

**PERLIDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE DI
KABUPATEN SEMARANG PERSPEKTIF HAK ASASI MANUSIA**

TESIS

**Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Akademik Magister Ilmu Hukum**



Oleh

KHABIB KOMEINI

NIM 23120013

**MAGISTER ILMU HUKUM FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN
(UNDARIS)**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : PERLIDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
ONLINE DI KABUPATEN SEMARANG PERSPEKTIF HAK
ASASI MANUSIA

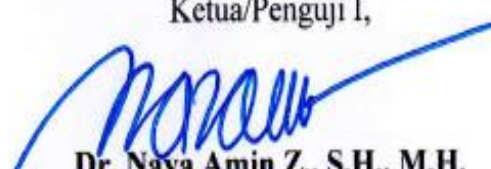
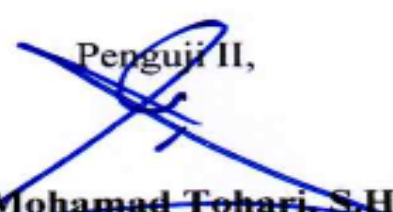
Nama Mahasiswa : Khabib Komeini

NIM : 23120013

Program Studi : Magister Ilmu Hukum

Tesis ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk dipertahankan dalam Sidang Ujian Tesis yang diselenggarakan oleh Program Studi Magister Ilmu Hukum Undaris.

Tim Dosen Pembimbing,

Ketua/Penguji I,	Penguji II,
	
Dr. Naya Amin Z., S.H., M.H.	Dr. Mohamad Tohari, S.H., M.H.

Mengetahui
Ka.Prodi Magister Ilmu Hukum,



Dr. Hj. Wieke Dewi Suryandari, S.H., M.H., Sp.N.
NIDN. 06.270467.03



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PROPOSAL TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama Lengkap : Khabib Komeini
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 7 Mei1990
NIM : 23120013
Program Studi : Magister Ilmu Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa naaskah proposal tesis saya yang berjudul:

**PERLIDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE DI
KABPUATEN SEMARANG PERSPEKTIF HAK ASASI MANUSIA**

Adalah benar-benar karya asli saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya asli saya sendiri dalam naskah proposal tesis tersebut telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tersebut tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pencabutan tesis dan gelar akademik yang saya peroleh dari tesis tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ungaran, 17 Februari 2025

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular stamp. The stamp is a 10,000 Rupiah revenue stamp (Meterai Tempel) from the Indonesian government, featuring the Garuda Pancasila emblem and the serial number D75-ALX417410546.

Khabib Komeini

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga tesis yang berjudul " **Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online di Kabupaten Semarang Perspektif Hak Asasi Manusia** " ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Hukum pada Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. H. Hono Sejati, S.H., M.Hum, selaku Rektor Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) yang telah memberikan kesempatan dan dukungan akademik bagi penulis.
2. Dr. Mohamad Tohari, S.H., M.H, selaku Dekan Fakultas Hukum UNDARIS dan sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Dr. Hj. Wieke Dewi Suryandari, S.H., M.H., Sp. N, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum UNDARIS yang telah memberikan bimbingan dalam penyelesaian tesis ini.
4. Dr. Naya Amin Zaini, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini.
5. dukungan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Rekan-rekan mahasiswa, yang turut memberikan inspirasi dan diskusi yang bermanfaat dalam memahami berbagai aspek hukum terkait perlindungan konsumen.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan dan pengembangan penelitian di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu hukum, khususnya dalam aspek perlindungan konsumen di era digital. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan dan kemudahan bagi kita semua.

Ungaran, 13 Februari 2025

Yang membuat pernyataan

Khabib Komeini

ABSTRAK

Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *online* di Kabupaten Semarang menjadi topik yang semakin penting seiring dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam konteks transaksi jual beli daring di Kabupaten Semarang, dengan perspektif Hak Asasi Manusia (HAM). Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi tantangan, hambatan, serta upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen ketika mengalami kerugian dalam transaksi *online*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis data yang diperoleh melalui wawancara dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sudah ada regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dan UU Informasi dan Transaksi Elektronik, implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* masih menghadapi banyak kendala, termasuk kurangnya pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka serta kesulitan dalam mengakses penyelesaian sengketa secara efektif. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sistem hukum untuk memberikan rasa aman bagi konsumen serta mendorong pelaku usaha untuk lebih bertanggung jawab.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi Online, Hak Asasi Manusia, Kabupaten Semarang

ABSTRACT

Consumer legal protection in online transactions in Semarang Regency has become an increasingly important topic with the rapid development of information and communication technology. This research aims to analyze consumer legal protection in the context of online buying and selling transactions in Semarang Regency from the perspective of Human Rights (HR). The main focus of this study is to identify the challenges, obstacles, and legal measures that consumers can take when they suffer losses in online transactions. The research uses a qualitative approach with data analysis obtained through interviews and documentation studies. The results of the study show that although there are regulations such as Law Nomor 8 of 1999 on Consumer Protection and the Law on Electronic Information and Transactions, the implementation of legal protection for consumers in online transactions still faces many challenges, including a lack of consumer understanding of their rights and difficulties in accessing dispute resolution effectively. Therefore, strengthening the legal system is required to provide security for consumers and encourage businesses to be more responsible.

Keywords: *Legal Protection, Consumers, Online Transactions, Human Rights, Semarang Regency*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PROPOSAL TESIS.....	iii
PRAKATA	iii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iiii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Kebaharuan Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Tesis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Tinjauan Perlindungan Hukum	10
2. Hak Asasi Manusia.....	13
3. Tinjauan Perlindungan Konsumen	48
4. Tinjauan Jual Beli Online (Online)	32
B. Orisinalitas Penelitian.....	45
C. Kerangka Berpikir	48
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Jenis Penelitian.....	51
B. Pendekatan Penelitian.....	51
C. Lokasi Penelitian	52
D. Jenis dan Sumber Data	53
E. Subyek Penelitian.....	54

F. Teknik Pengumpulan Data.....	54
G. Teknik Analisis Data	55
H. Keterbatasan Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Hasil Penelitian	57
B. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP	71
A. Simpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi jual beli. Salah satu bentuk nyata dari perubahan yaitu munculnya perdagangan elektronik atau *online* yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi secara daring tanpa harus bertatap muka dengan penjual. *Online* menawarkan berbagai kemudahan, seperti akses yang lebih mudah, pilihan produk yang beragam, serta efisiensi waktu yang signifikan. Namun, di balik kemudahan tersebut terdapat sejumlah permasalahan hukum yang dapat merugikan konsumen, seperti penipuan, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, kebocoran data pribadi, dan kesulitan dalam pengembalian barang atau *refund*.^{1 2}

Perkembangan teknologi internet membawa dampak dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang hukum, khususnya dalam perlindungan konsumen. Kemajuan teknologi menghadirkan tantangan baru yang harus diantisipasi oleh sistem hukum yang berlaku. Perlindungan konsumen menjadi aspek penting karena efektivitas penerapan teknologi di tengah masyarakat sangat bergantung pada regulasi yang dapat memberikan rasa aman kepada konsumen.³

Salah satu tantangan terbesar dalam perlindungan konsumen di era digital adalah munculnya transaksi perdagangan melalui internet atau yang lebih dikenal sebagai *online*. Perdagangan elektronik ini membawa berbagai permasalahan hukum yang belum sepenuhnya diatur dalam regulasi yang berlaku. Sistem *online* sendiri tersusun dari berbagai *subsistem* yang saling berkaitan dan memiliki karakteristik serta tantangan tersendiri. Salah satu permasalahan utama yang sering terjadi dalam *online* adalah dampak negatifnya terhadap konsumen, yang cenderung lebih rentan dirugikan dalam

¹ Novita, Yustina Dhian, and Budi Santoso. "Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen Di Era Bisnis Digital." *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3, no. 1 (2021): 46-58. <https://dx.doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>.

² Pramono, Satrio Budi, and Grasia Kurniati. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Online Di Indonesia." 1, no. 2 (2023): 166-78. <https://dx.doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037>.

