

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran hukum dalam masyarakat di antaranya adalah untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan. Hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut.<sup>1</sup>

Undang Undang Perlindungan Konsumen atau bisa juga disebut UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disahkan pada tanggal 20 April 1999 dan mulai efektif pada tanggal 20 April 2000. Latar belakang dari dibuatnya UU tersebut tidak lain adalah karena banyak kasus yang merugikan kepentingan konsumen serta ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi berbagai kasus pada masa itu dan karena itu saat ini terdapat asas-asas yang melindungi konsumen dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen yang berisi tentang hak-hak konsumen yaitu hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, hak atas informasi yang benar, hak untuk mendapatkan konsumsi dan lain-lain.

Undang – Undang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut sebagai UUPK dalam pasal 1 menjelaskan bahwa definisi dari perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum

---

<sup>1</sup>Satjipto Rahardjo, 2014, *Ilmu Hukum*, Bandung, hlm. 53.

untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Definisi konsumen menurut UUPK adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk di perdagangkan. Maka terlihat dari definisi dari konsumen semua orang merupakan konsumen karena membutuhkan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhannya baik untuk kepentingan serta perlindungan kepada konsumen.

Menurut ahli Philip Kotler berpendapat bahwa konsumen adalah setiap individu atau rumah tangga yang memberi atau mendapatkan barang/jasa untuk konsumsi pribadi.<sup>2</sup> Setiap individu di dunia ini merupakan konsumen karena untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia akan menggunakan barang/jasa yang ada untuk dimanfaatkannya.

Transaksi *online shopping* merupakan pertemuan antara penjual dan pembeli yang saling menguntungkan dengan adanya data, bukti, dokumen pendukung yang dimasukkan kedalam jurnal setelah melalui pencatatan.<sup>3</sup> Transaksi yang berkembang pesat saat ini tidak hanya dalam negeri kita Indonesia namun juga seluruh dunia. Melalui media teknologi modern yang ada saat ini membuat kehidupan manusia lebih efisien dan mudah yang membuat kita dapat melakukan transaksi jual beli secara *online* dengan media aplikasi seperti *Facebook Marketplace, Tokopedia, Shopee, Zalora*, dan lain-lain.

---

<sup>2</sup> Joan Imanuella Hanna Pangemanan, Pengertian Konsumen dan Cara Mengenali Perilaku, Media Indonesia, hlm.1 <https://mediaindonesia.com/humaniora/560423/pengertian-konsumen-dan-cara-mengenali-perilaku>, diakses pada 9 Oktober 2023 pukul 14.09.

<sup>3</sup>Siska Ernawati Fatimah, Lis Tatin Herdinadiatin, Ario Purdianto, Nadhira Azzahra, 2021 "Pengaruh Transaksi Online Shopping Terhadap Loyalitas Pengguna Aktif", Vol 17 No. 4, hlm. 2.

Perkembangan internet masa kini membawa sebuah perubahan yang radikal pada dunia perdagangan di berbagai jenis komoditas pada berbagai sektor yang membuat konsumen saat ini dapat memilih untuk melakukan pembelian secara online atau offline. Kombinasi antara *brickandmortar* dan teknologi informasi menyebabkan konsumen dapat mencari informasi tentang produk di internet, namun melakukan pembelian produk di *brickandmortar* stores, tetapi juga ada konsumen yang melihat produk di toko berbangunan fisik, namun melakukan pembelian secara online.<sup>4</sup>

Indonesia merupakan salah satu dari 10 negara dengan pertumbuhan *e-commerce* dengan pertumbuhan mencapai 78% dan berada pada tingkat ke-1 disusul oleh Meksiko sebesar 59% dengan berada di posisi ke-2. Indonesia diprediksi untuk pengguna *e-commerce* meningkat hingga 189,6 juta pengguna pada 2024. Pada tahun 2022-2023 mencapai 180,6 juta pengguna *e-commerce*.<sup>5</sup> Maka kondisi ini telah dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di seluruh Indonesia untuk meraup untung melalui jual beli/transaksi online melihat dengan perkembangan pesat dalam jual beli *online* di Indonesia saat ini. Pesatnya perkembangan tersebut berdampak langsung terhadap pembangunan dan perekonomian hingga di Indonesia memiliki lebih dari 2.300 *startup* dengan 11 perusahaan *startup* yang sudah berstatus unicorn. Indonesia memiliki pangsa pasar besar kegiatan perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

