order telah ditandai sebagai siap untuk dikirim pada Seller Center Lazada tetapi jasa penyedia logistik melaporkan Produk belum siap ketika datang untuk penjemputan dan/atau penjual tidak memberikan bukti serah terima	100,000 per Order + Komisi

		yang valid atau nomor AWB tidak sesuai dalam waktu 24 jam setelah diminta untuk melakukannya.	
Hal yang berkaitan dengan Pengembalian			
3a	Pengembalian / Pengiriman Gagal dengan alasan tidak dapat diterima oleh Customer	Penjual menolak untuk menerima Produk yang dikembalikan atau Produk yang tidak dapat dikirimkan.	100,000 per Item
3b	Produk Salah/Tidak Sesuai *	Pelanggan menerima produk yang berbeda dari apa yang diharapkan atau tidak sesuai dengan isi di website	100,000 per Item
3c	Produk Tidak Lengkap/ Hilang*	Pelanggan hanya menerima beberapa bagian produk namun produk utama, aksesoris atau bonus produk tidak diterima.	100,000 per Item
Hal yang berkaitan dengan Pemalsuan / Produk Terlarang			
		Produk yang dikirimkan telah melebihi	1,000,000 per Order + Seller di non aktifkan

4	Produk Kadaluarsa	setengah dari umur simpan sejak tanggal pembuatan sampai dengan tanggal berakhir dari Pabrik	(Non aktif sementara atau seterusnya sampai dengan hasil investigasi lebih lanjut)
5	Produk Terlarang	Penjual mengupload dan menawarkan Produk yang dilarang sesuai dengan ketentuan undang-undang.	1,000,000 per Order + Seller di non aktifkan (Non aktif sementara atau seterusnya sampai dengan hasil investigasi lebih lanjut)
6	Produk yang Menyalahi / Melanggar	Produk berhubungan dengan merek dagang yang identik atau tidak mudah dibedakan dengan merek dagang yang dilindungi secara hukum dan / atau menggunakan merek atau layanan dagang yang menyerupai dan membingungkan yang berhubungan/sejenis dengan	1,000,000 per Order + Seller di non aktifkan (Non aktif sementara atau seterusnya sampai dengan hasil

		barang yang serupa, sehingga mengeksploitasi nama dan gambar dari sebuah merek Ternama	investigasi lebih lanjut)
--	--	--	---------------------------

Hal yang berkaitan dengan Menghubungi Customer

7	Penjual menghubungi pelanggan untuk alasan yang bukan dikarenakan proses verifikasi pesanan (tidak termasuk model pengiriman penjual)	Penjual menghubungi Pembeli untuk alasan selain pengiriman yang menggunakan kurir penjual sendiri. Termasuk dalam hal ini adalah pengiriman selebaran iklan dari penjual atau situs-situs lain.	1,000,000 per kasus
---	---	--	---------------------

Penyalahgunaan Lazada

8	Penjual membeli Barangnya sendiri menggunakan diskon.	Penjual membeli sendiri Produk yang dijual menggunakan diskon yang diberikan oleh Lazada* *Untuk kepentingan ketentuan ini, Penjual dapat didefinisikan oleh Lazada sebagai agennya, keluarganya, kenalannya, karyawannya,	Harga Barang per Unit + Komisi
---	---	---	---------------------------------------

		sub-kontraktornya, dll	
8	Penjual mengirim ke alamat yang berbeda.	Penjual mengirim Barang ke alamat selain yang diberikan oleh Lazada atau diinformasikan melalui Lazada oleh Pelanggan.	Harga Barang + Komisi

Hal yang berkaitan dengan Invoice dan Buku Panduan

9	Tidak melampirkan Invoice	Penjual tidak melampirkan Invoice bersamaan dengan Produk	10,000 per Pelanggaran
10	Tidak melampirkan Buku Panduan	Penjual tidak mengirimkan Buku Panduan bersamaan dengan pengiriman Produk	10,000 per Pelanggaran

**Penalty Policy Point No. 1, 2, 3 (a,b,c) is waived until further notice / Kebijakan Penalti poin nomor 1, 2,dan 3 (a,b,c) akan dikesampingkan hingga pemberitahuan lebih lanjut*

Seller penalties menjelaskan tentang denda yang dibebankan kepada penjual sebagai mitra kerjasama dalam kegiatan jual beli di lazada. Dengan adanya seller penalties tersebut, lazada mengantisipasi akan hal-hal yang mungkin terjadi dari pihak penjual. Agar setiap masalah yang berkaitan dengan kepuasan pembeli bias segera dilakukan. Dengan adanya denda tentu membuat penjual yang bermitra dengan lazada lebih disiplin serta pembeli merasa terjamin dengan kualitas pelayanan serta kualitas transaksi yang dilakukan di Lazada.