³ Winda Tri Wahyuningsih, None. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Pelaku Bisnis Dalam Bisnis Digital Online." 1, no. 1 (2023): 40-48. <https://dx.doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.5>.

transaksi daring dibandingkan transaksi konvensional.⁴ Salah satu contoh permasalahan yang sering terjadi adalah produk yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan awal, baik dari segi spesifikasi, kualitas, maupun jumlahnya.⁵

Selain itu, permasalahan juga muncul dari sisi produsen atau penjual. Banyaknya jumlah pengguna internet yang berinteraksi dalam *online* membuat produsen mengalami kesulitan dalam mendeteksi apakah seseorang benar-benar merupakan pembeli yang sah atau hanya pengguna internet yang sekadar mengakses informasi tanpa ada niat untuk melakukan transaksi. Hal ini dapat mempengaruhi efektivitas pemasaran dan distribusi produk secara daring, serta meningkatkan potensi penipuan di dalam transaksi *online*.

Persoalan perlindungan hukum dalam *online* menjadi semakin kompleks karena beberapa karakteristik khas dari perdagangan elektronik yang membuat posisi konsumen menjadi lebih lemah atau bahkan dirugikan. Salah satu tantangan utama adalah bahwa banyak perusahaan yang beroperasi di internet tidak memiliki alamat fisik yang jelas di suatu negara tertentu. Hal ini menyulitkan konsumen untuk melakukan pengembalian produk apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Selain itu, sistem pengaduan dan pengembalian barang dalam transaksi daring sering kali tidak seefektif dalam transaksi konvensional, sehingga konsumen kesulitan mendapatkan jaminan atas haknya, termasuk dalam hal pengembalian dana atau kompensasi. Buku *Pembangunan Hukum Sumber Daya Alam Berbasis Ideologi Pancasila* karya Amin, menekankan bahwa hukum di Indonesia harus berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila, termasuk keadilan sosial dan perlindungan masyarakat. Dalam konteks perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online*, prinsip ini relevan untuk memastikan regulasi yang melindungi hak-hak konsumen dari praktik bisnis yang merugikan. Zaini juga mengkritik pengaruh liberalisme dan kapitalisme dalam hukum, yang dapat mengarah pada eksploitasi tanpa perlindungan yang memadai bagi pihak yang lebih lemah, termasuk konsumen.

⁴ Aryani, Almira Putri, and Liana Endah Susanti. "Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam Transaksi Online Pada Marketplace Terhadap Kepuasan Konsumen." *Ahmad Dahlan Legal Perspective* 2, no. 1 (2022): 20-29. <https://dx.doi.org/10.12928/adlp.v2i1.5610>.

⁵ Jasmine, Alifia, Prita Amalia, and Helitha Novianty Muchtar. "Tanggung Jawab Platform Marketplace Terhadap Penjualan Ponsel (Mobile Phone) Ilegal Berdasarkan Hukum Nasional." *Masalah-Masalah Hukum* 51, no. 4 (2022): 378-89. <https://dx.doi.org/10.14710/mmh.51.4.2022.378-389>

Urgensi reformasi hukum dalam legalitas mata uang digital di Indonesia menyoroti pentingnya regulasi yang lebih kuat untuk mengakomodasi perkembangan teknologi finansial, termasuk penggunaan *crypto currency* dan sistem pembayaran digital lainnya. Meskipun transaksi digital semakin berkembang pesat, Indonesia masih menghadapi tantangan hukum dalam mengatur mata uang digital agar tetap aman dan dapat digunakan secara sah. Tanpa regulasi yang jelas, konsumen yang menggunakan mata uang digital dalam transaksi *online* berisiko mengalami ketidakpastian hukum, penipuan, serta penyalahgunaan data.⁶ Perlindungan hukum dalam transaksi *online* tidak hanya sebatas pada aspek konvensional seperti hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan kesepakatan, tetapi juga mencakup keamanan dalam penggunaan teknologi keuangan baru seperti *crypto currency*. Tanpa adanya regulasi yang tegas, baik dalam perlindungan konsumen maupun dalam legalitas mata uang digital, masyarakat sebagai pengguna akan selalu berada dalam posisi rentan.

Dalam sistem hukum di Indonesia, perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Peraturan Menteri Perdagangan dan peraturan lain yang mengatur perdagangan elektronik. Meskipun demikian, dalam praktiknya, masih ditemukan berbagai kendala dalam implementasi perlindungan hukum bagi konsumen, seperti kurangnya pemahaman konsumen mengenai hak-haknya, sulitnya proses penyelesaian sengketa, serta lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha daring.⁷

Perlindungan hukum atas konsumen dilaksanakan berdasarkan asas-asas perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Mengenai Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut “perlindungan konsumen berasaskan manfaat, kepastian, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.” Sedangkan dalam undang-undang

⁶ Jasmine, Alifia, Prita Amalia, and Helitha Novianty Muchtar. "Tanggung Jawab Platform Marketplace Terhadap Penjualan Ponsel (Mobile Phone) Ilegal Berdasarkan Hukum Nasional." *Masalah-Masalah Hukum* 51, no. 4 (2022): 378-89. <https://dx.doi.org/10.14710/mmh.51.4.2022.378-389>

⁷ Naya Amin Zaini, *Pembangunan Hukum Sumber Daya Alam Berbasis Ideologi Pancasila* Purbalingga: Eureka Media Aksara 2024.

informasi dan transaksi elektronik diatur mengenai transaksi elektronik yang memuat salah satunya kegiatan mengenai jual beli dalam media internet Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi “transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.” Dalam undang-undang informasi dan transaksi elektronik dijelaskan juga mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi secara lengkap dan benar pada pasal 9 undang-undang informasi dan transaksi elektronik yang berbunyi “pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.”

Kajian Hukum Terhadap Kewajiban Pemenuhan dan Perlindungan Hak Asasi Manusia dalam Konstitusi Indonesia karya Amin menekankan bahwa sebagai negara hukum, Indonesia memiliki kewajiban konstitusional untuk menjunjung tinggi dan melindungi hak-hak dasar warga negaranya.⁸ Hak-hak tersebut mencakup kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, papan, pendidikan, dan kesehatan, yang semuanya telah diatur dalam UUD 1945. Pemenuhan hak-hak ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia. Dalam konteks perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online*, prinsip-prinsip yang diuraikan oleh Zaini relevan. Negara, melalui perangkat hukumnya, berkewajiban memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi dengan baik. Hal ini sejalan dengan amanat konstitusi yang mengharuskan negara untuk melindungi setiap warga negara dari praktik-praktik yang merugikan, termasuk dalam ranah perdagangan elektronik.⁹

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia merupakan isu yang semakin mendesak, terutama dengan meningkatnya penggunaan platform digital dalam kegiatan ekonomi. Beberapa perundang-undangan telah diimplementasikan untuk memberikan perlindungan ini, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mencakup berbagai hak

⁸ Zaini, Naya Amin. "Politik Hukum Dan Ham (Kajian Hukum Terhadap Kewajiban Pemenuhan Dan Perlindungan Hak Asasi Manusia Dalam Konstitusi Indonesia)." *Jurnal Panorama Hukum* 1, no. 2 (2016): 1-16.

⁹ Zaini, Naya Amin. "Politik Hukum Dan Ham (Kajian Hukum Terhadap Kewajiban Pemenuhan Dan Perlindungan Hak Asasi Manusia Dalam Konstitusi Indonesia)." *Jurnal Panorama Hukum* 1, no. 2 (2016): 1-16.

konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha. Tujuan undang-undang ini secara fundamental adalah untuk menciptakan kepastian hukum bagi konsumen, sehingga mereka dapat bertransaksi dengan aman dan terjamin.¹⁰

Banyak pelaku usaha masih kurang bertanggung jawab, dengan risiko nyata terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen. Oleh karena itu, pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan upaya kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk notaris dan lembaga penegak hukum, sangat diperlukan untuk menjaga dan meningkatkan efektivitas perlindungan hukum.¹¹

Adapun dalam perspektif Hak Asasi Manusia (HAM), perlindungan konsumen juga dapat dipandang sebagai satu bentuk penghormatan terhadap hak-hak dasar individu. Perlindungan terhadap konsumen dalam jual beli *online* berperan penting dalam menjaga hak-hak tersebut, terutama dalam memastikan bahwa konsumen tidak dirugikan oleh penipuan atau ketidakadilan dalam praktik komersial.¹² Perlindungan hukum yang kuat bagi konsumen adalah langkah signifikan untuk mencapai kesejahteraan yang lebih luas, di mana setiap individu dapat berpartisipasi dalam transaksi perdagangan secara adil dan tanpa rasa takut akan eksploitasi.