---

<sup>4</sup> Mohamad Rivai Olii, Maria Henry Pratiknjo, Jenny Nelly Matheosz, 2020, "Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado", *Jurnal Akutansi dan Keuangan*, Vol. 13 No. 4, Universitas Mulawarman, hlm. 2.

<sup>5</sup> Siska Ernawati Fatimah, Ario Pudianto, Dita Septiani, Nadhira, 2021, "Kepercayaan sebagai Mediasi Kepuasan Pengguna Online", *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Universitas Swadaya Gunung Jati, hlm. 82.

Kementrian Komunikasi dan Informatika RI mencatat aktifitas pengguna internet hingga 2020 lalu mencapai 93,4 juta pengguna dan 7,4 juta diantaranya merupakan konsumen online shop dan berhasil mencapai nilai transaksi sebesar US\$3,5 miliar.<sup>6</sup> Pertumbuhan teknologi informasi yang sangat pesat telah menciptakan peluang bisnis baru dalam mengejar kesuksesan usahanya. Teknologi internet, misalnya, telah menjadikan bisnis saat ini menjadi borderless dan timeless (tanpa batas wilayah dan tanpa batas waktu). Jumlah itu akan bertambah hingga 8,4 juta konsumen *online shop*. Sama seperti halnya perjanjian/kontrak pada umumnya, keabsahan suatu transaksi elektronik sebenarnya tidak perlu diragukan lagi sepanjang terpenuhinya syarat-syarat kontrak. Dalam sistem hukum Indonesia, sepanjang terdapat kesepakatan di antara para pihak; cakap mereka yang membuatnya; atas suatu hal tertentu; dan berdasarkan suatu sebab yang halal, maka transaksi tersebut seharusnya sah, meskipun melalui proses elektronik.<sup>7</sup>

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 yang telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) aturan ini merupakan aturan hukum mengenai internet pertama di Indonesia. Dalam aturan hukum yang ada seperti yang disebutkan perdagangan diatur di dalamnya. Dalam hal ini *e-commerce* secara cukup jelas tertuang dalam aturan tersebut mulai dari, pengertian, pemahaman, dasar hukum,

---

<sup>6</sup> KOMINFO, Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara, hlm. 1 [Kementerian Komunikasi dan Informatika \(kominfo.go.id\)](http://kominfo.go.id). diakses pada 9 Mei 2024 pukul 18.10

<sup>7</sup> Ahmad Rosidi, Yogi Yasa Wedha, Wira Hendri, Mashur, 2022, "Transaksi Online Dimasa Pandemi Covid-19 Prespektif Hukum Positif (IUS CONSTITUTUM)", *Jurnal Ilmiah*, Vol. 10. No. 1, Universitas Gunung Rinjani, hlm. 63.

penyelenggara, hubungan hukum pelaku transaksi elektronik serta informasi akurat, dan perlindungan terhadap konsumen. Dalam hal hubungan konsumen serta penyedia jasa dalam *e-commerce* tetap adanya persyaratan berupa materi dan adanya pengesahan hukum yang terlibat di dalamnya. Walaupun dalam hal ini, dalam melaksanakan transaksi elektronik, konsumen dengan penyedia jasa tidak bertemu dan bertatap muka secara langsung, namun tetap secara hukum adanya perjanjian yang sah sangat diperlukan sebelum memulai adanya transaksi *online* tersebut, agar terhindarnya sengketa antara konsumen dengan penjual di masa depan.<sup>8</sup>

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik memberikan kepastian hukum bagi kegiatan industri *e-commerce* di Indonesia sedangkan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur aspek hukum yang lebih luas terkait dengan transaksi elektronik termasuk perlindungan data pribadi. Tindakan pidana terkait dengan penggunaan teknologi informasi, dan aspek lainnya terkait dengan aktivitas dunia maya.<sup>9</sup>