Seller penalties mengindikasikan ketegasan, serta kesiapan lazada dalam mengantisipasi konflik atau permasalahan dengan pihak.

D. Intensitas Permasalahan

Dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dalam setiap komen yang disertakan dalam produk Lazada, sangat sedikit permasalahan yang timbul. Penulis bisa memberikan asumsi bahwa kontrak yang dibuat oleh lazada sudah bagus karena bisa mengakomodir setiap permasalahan yang timbul. Dengan minimnya permasalahan yang terjadi atau rendahnya intensitas konflik antar pihak penulis menyebutkan bahwa kontrak yang dibuat oleh lazada sebagai toko Online di Indonesia memiliki tingkat kesuksesan yang baik. Dengan kontrak yang baik maka perselisihan yang timbul juga akan sedikit. Kesiapan lazada sebagai *Platform* terbesar di Indonesia penulis pandang sebagai kunci untuk meminimalisir konflik.

IV. KESIMPULAN

Aspek prosedural yang dilakukan dalam proses jual beli secara konvensional sebenarnya tetap sama dengan prosedur yang dilakukan dalam jual beli dengan sistem *Online*. Hanya saja media dan internet yang lebih berperan besar dalam transaksi secara *Online*. Dalam transaksi jual beli secara *Online* menghendaki proses yang terjadi adalah *nonface interaction* dan *nonsign*. Hal serupa juga terjadi pada transaksi jual beli melalui Lazada. Dokumen yang berupa dokumen *Online* serta pembayaran yang melalui e-banking menjadi hal yang wajib.

Secara keseluruhan bahwa dari aspek procedural serta objek jual beli, jual beli yang dilakukan melalui lazada sesuai dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Bisnis E-commerce Indonesia.

Dari sudut pandang penyelesaian sengketa yang terjadi, pihak Lazada sudah mengantisipasi dengan pasal yang khusus membahas tentang sengketa. Apabila dalam Para Pihak tidak dapat menyelesaikan perselisihan secara damai maka perselisihan itu akan dirujuk kepada dan diselesaikan melalui arbitrase berdasarkan Peraturan Badan Arbitrase Nasional Indonesia ("BANI"). Dimana APS adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati oleh para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli menjadi opsi dalam menyelesaikan penyelesaian yang mungkin terjadi. Namun untuk meminimalisir tentang perselisihan, Lazada memberikan opsi pilihan pengembalian produk terkait objek perselisihan tentang barang yang tidak sesuai pesanan, atau barang rusak sebelum diterima maka itu adalah tanggung jawab Lazada sebagai penyedia pasar *Online*. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas permasalahan yang terjadi sangat kecil, hal ini bisa penulis simpulkan bahwa kontrak yang dibuat oleh pihak Lazada sudah mampu mengantisipasi permasalahan dalam jual beli *Online*.

V. DAFTAR PUSTAKA

Bintoro, R. W. (2010). Tuntutan Hak Dalam Persidangan Perkara Perdata. *Jurnal Dinamika Hukum*, 10(2), 147–156.

Sanusi, M. A. (2001). Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 8(16), 10–29.

Kontrak Marketplace Lazada Indonesia, pasal 23 ayat 1 (testimony of Tim Lazada).

Tim Lazada. (2021a). *help center, bagaimana-langkah-langkah-pengembalian-barang-pada-layanan-ini*. www.lazada.co.id

Tim Lazada. (2021b). *help center, bagaimana-saya-mengembalikan-produk*. www.lazada.co.id

Tim Lazada. (2021c). *Terms of Use, Syarat dan Ketentuan Penggunaan*. www.lazada.co.id

Bintoro, R. W. (2010). Tuntutan Hak Dalam Persidangan Perkara Perdata. *Jurnal Dinamika Hukum*, 10(2), 147–156.

Sanusi, M. A. (2001). Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 8(16), 10–29.

Kontrak Marketplace Lazada Indonesia, pasal 23 ayat 1 (testimony of Tim Lazada).

Tim Lazada. (2021a). *help center, bagaimana-langkah-langkah-pengembalian-barang-pada-layanan-ini*. www.lazada.co.id

Tim Lazada. (2021b). *help center, bagaimana-saya-mengembalikan-produk*. www.lazada.co.id

Tim Lazada. (2021c). *Terms of Use, Syarat dan Ketentuan Penggunaan*. www.lazada.co.id