Jual beli *Online* bukan hanya sekadar platform untuk jual beli, tetapi juga berkaitan erat dengan tingkat kepercayaan antara konsumen dan penjual. Kepercayaan ini sangat bergantung pada persepsi risiko yang dirasakan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam implementasi perlindungan hukum.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Online di Kabupaten Semarang Perspektif Hak Asasi Manusia”**

¹⁰ Pramono, Satrio Budi, and Grasia Kurniati. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Online Di Indonesia." 1, no. 2 (2023): 166-78. <https://dx.doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037>.

¹¹ Hamdari, H. and Trisno, B. E. "Peran Notaris Dalam Perlindungan Konsumen Perdagangan Elektronik Di Indonesia.", *Jatiswara* 38, no. 1 (2023). <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.29303/jtsw.v38i1.485>.

¹² Primadhany, E. F. (2023). . "Hukum Perlindungan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Hak Asasi Manusia Di Kabupaten Sukabumi: Studi Kasus Tentang Perlindungan Konsumen Pada Produk Pangan.", *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 2, no. 6 (492-500). <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i6.444>.

B. Kebaharuan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis dan pembaruan terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*, khususnya dengan adanya perkembangan terbaru dalam regulasi dan penerapan hukum yang menyikapi tantangan baru di dunia digital. Fokus utamanya adalah bagaimana implementasi regulasi tersebut memengaruhi perlindungan hak konsumen dalam konteks transaksi *online*, dan sejauh mana regulasi ini efektif dalam mengatasi permasalahan yang muncul.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam kajian perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *online* dari perspektif Hak Asasi Manusia (HAM), khususnya di Kabupaten Semarang. Beberapa nilai kebaruan yang dihasilkan dari penelitian ini mencakup aspek regulasi, implementasi kebijakan, serta perspektif konsumen dan pelaku usaha dalam praktik transaksi digital.

Salah satu kebaruan utama dalam penelitian ini adalah pendekatan yang menggabungkan analisis hukum dengan perspektif HAM dalam transaksi *online*. Sebelumnya, studi mengenai perlindungan konsumen lebih banyak berfokus pada aspek hukum perdata dan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar peraturan. Namun, penelitian ini menyoroti bagaimana transaksi *online* juga berhubungan dengan hak-hak fundamental konsumen, seperti hak atas keamanan, hak atas informasi yang benar, dan hak untuk mendapatkan perlindungan hukum yang efektif.

Selain itu, penelitian ini memberikan pemetaan khusus mengenai kondisi perlindungan konsumen di Kabupaten Semarang, yang sebelumnya belum banyak dikaji dalam konteks transaksi digital. Dengan melakukan wawancara kepada berbagai pihak, termasuk konsumen, pelaku usaha, dan instansi terkait seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) serta Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), penelitian ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai tantangan dan peluang dalam penegakan hukum perlindungan konsumen di tingkat daerah.

Dari sisi regulasi, penelitian ini juga menyoroti kesenjangan antara peraturan yang ada, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

Elektronik (UU ITE), dengan praktik nyata di lapangan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah tersedia, masih terdapat berbagai kendala dalam implementasinya, terutama dalam hal pengawasan terhadap pelaku usaha yang beroperasi secara daring tanpa izin resmi.

Lebih lanjut, penelitian ini menekankan pentingnya penguatan edukasi dan literasi digital bagi konsumen agar lebih memahami hak-hak mereka dalam transaksi *online*. Banyak konsumen di Kabupaten Semarang yang belum mengetahui prosedur pengaduan jika mengalami permasalahan dalam transaksi digital. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan strategi konkret untuk meningkatkan kesadaran hukum di kalangan konsumen, termasuk melalui kerja sama antara pemerintah, *platform e-commerce*, dan lembaga perlindungan konsumen.

Aspek kebaharuan lainnya adalah kajian mengenai peran teknologi dalam meningkatkan perlindungan konsumen. Penelitian ini menyoroti bagaimana penggunaan teknologi seperti digital *signature* (tanda tangan digital) dan sistem verifikasi berbasis *blockchain* dapat membantu menciptakan ekosistem perdagangan *online* yang lebih aman dan terpercaya. Hal ini menjadi rekomendasi bagi pemerintah dan pemangku kepentingan untuk mengadopsi teknologi sebagai bagian dari strategi perlindungan konsumen di era digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *online*, tidak hanya dari sisi hukum positif tetapi juga dari aspek implementasi kebijakan dan perlindungan HAM. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan, akademisi, dan praktisi hukum dalam merancang strategi yang lebih efektif dalam melindungi konsumen di era digital.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi *online* dalam perspektif HAM?
2. Apa hambatan perkara hukum bagi konsumen dalam transaksi di *online*?

3. Bagaimana upaya mengatasi hambatan perlindungan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi *online*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi di *online* dalam perspektif HAM.
2. Untuk mengetahui hambatan perkara hukum konsumen dalam transaksi di *online*.
3. Untuk mengetahui upaya mengatasi hambatan dalam perlindungan hukum dalam transaksi *online*.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus kajian penelitian ini dan tujuan yang ingin dicapai maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan menemukan jawaban terkait perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli di *online*

2. Manfaat Secara Praktis

Diharapkan dari penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang tanggung jawab yang harus ditanggung oleh setiap individu dalam melakukan transaksi melalui *online*.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tesis ini diuraikan menjadi lima bab, di mana antara Bab Satu dengan bab lain akan dibahas dalam ruang lingkup dan materi pembahasan yang sesuai dengan kelompok masing-masing. Adapun sistematika tesis ini dapat disusun sebagai berikut:

- Bab I Pendahuluan meliputi: Latar Belakang Masalah, Kebaharuan Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.
- Bab II Tinjauan Pustaka meliputi: Perlindungan Hukum Konsumen, Bentuk Perlindungan Hukum, Pengertian Konsumen, Hak dan Kewajiban Konsumen, Asas-Asas Hukum Perlindungan Konsumen, Tujuan Perlindungan Konsumen.
- Bab III Metode penelitian meliputi: Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Lokasi Penelitian Populasi dan Sampel, Teknik pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.
- Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan meliputi: penjelasan tentang Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Perspektif
- Bab V Penutup meliputi Kesimpulan dan Saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Tinjauan Perlindungan Hukum

a. Pengertian Perlindungan Hukum

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum dalam kepustakaan hukum berbahasa Belanda dikenal dengan istilah *rechtbescherming van de burgers*. Istilah ini mencerminkan upaya untuk memberikan perlindungan dan hak-hak kepada pihak yang membutuhkan perlindungan sesuai dengan tanggung jawab yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, "perlindungan hukum" dapat dipahami sebagai adaptasi dari istilah Belanda yang bertujuan untuk melindungi hak-hak individu dalam masyarakat.¹³

Sementara itu, Sudikno Mertokusumo memberikan definisi perlindungan hukum dalam arti sempit, yaitu perangkat hukum yang diberikan kepada subjek hukum, baik secara preventif maupun represif, yang dapat berbentuk tertulis maupun tidak tertulis. Dalam pengertian yang lebih luas, perlindungan hukum juga mencerminkan peran hukum dalam menciptakan kedamaian bagi individu dan kelompok dalam masyarakat, guna mencapai harmoni dan keseimbangan kehidupan sosial. Perlindungan hukum, dalam cakupan yang lebih besar, mencakup semua entitas hidup dan karya ciptaan Tuhan yang harus dijaga bersama demi terciptanya kehidupan yang adil dan harmonis.¹⁴

Kehadiran hukum dalam masyarakat memiliki peran penting dalam menciptakan tatanan yang adil. Dalam sistem hukum yang berbasis pada moral konstitusionalisme, yang menjamin kebebasan dan hak-hak individu, mematuhi hukum dan konstitusi bukan hanya sebuah kewajiban, tetapi juga

¹³ Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987. Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum : Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Liberty, 2003).