Kehadiran Peraturan Pemerintah (PP) No. 80 Tahun 2019 merupakan bentuk tindakan pemerintah dalam menangani aspek perlindungan konsumen, khususnya di sektor *e-commerce*. Para pelaku usaha *e-commerce* diwajibkan untuk menjaga hak-hak konsumen dari tahap penawaran elektronik, iklan,

---

<sup>8</sup> Dewa Gede Ananta Prasetya, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, Ni Made Puspasutari Ujjanti, 2022, "Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce Dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online", *Jurnal Konstruksi Hukum*, Vol. 3 No. 2, Universitas Warmadewa, hlm. 367.

<sup>9</sup> R. Yudha Triarianto Wasono, Analisa Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019, hlm 1. [Analisa Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019 \(siplawfirm.id\)](https://siplawfirm.id). diakses pada 22 Febuari 2024 pukul 13.30.

kontrak elektronik, hingga proses penukaran, pembatalan, dan pengiriman barang/jasa hal tersebut juga diatur dalam Pasal 26 PP No. 80 Tahun 2019 yang berisi tentang pelaku usaha wajib melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

Melalui dari perspektif pedagang, PPMSE dapat dianggap merugikan karena PPMSE dapat menjadi sarana bagi penipuan dan kejahatan *online* yang memungkinkan pedagang dapat menjadi korban penipuan oleh pembeli yang tidak jujur atau penjual yang tidak bertanggung jawab serta biaya transaksi yg dikenakan oleh PPMSE menjadi beban bagi pedagang kecil sehingga dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh oleh pedagang yang membuat mereka kesulitan untuk bersaing dengan pedagang besar. Ketentuan ini dapat memiliki dampak negatif pada pertumbuhan pelaku usaha PMSE, terutama pedagang individu. Saat ini, kemunculan *platform e-commerce* memberikan kesempatan bagi siapa pun untuk memulai bisnis dagang secara *online*, termasuk para *reseller* dan *dropshipper* yang bertindak sebagai perantara antara produsen atau pedagang utama dengan konsumen akhir. Tentu saja, persyaratan perizinan yang ketat akan menjadi hambatan bagi Pedagang Individu semacam *reseller* dan *dropshipper* untuk memenuhinya.<sup>10</sup>

Dalam beberapa kasus tidak sedikit juga para pembeli maupun konsumen yang mengalami penipuan secara *online* melalui teknologi yang telah berkembang pesat saat ini yaitu *smartphone* dan dalam beberapa kasus banyak

---

<sup>10</sup> *Ibid.*

korban yang saat ini marak terjadi yaitu penipuan secara *online* contoh kasus seperti modus salah transfer Rp 45.000.000, sindikat penipu ditangkap<sup>11</sup> maupun kasus di platform *e-commerce* seperti yang diadukan konsumen itu dominan menyangkut barang yang tidak sampai. Konsumen telah membeli barang tersebut dan sudah membayar tapi barangnya tidak sampai.<sup>12</sup> Korban dari kasus penipuan *online* tidaklah sedikit dan hal tersebut disebabkan dari lainnya korban dalam melakukan transaksi dan cerdiknya pelaku dalam melaksanakan penipuan tersebut. Banyak faktor penyebab korban penipuan online enggan untuk melapor ke pihak yang berwajib alasan lain korban tidak mau melapor kasus penipuan yang dialaminya adalah karena tidak yakin uangnya akan kembali. Terdapat korban yang memilih merelakan uangnya dibawa kabur penipu begitu saja dan banyak korban penipuan yang tidak mau lapor polisi. Terdapat juga yang alasannya malu dikarenakan mereka takut orang-orang jadi tahu kasusnya dan malu karena sudah dibodohi oleh penipu.<sup>13</sup> Muncul berbagai persepsi risiko dari setiap orang seperti takut kehilangan uang, waktu pengiriman yang lama dan faktor keamanan dan privasi dalam menggunakan *e-commerce*. Selain itu adanya risiko yang dirasakan konsumen

---

<sup>11</sup> Azhari Sultan, Modus Salah Transfer Rp 45 Juta Sindikat Penipu Ditangkap, hlm. 1 [Modus Salah Transfer Rp45 Juta, Sindikat Penipu Ditangkap : Okezone News](#). diakses pada 27 Febuari 2024 pukul 12.11

<sup>12</sup> Novina Putri Bestari, Korban Penipuan Ecommerce RI Makin Banyak, hlm. 1 [Korban Penipuan Ecommerce RI Makin Banyak, Cek Data Terbaru! \(cnbcindonesia.com\)](#) diakses pada 27 Febuari 2024 pukul 12.20

<sup>13</sup> Detik News, Sayang Banyak Korban Penipuan yang Enggan Lapor Polisi, hlm.1 [Sayang, Banyak Korban Penipuan yang Enggan Lapor Polisi \(detik.com\)](#) diakses pada 26 Febuari 2024 pukul 18.46.

membuat konsumen enggan dan keberatan untuk melakukan transaksi *online shopping*.<sup>14</sup>

Pada tahun 2022, Kementerian Komunikasi dan Informatika yang selanjutnya disingkat Kominfo mencatat jumlah korban penipuan *online* mencapai 130 ribu orang<sup>15</sup>. Modus yang marak terjadi adalah mengajak pembeli dengan melakukan transaksi diluar *e-commerce* yang tentu saja tidak akan ada pihak ke 3 (tiga) yang menjamin keamanan dalam bertransaksi selain itu terdapat modus pelaku kejahatan akan mengambil alih akun *e-commerce* dan mengambil saldo uang digital yang ada di akun namun jumlah yang ada relatif sedikit.

Di samping nilai manfaat yang sangat tinggi, *e-commerce* membawa masalah dan hambatan dalam penegakan hukum sejumlah masalah dapat terjadi dengan sistem perdagangan seperti masalah keamanan data transaksi jual beli terhadap pihak-pihak lain yang dapat menyadapnya, masalah pengawasan pajak, masalah pengawasan terhadap materi yang diperjualbelikan, masalah kejahatan elektronik dan masalah perlindungan hukum serta aspek-aspek hukum yang berjalan seiring dengan perkembangan teknologi di masyarakat.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Aisyah Sirega, Rasmewahni, 2020, "Pengaruh Transaksi Online Shopping, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2 No. 2, Universitas Muhammadiyah Jakarta, hlm. 86.

<sup>15</sup> Wahyu Sudoyo, Catatan Kominfo Korban Penipuan Online Capai 130 Ribu pada 2022, Info Publik, hlm.1 [InfoPublik - Catatan Kominfo, Korban Penipuan Online Capai 130 Ribu pada 2022](#) diakses pada 26 Febuari 2024 pukul 18.46.

<sup>16</sup> Ni Luh Febriyani Teja Santi, 2019, "Perlindungan Hukum Kepentingan Para Pihak dalam Transaksi Online", *Jurnal Hukum Kenotariatan*, Vol. 4 No. 3, Universitas Hukum Udayana, hlm. 488.