¹⁴ Mertokusumo, Sudikno. *Penemuan Hukum : Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Liberty, 2003.

esensi dari kewajiban moral yang terkandung dalam norma-norma tersebut. Oleh karena itu, hak-hak asasi individu harus dihormati dan ditegakkan oleh pihak yang berwenang, baik dalam proses pembuatan kebijakan publik maupun dalam memberikan akses kepada individu terhadap informasi kebijakan tersebut.¹⁵

Munir Fuady berpendapat bahwa tujuan hukum selain untuk mencapai keadilan, juga bertujuan untuk menciptakan kepastian hukum, baik untuk individu maupun masyarakat luas.¹⁶ Perlindungan hukum menjadi elemen penting dalam sistem negara hukum, karena negara memiliki tanggung jawab untuk menetapkan aturan yang mengatur kehidupan setiap warga negara. Dalam hubungan antara negara dan warga negaranya, terdapat saling ketergantungan yang menghasilkan hak dan kewajiban yang saling terkait, dengan perlindungan hukum sebagai salah satu hak fundamental yang wajib dijamin oleh negara.¹⁷

Hubungan antara konsep perlindungan hukum dan prinsip *rechtsstaat* (negara hukum) atau *Rule of Law* sangat erat, karena keduanya bertujuan untuk mengakui dan melindungi hak asasi manusia. Konsep *rechtsstaat* pertama kali diperkenalkan oleh Julius Stahl pada abad ke-19, sementara *Rule of Law* dipopulerkan oleh A.V. Dicey. A.V. Dicey menyebutkan tiga ciri utama dari negara hukum (*Rule of Law*), yaitu:

- 1) Supremasi hukum merupakan tidak ada tempat bagi tindakan sewenang-wenang, sehingga seseorang hanya dapat dihukum jika melanggar hukum.
- 2) Prinsip kesetaraan di hadapan hukum yang berarti berlaku bagi semua individu, baik warga biasa maupun pejabat pemerintah.

¹⁵ Rusyad, Zahir. *Hukum Perlindungan Pasien, Konsep Perlindungan Hukum Terhadap Pasien Dalam Pemenuhan Hak Kesehatan Oleh Dokter Dan Rumah Sakit. Cetakan Pertama*. Malang: Setara Press, 2018.

¹⁶ Wahid, Munir Fuady dan Muchtar. *Memaknai Kepastian Hukum Hak Milik Atas Tanah (Suatu Analisis Dengan Pendekatan Terpadu Secara Normatif Dan Sosiologis)*: Republika, 2008.

¹⁷ Kurdi, Nuktoh Arfawie. *Telaah Kritis Teori Negara Hukum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

- 3) Hak asasi manusia terjamin yang berarti hak-hak dasar individu harus dilindungi oleh undang-undang dan putusan pengadilan.

Suatu perlindungan hukum dapat dikatakan sah apabila mengandung unsur-unsur berikut:¹⁸

- 1) Adanya pengayoman dari pemerintah terhadap warga negaranya.
- 2) Jaminan kepastian hukum.
- 3) Berkaitan langsung dengan hak-hak warga negara.
- 4) Adanya sanksi hukum bagi pihak yang melanggar aturan tersebut.

b. Bentuk Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah segala bentuk upaya yang diberikan oleh negara atau lembaga hukum untuk menjamin, mengayomi, dan melindungi hak-hak individu atau kelompok dari berbagai bentuk pelanggaran, penyalahgunaan, atau ketidakadilan. Perlindungan hukum dapat dibagi menjadi dua bentuk utama, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.

1) Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum sebelum terjadi. Perlindungan ini diberikan dalam bentuk regulasi, kebijakan, atau pengawasan agar hak-hak individu dapat dijamin sejak awal.

2) Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk memberikan sanksi atau penyelesaian setelah terjadi pelanggaran hukum. Perlindungan ini dilakukan melalui mekanisme penegakan hukum, seperti peradilan atau tindakan hukum lainnya.

¹⁸ Kurdi, Nuktoh Arfawie. *Telaah Kritis Teori Negara Hukum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

2. Hak Asasi Manusia

a. Pengertian Hak Asasi Manusia

Hak Asasi Manusia (HAM) merupakan seperangkat hak fundamental yang melekat secara inheren pada setiap individu sebagai makhluk Tuhan. Hak-hak ini bukanlah sesuatu yang diberikan oleh negara, melainkan merupakan anugerah dari Tuhan yang harus dihormati, dijunjung tinggi, dan dilindungi oleh setiap elemen masyarakat, termasuk negara, pemerintah, hukum, serta individu lainnya. Keberadaan HAM bertujuan untuk menjaga harkat dan martabat manusia agar tetap dihormati serta dijamin pemenuhannya dalam kehidupan sosial, ekonomi, budaya, dan politik.¹⁹

Sejarah pemikiran mengenai HAM dapat ditelusuri dari teori hak kodrati (*natural rights theory*), yang pada dasarnya berakar pada teori hukum kodrati (*natural law theory*). Teori ini berpendapat bahwa hak-hak manusia bukanlah hasil konstruksi sosial atau produk hukum positif, melainkan sesuatu yang sudah ada secara alamiah sejak manusia lahir. Pemikiran ini semakin berkembang seiring dengan munculnya gerakan *Renaissance*, yang berusaha menghidupkan kembali nilai-nilai kemanusiaan dari peradaban Yunani dan Romawi kuno. Pada masa ini, terjadi perlawanan terhadap kekuasaan absolut, yang sebelumnya menempatkan raja sebagai pemegang otoritas tertinggi tanpa batasan.²⁰

Gerakan pembaruan ini kemudian melahirkan berbagai pemikiran yang lebih progresif mengenai hak dan kebebasan individu. Filsuf seperti Thomas Aquinas dan Hugo Grotius menegaskan bahwa meskipun kehidupan manusia ditentukan oleh Tuhan, tetapi semua individu, tanpa terkecuali, berada di bawah otoritas hukum Tuhan. Dengan demikian, hak asasi tidak hanya menjadi batasan terhadap kekuasaan raja, tetapi juga menjadi prinsip universal yang melekat pada setiap manusia. Setiap individu memiliki

¹⁹ Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia, Lembaran Negara Ri Tahun 1999 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Ri Nomor 3886.

²⁰ Roma K Smith et al. *Hukum Ham*. Yogyakarta: Pusham UII, 2019.

identitas unik yang berbeda dari negara, sehingga mereka memiliki hak kodrati yang menegaskan bahwa setiap manusia adalah makhluk yang otonom, merdeka, dan berhak atas perlakuan yang adil.

Konsep HAM memiliki karakteristik utama yang menjadikannya bersifat universal, inheren, dan tidak dapat dicabut. Universalisme HAM berarti bahwa hak-hak tersebut berlaku bagi semua manusia tanpa memandang ras, warna kulit, agama, suku, etnis, kebangsaan, ataupun status sosial lainnya. Inherensi HAM menunjukkan bahwa hak-hak tersebut melekat dalam diri setiap manusia sejak lahir dan tidak tergantung pada pengakuan dari suatu negara atau sistem hukum tertentu. Sifat tidak dapat dicabut dari HAM menegaskan bahwa hak-hak ini tidak bisa dihilangkan atau dikurangi oleh siapa pun, bahkan oleh negara sekalipun, karena jika hak-hak tersebut dirampas, maka seseorang tidak lagi dapat dianggap sebagai manusia yang utuh.²¹

Lebih dari sekadar hak yang bersifat individual, HAM juga mengandung konsekuensi berupa kewajiban bagi setiap individu untuk menghormati hak orang lain. Dalam praktiknya, pemenuhan HAM bukan hanya menjadi tanggung jawab negara, tetapi juga menuntut kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menjamin perlindungan terhadap hak-hak sesama manusia. Keistimewaan yang melekat pada individu dalam bentuk HAM harus dijaga agar eksistensi manusia dapat mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, kesadaran kolektif untuk menghormati, melindungi, dan memenuhi HAM merupakan faktor kunci dalam membangun kehidupan yang berkeadilan dan berkeadaban.