Berdasarkan pengalaman Penulis saat mengamati lingkungan sekitar serta melalui media sosial banyak korban yang lebih memilih untuk pasrah dan merelakan kejadian yang dialaminya pengamatan yang dilakukan oleh penulis melalui berbagai macam hal seperti melihat melalui teman yang menjadi korban dan platform media sosial. Terdapat juga yang memilih untuk menghakimi pelaku dengan cara mereka sendiri, padahal dalam kasus tersebut pembeli sebagai hak konsumennya juga telah diatur secara sah dalam UU Perlindungan Konsumen (UUPK) & UU ITE namun masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui fungsi dari UU tersebut dibuat dan menurut berbagai kasus yang ada mengenai transaksi online ini terlihat jelas bahwa masih banyak masyarakat yang masih awam mengenai hak hukum mereka sebagai pembeli maupun konsumen.<sup>17</sup> Pengambilan keuntungan ilegal atau pencatutan melalui cara yang dipertanyakan seperti memalsukan produk, penipuan, tindakan inflasi seperti menimbun, spekulasi, pemasaran gelap dan sebagainya. Daftar contoh dan jenis eksploitasi melalui malapraktek yang diadopsi oleh pengusaha adalah sebuah fakta yang sangat panjang terjadi. Beberapa dari mereka menunjukkan kekhawatiran eksploitasi konsumen, yang membuktikan perlunya perlindungan konsumen, hal ini adalah sebagian dari penyebab pelanggaran hak konsumen.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Heru Widoyo, Menumbuhkan Kesadaran Hukum di Masyarakat, Universitas Bina Nusantara, hlm.1 [Menumbuhkan Kesadaran Hukum di Masyarakat – Character Building \(binus.ac.id\)](https://binus.ac.id), diakses pada 9 Mei 2024 pukul 19.38

<sup>18</sup> Lili Fadli Muhamad, Elkin Rilvani, 2021, “Perlindungan Konsumen Transaksi Online”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 1 No. 2, Universitas Pelita Bangsa, hlm. 41-42.

Berdasarkan uraian di atas terdapat kesenjangan UU ITE dengan fakta sosial yang terjadi di masyarakat tidak sedikit kasus penipuan secara *online* yang terus menerus terjadi di masyarakat Indonesia, maka dari itu peneliti tertarik dengan bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum tersebut terhadap konsumen dan melakukan penelitian dalam bentuk penulisan hukum dengan judul “IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMBELI DALAM TRANSAKSI ONLINE”

### **B. Rumusan Masalah**

Dengan latar belakang yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah yang menjadi permasalahan pada penelitian ini bagaimana pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pembeli dalam transaksi online yang mengalami kerugian ditinjau berdasarkan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada permasalahan hukum yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini untuk menganalisis pelaksanaan perlindungan hukum terhadap pembeli dalam transaksi *online* yang mengalami kerugian berdasarkan Undang Undang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Informasi Transaksi Elektronik.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Penelitian Teoritis

Manfaat dari penelitian ini peneliti berharap dapat menjadi sebuah referensi, masukan dan penambahan ilmu hukum sehingga berfungsi dan memiliki nilai guna untuk pengembangan ilmu hukum. Penambahan ilmu hukum menyangkut dengan mempelajari serta memahami ilmu hukum khususnya hukum perlindungan konsumen.

## 2. Manfaat Penelitian Praktis

### a. Bagi Pembeli dan Konsumen :

- 1) Dengan dibuatnya penulisan hukum ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui hak dan bentuk perlindungan secara hukum yang mereka miliki.
- 2) Agar masyarakat selaku pembeli maupun konsumen dalam suatu produk atau jasa dapat membedakan ciri-ciri pelaku usaha yang memiliki tujuan untuk melakukan penipuan atau sesuatu hal yang merugikan pembeli.

### b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dibuat juga agar pelaku usaha jual beli dapat mengetahui hak pembeli dalam melakukan transaksi agar dapat memenuhi hak mereka dan melakukan transaksi secara jujur.

### c. Bagi Penulis

Dengan dibuatnya penulisan hukum ini penulis dapat mengetahui lebih lanjut tentang perlindungan konsumen dan pembeli serta aturan aturan yang diatur dalam melaksanakan transaksi online.

## **E. Keaslian Penelitian**

1. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli *Online*) Di Pekanbaru”, ditulis oleh Ricardo Farera, Fakultas Hukum, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2020, dengan rumusan masalah “Bagaimana perlindungan hukum atas konsumen Lazada (situs jual beli *online*) di Pekanbaru? \ Apakah ada faktor dan hambatan atas konsumen Lazada di Pekanbaru?” Hasil dari penelitian tersebut, yaitu Hak konsumen dalam transaksi *online* tidak terjamin karena kurangnya saling kenal antara penjual dan konsumen serta tidak adanya pertemuan langsung. Ini dapat menyebabkan konsumen menerima barang dengan kondisi yang tidak sesuai janji. Transaksi *online* dan konvensional memiliki sedikit perbedaan, yaitu media yang digunakan (internet). Namun, transaksi *online* lebih fokus pada melindungi hak konsumen, sesuai dengan Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Jika ada pelanggaran dalam transaksi *online*, hak konsumen perlu dilindungi melalui penyelesaian sengketa, baik lewat pengadilan maupun jalur lainnya. Aturan ini diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Penulis yaitu topik utamanya mengenai perlindungan hukum dalam *e-commerce* Lazada di daerah Pekanbaru serta bertajuk hanya pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen serta ketentuan pengguna aplikasi Lazada sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Penulis merujuk terhadap UU Nomor 8 Tahun 1999 dan UU ITE serta implementasinya terhadap masyarakat sekitar.

2. “Perlindungan Hukum Terhadap Pembeli Dalam Jual Beli Melalui *E-Commerce*”, ditulis oleh Cleopatra Martina H, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, 2020, dengan rumusan masalah “Faktor-faktor apa yang dapat menjadi penyebab timbulnya Wanprestasi yang dilakukan penjual dalam transaksi *e-commerce*? dan bagaimana perlindungan hukum terhadap pembeli yang dirugikan oleh penjual dalam transaksi *e-commerce*? Hasil dari penelitian tersebut adalah “faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya wanprestasi dapat dikelompokkan ke dalam empat aspek utama, yaitu regulasi, *platform*, penegakan hukum, dan perilaku para pihak terlibat. Kelemahan dalam peraturan yang mengatur transaksi jual beli *online*, terutama dalam menetapkan sanksi terhadap penjual, bersamaan dengan keterbatasan penegakan hukum karena kurangnya sarana dan prasarana aparat hukum, menjadi pemicu utama terjadinya wanprestasi dari pihak penjual. Di sisi lain, keputusan calon pembeli untuk menggunakan media sosial seperti Instagram sebagai tempat bertransaksi, serta kurangnya penelusuran terhadap latar belakang penjual, juga turut berkontribusi terhadap masalah ini. Etika bisnis yang rendah dari para penjual menjadi faktor tambahan yang signifikan, di mana kurangnya tindakan dari pembeli untuk menegakkan hak mereka mendorong para penjual yang tidak etis untuk mengulangi perilaku merugikan. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu topik utamanya mengenai faktor utama penyebab wanprestasi antara pembeli dan penjual dalam *e-commerce* berbeda dengan penelitian yang

Penulis lakukan yaitu mengenai implementasi dari UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE dalam memberi perlindungan hukum bagi pembeli dalam melakukan transaksi *online*.

3. “Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli *Online* Shopee Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam”, ditulis oleh Firmansyah Arya Bima, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023, dengan rumusan masalah “Bagaimana praktik perlindungan konsumen di toko *online* Kaos.Pria29?” dan “Bagaimana pandangan Undang- Undang Perlindungan Konsumen dan hukum Islam terhadap jual beli *online* di toko *online* Kaos.Pria29?” hasil dari penelitian tersebut adalah: “Toko online Kaos.Pria29 terlihat mengabaikan sebagian besar transaksi, menyebabkan kerugian bagi konsumen. Awalnya, mereka merespon konsumen, tetapi ketika terjadi masalah seperti cacat pada barang, penyelesaiannya dilakukan sepihak oleh toko online tanpa respons terhadap keluhan konsumen. Situasi ini muncul karena pemilik toko dan karyawan kesulitan menanggapi dan merespon keluhan konsumen. Meskipun Kaos.Pria29 terus berupaya memaksimalkan kinerja untuk memberikan pelayanan terbaik, masih ada ketidakmampuan dalam menangani masalah pelanggan. Hasil analisis terhadap kasus ini dari perspektif Undang- Undang Perlindungan Konsumen menunjukkan bahwa Kaos.Pria29 melanggar ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7. Mereka gagal memenuhi kewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai

produk yang dijual serta tidak bertanggung jawab ketika produk mengalami kerusakan. Kewalahan dalam menanggapi konsumen membuat reputasi toko online ini tercemar. Dari perspektif Hukum Islam, praktek bisnis Kaos.Pria29 tidak sesuai dengan prinsip kejujuran dan keadilan. Mereka tidak memenuhi syarat akad salam dalam jual beli, yang seharusnya menjamin kualitas barang sesuai dengan deskripsi yang diiklankan. Oleh karena itu, dari sudut pandang hukum, tindakan Kaos.Pria29 dalam menjalankan bisnis *online* tidak sesuai dengan norma-norma yang dijunjung tinggi oleh Undang- Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam. Sebagai akibatnya, reputasi mereka dapat terus merosot, dan tindakan hukum bisa diterapkan untuk menegakkan hak-hak konsumen. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Penulis yaitu dalam penelitiannya penulis fokus terhadap kasus yang dialami pemilik toko *e-commerce* bernama Kaos.Pria29 yang tidak memenuhi kewajiban dalam memberikan informasi yang benar sesuai dengan ketentuan Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen serta pendapatnya dalam perspektif Hukum Islam yang berbeda dengan penelitian yang Penulis lakukan merujuk dalam implementasi keseluruhan hak dari pembeli dalam melakukan transaksi *online* merujuk pada UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE.

#### **F. Batasan Konsep**

1. Perlindungan Konsumen merupakan keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul

dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.<sup>19</sup>

2. Transaksi adalah kejadian pada dunia bisnis yang mencakup banyak hal dari proses jual beli, penerimaan dan pembayaran, hingga kehilangan, kebakaran, arus juga peristiwa yang dapat ternilai dengan uang. (Mursyidi)
3. Pengertian e-commerce adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Dengan kata lain, siapapun yang memiliki jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce*. (Vermaat)<sup>20</sup>

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian hukum empiris yaitu penelitian yang berfokus pada fakta sosial.<sup>21</sup> Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan responden melalui berbagai cara seperti wawancara untuk memperoleh data primer dan didukung oleh data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

---

<sup>19</sup>*Disperindag*, Perlindungan Konsumen Menurut UU No 8 Tahun 1999, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, hlm. 1 [PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT UU NO 8 TAHUN 1999 \(sumbarprov.go.id\)](http://sumbarprov.go.id). diakses pada 30 Oktober 2023 pukul 15.00

<sup>20</sup>*Husnul Abdi*, Pengertian E-Commerce Menurut Para Ahli dan Contohnya di Indonesia, hlm. 1 [Pengertian E-commerce Menurut Para Ahli dan Contohnya di Indonesia - Hot Liputan6.com](http://hotliputan6.com). diakses pada 29 Oktober 2023 pukul 23.49

<sup>21</sup> Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022, *Buku Pedoman Penulisan Hukum*, Yogyakarta, hlm. 7



## 2. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan data sekunder.

### a. Data primer

Data primer dalam penelitian empiris merupakan data yang dikumpulkan secara langsung yang melibatkan observasi, wawancara, fakta sosial dari keadaan atau subjek yang diteliti. Data primer yang akan digunakan adalah hasil wawancara dengan pelaku transaksi *online*.

### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dan diklasifikasikan menjadi dua yaitu :

#### 1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat berupa peraturan perundang-undangan, peraturan pemerintah maupun aturan negara lainnya yang masih berlaku.

Berikut daftar bahan hukum primer dalam penulisan hukum ini:

- a) Kitab Undang Undang Hukum Perdata (BW)
- b) Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- c) Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- d) Peraturan Pemerintah nomor 80 tahun 2019 tentang

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan atau dokumen yang menjadi referensi namun tidak mengikat seperti, internet, artikel buku, dan lain-lain. Berikut bahan hukum sekunder yang digunakan Penulis dalam melakukan penelitian ini meliputi :

- a) Internet
- b) Jurnal Ilmiah
- c) Berita
- d) Buku

3. **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah:

a. Metode Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk mendapatkan data primer dengan mengajukan pertanyaan mengenai objek yang diteliti dan berkaitan dengan penulis.

b. Metode Studi Kepustakaan

Metode ini dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan bahan hukum sekunder dengan membaca serta mempelajari buku yang berkaitan dengan objek penelitian.