HAM bukan hanya sebatas konsep normatif yang tertulis dalam dokumen hukum internasional maupun nasional, tetapi juga merupakan prinsip fundamental yang harus diinternalisasi dalam kehidupan sehari-hari. Ketika HAM dilanggar atau dikurangi, maka kualitas hidup seseorang

²¹ Kusniati R. "Sejarah Perlindungan Hak Hak Asasi Manusia Dalam Kaitannya Dengan Konsepsi Negara Hukum." *Jurnal Ilmu Hukum* 4, no. 5 (2019).

sebagai manusia juga akan berkurang, sebab hak-hak tersebut merupakan esensi dari kemanusiaan itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan komitmen kuat dari berbagai pihak, baik pemerintah, masyarakat, maupun individu, untuk memastikan bahwa hak asasi setiap manusia dihormati, dilindungi, dan tidak dilanggar dalam kondisi apa pun.

b. Konsep Dasar Hak Asasi Manusia

Hak Asasi Manusia (HAM) merupakan hak fundamental yang melekat secara inheren pada setiap individu sebagai bagian dari jati diri manusia yang bersifat universal. HAM tidak hanya mencerminkan hak-hak dasar yang harus dimiliki setiap orang, tetapi juga merupakan manifestasi dari nilai-nilai kemanusiaan yang harus dijunjung tinggi dalam berbagai aspek kehidupan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Todung Mulya Lubis, menelaah HAM pada dasarnya adalah menelaah totalitas kehidupan manusia, sejauh mana kehidupan memberikan ruang yang wajar bagi kemanusiaan. Dengan demikian, HAM bukan sekadar konsep abstrak, melainkan sebuah sistem nilai yang membentuk peradaban dan interaksi sosial dalam masyarakat.²²

Penting untuk dipahami bahwa sistem nilai yang menjelma dalam HAM tidak semata-mata merupakan produk dari pemikiran Barat, tetapi juga memiliki pijakan yang kuat dalam berbagai ajaran agama dan budaya di dunia, termasuk di Indonesia. Sebagai negara yang mengakui pluralitas agama dan budaya, Indonesia memiliki sistem HAM yang secara alami berkembang berdasarkan nilai-nilai luhur yang telah ada sejak lama dalam masyarakat. Prinsip-prinsip HAM di Indonesia tidak hanya berkaitan dengan hak individual, tetapi juga terjalin erat dengan norma sosial, agama, dan kearifan lokal yang membentuk identitas bangsa. Oleh karena itu, pemahaman tentang HAM di Indonesia memiliki karakteristik yang unik, di mana hak-hak asasi tidak hanya dikaitkan dengan kebebasan individu, tetapi juga dengan tanggung jawab sosial serta keseimbangan antara hak dan kewajiban.

²² Muhtaj, Majda El. *Hak Asasi Dalam Konstitusi Indonesia* Jakarta: Prenada Media, 2006.

Dalam perkembangan sosial politik di Indonesia, wacana HAM telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kebijakan negara, terutama setelah era reformasi. Reformasi membuka ruang yang lebih luas bagi pengakuan dan perlindungan HAM melalui berbagai instrumen hukum, salah satunya adalah perubahan Undang-Undang Dasar 1945. Perubahan tersebut merupakan tonggak penting dalam sejarah politik Indonesia, karena memperkuat dasar demokrasi yang berbasis pada penghormatan terhadap hak-hak dasar manusia. Hal ini juga didukung oleh berbagai peraturan perundang-undangan yang semakin memperjelas perlindungan HAM di berbagai sektor, baik dalam bidang politik, sosial, ekonomi, maupun hukum.

Namun demikian, meskipun HAM telah menjadi bagian dari sistem hukum dan kebijakan negara, implementasinya di tingkat realitas masih menghadapi berbagai tantangan. Pelanggaran HAM masih sering terjadi secara masif dalam berbagai bentuk, baik yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun negara. Ironisnya, dalam beberapa kasus, upaya untuk menegakkan HAM justru berujung pada pelanggaran itu sendiri. Salah satu permasalahan utama dalam penegakan HAM adalah kecenderungan untuk mereduksi dan mendistorsi makna HAM. Hak asasi sering kali dipahami secara sepihak sebagai hak absolut, tanpa mempertimbangkan aspek kewajiban asasi yang menyertainya. Pemahaman yang keliru ini sering kali menyebabkan adanya tindakan pemaksaan kehendak dengan dalih memperjuangkan HAM, yang pada akhirnya berujung pada pelanggaran hak-hak pihak lain.

Fenomena ini terlihat dalam berbagai peristiwa sosial dan politik di Indonesia, di mana gerakan yang mengatasnamakan HAM tidak jarang justru menciptakan ketegangan dan konflik. Pemaksaan kehendak atas dasar kepentingan kelompok tertentu sering kali berujung pada tindakan kekerasan, baik secara verbal maupun fisik. Dalam kondisi ekstrem, hal ini dapat memunculkan kecenderungan tindakan preventif dan represif, yang ironisnya bertentangan dengan prinsip dasar HAM itu sendiri. Preventif dalam konteks ini merujuk pada upaya pembatasan kebebasan individu

dengan alasan menjaga ketertiban, sedangkan represif mengarah pada tindakan keras yang dilakukan untuk mengendalikan situasi, sering kali dengan cara yang bertentangan dengan prinsip-prinsip kemanusiaan.

Persoalan lain yang muncul dalam konteks HAM di Indonesia adalah ketidakseimbangan antara hak dan kewajiban. Dalam banyak kasus, individu atau kelompok lebih menuntut hak tanpa memahami bahwa setiap hak selalu diiringi dengan kewajiban. HAM tidak hanya berbicara tentang kebebasan individu, tetapi juga tentang tanggung jawab terhadap orang lain dan lingkungan sosial. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih holistik tentang HAM harus terus dikembangkan agar tidak terjadi penyalahgunaan konsep ini untuk kepentingan tertentu.

Untuk mewujudkan perlindungan HAM yang lebih baik di Indonesia, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif dalam implementasinya. Negara memiliki tanggung jawab utama untuk memastikan bahwa hak-hak dasar setiap warga negara dihormati dan dilindungi, tanpa diskriminasi. Selain itu, masyarakat juga perlu memiliki kesadaran yang lebih tinggi mengenai pentingnya keseimbangan antara hak dan kewajiban, sehingga konsep HAM tidak disalahgunakan untuk kepentingan tertentu. Dengan demikian, HAM dapat benar-benar menjadi instrumen yang memperkuat demokrasi, keadilan sosial, serta kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Todung Mulya Lubis mengemukakan bahwa terdapat empat teori utama mengenai Hak Asasi Manusia (HAM) yang menjadi dasar pemikiran dalam memahami serta mengembangkan konsep hak-hak fundamental yang melekat pada setiap individu. Keempat teori ini mencerminkan perspektif yang berbeda dalam melihat bagaimana hak asasi manusia muncul, diakui, serta diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Todung Lubis menyebutkan bahwa ada 4 teori mengenai HAM, diantaranya sebagai berikut:²³

²³ Lubis, Tudong Mulya. *Hak Asasi Manusia Dan Kita*. Jakarta: PT Djaya Pirusa,, 2008.