4. **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara daring atau *online* semua tahapan

kegiatan riset dilaksanakan melalui *platform* digital. Pemilihan daring sebagai lokasi penelitian diputuskan berdasarkan kebutuhan untuk mengakomodasi partisipasi yang luas dari responden yang tersebar di berbagai wilayah geografis. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk melampaui batasan geografis dan memperluas cakupan sampel, memberikan kesempatan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh. Penggunaan *platform* daring juga memberikan keunggulan dalam hal efisiensi waktu dan aksesibilitas, memungkinkan responden untuk berpartisipasi tanpa perlu berada secara fisik di suatu lokasi tertentu. Namun, penting untuk menekankan bahwa seluruh aspek penelitian ini dilaksanakan dengan menjaga keamanan dan privasi data responden sebagai prioritas utama, menjadikan penelitian daring ini sebagai alternatif yang efektif dan aman dalam mengumpulkan informasi yang relevan.

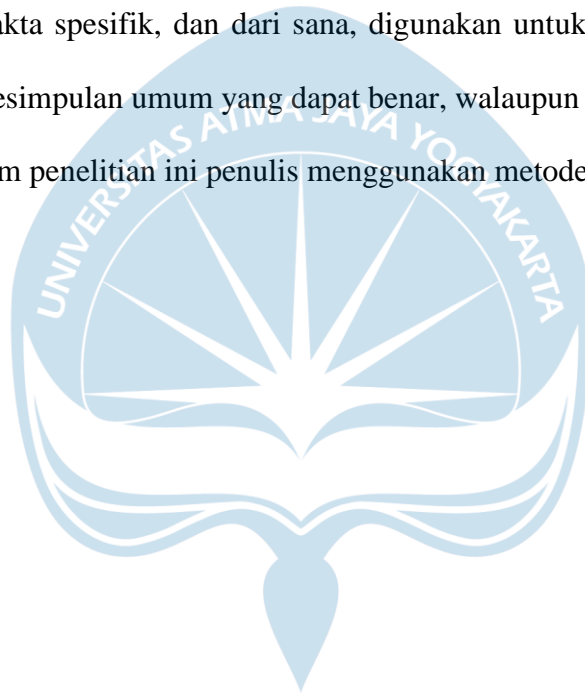
##### 5. Metode Analisis Data

Metode analisis yang dilakukan oleh penulis adalah data kualitatif yang merujuk pada yang berupa pendapat, keterangan, penjelasan serta penjelasan hukum dari responden yang di wawancarai berhubungan dengan objek penelitian apakah sesuai dengan rujukan yang digunakan atau tidak.<sup>22</sup> Metode analisis data dalam penulisan hukum merujuk pada pendekatan sistematis dalam mengumpulkan, merangkum, dan mengevaluasi informasi yang relevan dalam kerangka hukum. Proses analisis data ini bertujuan

---

<sup>22</sup> Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2022, *Buku Pedoman Penulisan Hukum*, Yogyakarta, hlm. 10

untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fakta hukum, argumen, dan isu-isu yang berkaitan dengan suatu topik tertentu kepada penulis hukum. Metode induktif adalah metode berpikir yang digunakan untuk sampai pada kesimpulan umum melalui pengumpulan data atau informasi yang bersifat khusus atau terbatas. Dalam konteks penalaran induktif, langkahnya melibatkan pengumpulan sejumlah bukti atau fakta spesifik, dan dari sana, digunakan untuk membuat pernyataan atau kesimpulan umum yang dapat benar, walaupun tidak selalu demikian.<sup>23</sup>Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode induktif.



---

<sup>23</sup>Joan Imanuella Hanna Pangemanan, Pengertian Penalaran Induktif dan Deduktif dan Contohnya, hlm. 1 [Pengertian Penalaran Induktif dan Deduktif dan Contohnya \(mediaindonesia.com\)](https://mediaindonesia.com), diakses pada tanggal 03 November 2023 pada pukul 17.02