- 1) Hak-hak Alami, yang berakar pada pemikiran bahwa HAM adalah hak yang dimiliki oleh setiap manusia secara kodrati sejak lahir. Teori ini banyak dipengaruhi oleh pemikiran filsuf seperti John Locke dan Jean-Jacques Rousseau, yang berpendapat bahwa hak-hak dasar seperti kebebasan, kehidupan, dan kepemilikan adalah sesuatu yang melekat pada manusia tanpa perlu pengakuan dari negara atau hukum positif. Pandangan ini menggarisbawahi bahwa HAM bersifat universal dan tidak dapat dicabut oleh otoritas mana pun karena merupakan bagian dari eksistensi manusia itu sendiri.
- 2) Teori Positivis menekankan bahwa HAM bukanlah sesuatu yang melekat secara alami, melainkan hak-hak yang diberikan dan diakui oleh hukum positif suatu negara. Dalam perspektif ini, HAM bergantung pada konstitusi, undang-undang, serta kebijakan pemerintah yang mengaturnya. Dengan demikian, hak asasi manusia dapat bervariasi antara satu negara dengan negara lainnya tergantung pada sistem hukum yang berlaku. Pendekatan ini sering kali digunakan oleh negara-negara yang menekankan kedaulatan hukum sebagai dasar legitimasi perlindungan hak-hak warga negaranya.
- 3) Teori Relativitas Kultural melihat HAM sebagai konsep yang tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya, nilai, dan norma sosial suatu masyarakat. Teori ini berpendapat bahwa tidak ada standar universal yang dapat diterapkan di semua negara atau komunitas karena setiap kelompok memiliki cara pandang sendiri terhadap hak dan kewajiban individu. Misalnya, konsep kebebasan individu di negara-negara Barat mungkin berbeda dengan konsep yang berlaku di masyarakat Asia atau Timur Tengah yang lebih menekankan kolektivisme dan harmoni sosial. Oleh karena itu, penerapan HAM harus mempertimbangkan keberagaman budaya dan tidak bisa dipaksakan dalam bentuk yang seragam di seluruh dunia.

- 4) Doktrin Marxis memberikan sudut pandang yang berbeda dengan menempatkan HAM dalam kerangka perjuangan kelas. Pemikiran ini berasal dari Karl Marx dan mengkritik konsep hak asasi manusia dalam sistem kapitalisme yang dinilai lebih menguntungkan kelompok pemilik modal dibandingkan dengan kaum pekerja. Dalam perspektif Marxis, HAM seharusnya tidak hanya membahas hak-hak individu semata tetapi juga harus berorientasi pada keadilan sosial dan ekonomi. Teori ini berpendapat bahwa tanpa adanya pemerataan kekayaan dan penghapusan eksploitasi ekonomi, HAM tidak dapat benar-benar diwujudkan dalam masyarakat.

Keempat teori ini memberikan wawasan yang luas dalam memahami HAM dari berbagai sudut pandang. Perbedaan di antara teori-teori tersebut menunjukkan bahwa HAM bukanlah konsep yang statis, melainkan terus berkembang seiring dengan perubahan zaman, nilai-nilai sosial, dan sistem hukum yang berlaku di setiap negara. Pemahaman terhadap berbagai teori ini menjadi sangat penting dalam merancang kebijakan yang mampu melindungi hak-hak fundamental manusia secara efektif dan adil di berbagai konteks sosial dan politik.

3. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Istilah *konsumen* berasal dari kata *consumer*, yang secara harfiah merujuk pada individu yang menggunakan barang atau jasa, sebagai lawan dari *produsen* yang menciptakan atau menyediakan barang dan jasa tersebut.²⁴ Dalam *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, konsumen diartikan sebagai pemakai hasil produksi, baik berupa barang industri, bahan makanan, maupun produk lainnya.

Dalam perspektif hukum, definisi konsumen dijelaskan lebih rinci dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

²⁴ Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Konsumen. Dalam undang-undang tersebut, konsumen diartikan sebagai setiap individu yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, tanpa maksud untuk memperdagangkannya kembali. Pengertian ini menegaskan bahwa konsumen tidak hanya terbatas pada pembeli, tetapi juga termasuk individu yang memperoleh barang atau jasa melalui pemberian, hadiah, atau bentuk lain.

Para ahli hukum sepakat bahwa konsumen adalah pengguna akhir dari barang atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*) yang diperoleh dari suatu pelaku usaha (*ondernemer*).²⁵ Konsep ini menggarisbawahi pentingnya pemisahan antara konsumen dan pelaku usaha yang bertindak sebagai penyedia barang dan jasa di pasar. Berdasarkan berbagai definisi yang telah diuraikan, konsumen dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok utama, yaitu:²⁶

- 1) Konsumen Komersial (*Commercial Consumer*)

Konsumen dalam kategori ini memperoleh barang atau jasa dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan. Biasanya, individu atau perusahaan yang masuk dalam kategori ini menggunakan barang atau jasa sebagai bagian dari proses bisnis mereka.

- 2) Konsumen Antara (*Intermediate Consumer*)

Konsumen antara adalah pihak yang memperoleh barang atau jasa sebagai perantara dalam proses perdagangan. Mereka membeli produk dengan tujuan untuk menjual kembali atau mengolahnya sebelum dijual ke konsumen akhir. Dengan kata lain, mereka tidak menggunakan barang atau jasa tersebut untuk kepentingan pribadi, tetapi untuk proses distribusi atau produksi lebih lanjut.

²⁵ Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen “Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak”*. Jakarta: FH UI Press, 2004.

²⁶ Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen “Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak”*. Jakarta: FH UI Press, 2004.

3) Konsumen Akhir (*Ultimate Consumer/End User*)

Konsumen akhir adalah individu atau kelompok yang membeli dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau makhluk hidup lainnya tanpa niat untuk menjual kembali atau mencari keuntungan. Mereka adalah pengguna terakhir dalam rantai distribusi barang dan jasa.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Pasal 7 Huruf C, disebutkan bahwa konsumen adalah setiap individu yang membeli barang atau jasa berdasarkan kesepakatan, baik dalam hal harga maupun metode pembayaran, tetapi tidak termasuk mereka yang membeli barang untuk dijual kembali atau tujuan komersial lainnya. Ketentuan ini memperjelas bahwa perlindungan konsumen lebih ditujukan kepada individu yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi, bukan untuk tujuan bisnis atau perdagangan kembali. Dengan adanya berbagai klasifikasi ini, hukum dan kebijakan terkait perlindungan konsumen dapat diterapkan secara lebih spesifik, mengingat bahwa setiap kategori konsumen memiliki hak dan kewajiban yang berbeda dalam transaksi ekonomi. Perlindungan hukum bagi konsumen akhir, misalnya, lebih difokuskan pada aspek keadilan dalam transaksi, keselamatan produk, dan transparansi informasi, sedangkan bagi konsumen komersial lebih terkait dengan aspek kontrak dan tanggung jawab dalam rantai distribusi.

b. Hak dan Kewajiban Konsumen

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, hak konsumen yaitu sebagai berikut :²⁷

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;

²⁷ Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Hak Konsumen

- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Hak-hak dasar konsumen pertama kali diungkapkan oleh Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy dalam pidatonya di hadapan Kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yang meliputi:²⁸

- 1) Hak memperoleh keamanan;
- 2) Hak memilih;
- 3) Hak mendapat informasi;
- 4) Hak untuk didengar.

Keempat hak tersebut telah termasuk dalam Deklarasi Hak Asasi Manusia yang diadopsi oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa pada tanggal 10 Desember 1948, yang mencakup hak-hak sebagaimana tercantum dalam

²⁸ Yodo, Ahmadi Miru dan Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Pasal 3, 8, 19, dan 21, serta Pasal 26. Selanjutnya, Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union - IOCU*) menambahkan empat hak dasar konsumen lainnya, yang meliputi:²⁹

- 1) Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup;
- 2) Hak untuk memperoleh ganti rugi;
- 3) Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen;
- 4) Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat

Masyarakat Ekonomi Eropa juga telah mengadopsi hak-hak fundamental konsumen yang harus dijamin dan dilindungi, termasuk:³⁰

- 1) Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
- 2) Hak kepentingan ekonomi;
- 3) Hak mendapat ganti rugi;
- 4) Hak atas penerangan;
- 5) Hak untuk didengar.

Selain mengemukakan hak-hak, konsumen juga memiliki tanggung jawab yang diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

²⁹ Yodo, Ahmadi Miru dan Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

³⁰ Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

c. **Perlindungan Hukum Konsumen**

Perlindungan konsumen merupakan serangkaian tindakan hukum yang bertujuan untuk menjaga hak-hak konsumen dari potensi kerugian yang dapat timbul akibat transaksi barang atau jasa. Perlindungan ini meliputi berbagai aspek mulai dari keamanan produk, transparansi informasi, hingga mekanisme penyelesaian sengketa ketika terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen.³¹

Dalam sistem hukum, perlindungan konsumen bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang berkualitas, sedangkan pelaku usaha berkewajiban untuk menyediakan produk yang aman dan sesuai dengan standar hukum yang berlaku.

Cakupan perlindungan konsumen bersifat luas, mencakup seluruh tahapan dalam siklus perdagangan barang dan jasa, mulai dari proses produksi, distribusi, hingga konsumsi dan layanan purnajual. Perlindungan ini dapat dikategorikan dalam beberapa aspek utama:³²

1) **Transparansi dan Kepastian Hukum**

Perlindungan konsumen menekankan prinsip keterbukaan informasi agar konsumen dapat mengambil keputusan secara bijak. Beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam aspek ini antara lain:

- a) Menyediakan informasi yang jelas dan akurat mengenai spesifikasi, kandungan, harga, serta cara penggunaan barang dan jasa.
- b) Mewajibkan pelaku usaha untuk mengungkapkan risiko yang mungkin timbul akibat penggunaan produk.
- c) Mencegah praktik periklanan yang menyesatkan atau mengandung klaim yang tidak dapat dibuktikan.

2) **Perlindungan dari Produk yang Tidak Sesuai atau Berbahaya.**

³¹ Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.

³² Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Perlindungan konsumen mencakup pengawasan ketat terhadap produk yang beredar di pasaran untuk memastikan kesesuaiannya dengan standar hukum. Aspek ini meliputi:

- a) Pengawasan terhadap penggunaan bahan baku yang aman bagi kesehatan dan lingkungan.
- b) Evaluasi terhadap proses produksi guna menjamin bahwa produk diproses sesuai dengan standar keselamatan.
- c) Pengujian terhadap desain produk untuk menghindari kecelakaan atau bahaya bagi konsumen.
- d) Pengawasan dalam rantai distribusi guna memastikan bahwa produk tetap dalam kondisi baik hingga sampai ke tangan konsumen.
- e) Penyediaan mekanisme kompensasi bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan barang atau jasa yang cacat.

3) Pencegahan Syarat-Syarat yang Tidak Adil dalam Transaksi

Perlindungan konsumen juga mencakup pengawasan terhadap penerapan syarat-syarat transaksi yang tidak adil, seperti:

- a) Pemberlakuan standar kontrak yang jelas dan tidak merugikan konsumen.
- b) Pengendalian harga agar tidak terjadi eksploitasi atau praktik monopoli yang merugikan konsumen.
- c) Pengawasan terhadap layanan purnajual, seperti garansi dan layanan perbaikan yang diberikan secara wajar dan transparan.

4) Peningkatan Kualitas Barang dan Jasa

Salah satu aspek perlindungan konsumen adalah mendorong pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan. Hal ini dapat dilakukan dengan:

- a) Penerapan standar produksi yang lebih ketat untuk meningkatkan daya saing produk.

- b) Penggunaan teknologi yang lebih ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan.
 - c) Penyediaan layanan pelanggan yang responsif dalam menangani keluhan atau permintaan konsumen.
- 5) Perlindungan dari Praktik Usaha yang Menyesatkan atau Merugikan

Perlindungan konsumen mencakup upaya untuk mencegah praktik usaha yang tidak jujur, seperti:

 - a) Penipuan dalam periklanan, misalnya dengan menyajikan informasi yang tidak sesuai dengan produk sebenarnya.
 - b) Pemalsuan barang yang dapat merugikan konsumen secara finansial dan kesehatan.
 - c) Pelanggaran hak konsumen dalam transaksi elektronik, seperti kebocoran data pribadi akibat sistem keamanan yang lemah.
- 6) Integrasi Perlindungan Konsumen dengan Regulasi di Sektor Lain

Perlindungan konsumen tidak dapat berdiri sendiri, melainkan harus terintegrasi dengan sektor lain seperti kesehatan, lingkungan, dan perbankan. Contohnya:

 - a) Regulasi keamanan pangan yang menjamin produk makanan bebas dari bahan berbahaya.
 - b) Pengawasan terhadap produk farmasi dan alat kesehatan agar memenuhi standar medis yang ketat.
 - c) Pengaturan dalam sektor keuangan untuk melindungi konsumen dari praktik pinjaman yang tidak transparan atau bunga yang mencekik.

d. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Pada tanggal 30 Maret 1999, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) telah menyepakati Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang perlindungan konsumen untuk disahkan oleh pemerintah setelah selama 20 tahun diperjuangkan. RUU ini sendiri baru disahkan oleh pemerintah pada tanggal 20 April 1999.

Dasar hukum di Indonesia yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan adalah sebagai berikut :

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 Nomor 42 Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821
- 2) Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha-Usaha Tidak Sehat.
- 3) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- 4) Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prov/Kab/Kota
- 5) Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

e. Asas-Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terdapat lima asas utama yang menjadi dasar dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia. Asas-asas ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, guna mewujudkan sistem perdagangan yang adil dan berkeadilan. Kelima asas tersebut meliputi:

1) Asas Manfaat

Asas manfaat dalam perlindungan konsumen mengandung makna bahwa seluruh kebijakan dan regulasi yang diterapkan harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi konsumen maupun pelaku usaha. Asas ini bertujuan untuk:

- a) Memberikan perlindungan kepada konsumen agar tidak mengalami kerugian dalam transaksi barang dan jasa.

- b) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memastikan bahwa produk yang dikonsumsi aman dan berkualitas.
- c) Menciptakan lingkungan usaha yang sehat sehingga pelaku usaha dapat berkembang tanpa merugikan konsumen.
- d) Menjamin kepastian hukum dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, sehingga kedua pihak merasa aman dan terlindungi.

2) Asas Keadilan

Asas keadilan dalam perlindungan konsumen menitikberatkan pada keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam hal ini, setiap pihak dalam transaksi memiliki hak yang harus dihormati dan kewajiban yang harus dipenuhi. Beberapa prinsip dalam asas keadilan meliputi:

- a) Konsumen berhak memperoleh produk yang berkualitas, aman, dan sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.
- b) Pelaku usaha berhak mendapatkan keuntungan yang wajar dari produk yang diperdagangkan, namun tetap harus bertanggung jawab atas kualitas barang dan jasa yang mereka sediakan.
- c) Mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha harus dilakukan secara adil, baik melalui mediasi, arbitrase, maupun pengadilan.

3) Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan menegaskan bahwa kepentingan konsumen dan pelaku usaha harus dijaga secara proporsional. Regulasi dan kebijakan perlindungan konsumen tidak boleh menguntungkan salah satu pihak secara berlebihan, tetapi harus menciptakan kondisi yang harmonis dalam hubungan ekonomi. Penerapan asas ini mencakup:

- a) Kepastian hukum bagi konsumen dalam memperoleh hak-haknya tanpa merugikan pelaku usaha.
- b) Tanggung jawab pelaku usaha dalam memastikan bahwa barang dan jasa yang mereka sediakan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
- c) Pemberian ruang bagi pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara sehat dan kompetitif tanpa mengorbankan kepentingan konsumen.

4) Asas Keamanan

Asas ini menekankan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh barang dan jasa yang aman digunakan, tidak berbahaya bagi kesehatan, dan tidak menimbulkan risiko yang merugikan. Dalam konteks ini, pelaku usaha harus memastikan bahwa produk yang mereka tawarkan telah melalui uji kelayakan dan sesuai dengan standar keselamatan yang berlaku. Beberapa aspek yang termasuk dalam asas ini adalah:

- a) Pengawasan ketat terhadap bahan baku dan proses produksi agar tidak mengandung zat berbahaya.
- b) Kewajiban mencantumkan label atau informasi mengenai potensi risiko penggunaan suatu produk.
- c) Adanya mekanisme pengaduan dan ganti rugi bagi konsumen yang dirugikan akibat produk yang tidak aman.

5) Asas Kepatuhan Hukum

Asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan kejelasan mengenai hak dan kewajiban setiap pihak yang terlibat dalam transaksi ekonomi. Dengan adanya kepastian hukum, maka konsumen dan pelaku usaha dapat berinteraksi dalam sistem perdagangan yang jelas dan terstruktur. Beberapa aspek yang terkait dengan asas ini meliputi:

- a) Keberadaan regulasi yang mengatur tentang hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha.

- b) Mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas, baik melalui lembaga perlindungan konsumen, pengadilan, atau badan arbitrase.
- c) Sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar aturan perlindungan konsumen guna mencegah praktik perdagangan yang tidak sehat.

Radbruch menyebutkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum sebagai “tiga ide dasar hukum” atau “tiga nilai dasar hukum” yang berarti dapat dipersamakan dengan asas hukum, dan di antara ketiga asas tersebut yang sering menjadi sorotan utama adalah masalah keadilan, dimana Friedman menyebutkan bahwa: *“In terms of law, justice will be judged as how law treats people and how it distributes its benefits and cost”* dan dalam hubungan ini Friedman juga menyatakan bahwa *“every function of law, general or specific, is allocative”*.³³

Dalam hukum ekonomi, keadilan sejajar dengan prinsip keseimbangan, sedangkan kemanfaatan sejajar dengan prinsip maksimalisasi, dan kepastian hukum disejajarkan dengan asas efisiensi yang menurut Himawan bahwa: “Hukum yang berwibawa berarti hukum yang efisien, di bawah naungan mana seseorang dapat melaksanakan hak-haknya tanpa ketakutan dan melaksanakan kewajibannya tanpa penyimpangan

f. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam sistem perdagangan yang adil dan berkelanjutan. Untuk itu, Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan tujuan utama dari perlindungan konsumen, yang mencerminkan komitmen pemerintah dalam menciptakan hubungan yang sehat antara konsumen dan

³³ Yodo, Ahmadi Miru dan Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

pelaku usaha. Menurut pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tujuan perlindungan konsumen adalah sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen;

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan inti dari pembangunan nasional sebagaimana telah diuraikan dalam Pasal 2 sebelumnya, Tujuan perlindungan konsumen merupakan target utama yang harus dicapai dalam implementasi pembangunan dalam bidang hukum perlindungan konsumen.

4. Tinjauan Tentang Jual Beli Online (*Online*)

a. Pengertian *Online*

Bagi banyak kalangan *online* merupakan suatu terminologi baru yang belum cukup dikenal. Masih banyak yang beranggapan bahwa *online* ini sama dengan aktivitas jual beli alat – alat elektronik. Oleh karena itu dalam bab ini penulis akan mencoba menjelaskan pengertian dari *online* tersebut.

Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi mencoba menggambarkan *online* sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan

praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui *e-mail* atau bisa melalui World Wide Web.³⁴

Secara umum David Baum, yang dikutip oleh Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi “*Online is a dynamic set of technologies, application, and business process that link enterprises, consumer and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services and information*”.³⁵ *Online* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.³

Association for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan *online* sebagai mekanisme bisnis secara elektronik. *CommerceNet*, sebuah konsorsium industri memberikan definisi lengkap yaitu penggunaan jaringan komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Tidak puas dengan definisi tersebut *CommerceNet* menambahkan bahwa di dalam *online* terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet. Sementara itu Amir Hatman dalam bukunya *Net Ready : Strategies for Success in the e-Economy* secara lebih terperinci lagi mendefinisikan *online* sebagai suatu mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (*Business to business*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*Business to Consumer*).³⁶

³⁴ Muhammad, Abdulkadir. *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 1992.

³⁵ Wahyudi, Onno w.Purbo dan Aang Arif. *Mengenal Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.

³⁶ Indrajit, Richardus Eko. *Online: Kiat Dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2001.

Menurut ECEG-Australia (*Electronic Commerce Expert Group*) “*Electronic Commerce is a board concept that covers any commercial transaction that is effected via electronic means and would include such means as facsimile, telex, EDI, internet and telephone*”. Berdasarkan pengertian dari ECEG-Australia, *online* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dalam arti kata tidak hanya media internet yang dimaksud, tetapi juga meliputi semua transaksi perdagangan melalui media elektronik lainnya seperti *facsimile*, *telex*, *EDI* dan *telephone*.

Julian Ding dalam bukunya *Online : Law and Office* mendefinisikan *online* sebagai berikut : “ *Electronic commerce or online as it is also known is a commercial transaction between a vendor and purchase or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “right”. This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required and medium exist in a public network or system as opposed to private network (closed system). The public netwirk system must consedered on open system (e.g the internet or world wibe web). The transaction concluded regardless of nation boundaries or local requairment*”.³⁷ Dalam pengertian ini *online* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antar penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertransaksi dan keberadaan media ini di dalam *public network* atau sistem yang berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup).

Lain halnya dengan Kosiur, mengungkapkan *e-commerce* bukan hanya sebuah mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium

³⁷ Ding, Julian. *Online:Law and Office*. Malaysia: Sweet and Maxwell Asia, 1999.

internet tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara – cara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari – hari.³⁸

Dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing–masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *online* mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- 1) Terjadinya transaksi antar dua belah pihak;
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi;
- 3) Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *online* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.

b. Cara Bertransaksi di *Online*

Transaksi jual beli melalui *online*, biasanya akan didahului oleh penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara *online*, misalnya melalui *website* situs di internet atau melalui *posting* di *mailing list* dan *newsgroup* atau melalui undangan untuk para *customer* melalui model *business to business*.

Transaksi *online* dalam *online* menurut Cavanilas dan Nadal dalam *Research Paper on Contract Law*, seperti yang dikutip oleh M. Sanusi Arsyad, memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu :³⁹

- 1) Transaksi melalui *chatting* dan *video conference*

³⁸ Kosiur, David. *Understanding Electronic Commerce*. Washington: Microsoft Press, 1997.

³⁹ Atikah, Ika. "Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (Online) Di Era Teknologi." *Muamalatuna* 10, no. 2 (2019): 1. <https://dx.doi.org/10.37035/mua.v10i2.1811>.

- 2) Transaksi melalui email
- 3) Transaksi melalui web atau situs

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video conference* dilakukan melalui media elektronik, di mana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.

Transaksi dengan menggunakan email dapat dilakukan dengan mudah. Dalam hal ini kedua belah pihak harus sudah memiliki *e-mail address*. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, *customer* sudah mengetahui *e-mail* yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian *customer* menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran yang digunakan. *Customer* selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* mengenai order barang yang dipesan.⁴⁰

Model transaksi melalui web atau situs yaitu dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang telah dibuat oleh penjual. Pada model transaksi ini dikenal istilah *order form* dan *shopping cart*. Untuk lebih jelas dipaparkan kedua model tersebut sebagai berikut :

1) *Order Form*

Berbelanja dengan menggunakan *order form* merupakan salah satu cara berbelanja yang paling sering digunakan dalam *online*. Dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang (*product table*) yang dijual. Saat tahap order dilaksanakan, biasanya produk yang dijual tidak divisualisasikan dalam bentuk gambar, akan tetapi dalam bentuk deskripsi produk. Dalam sebuah halaman *order form*, sesi penawaran produk terbagi menjadi empat bagian, yaitu:

⁴⁰ Tim Litbang Wahana. *Apa Dan Bagaimana Online*. Yogyakarta: Litbang, 2001.

- a) *Check box* yang dibuat untuk memberi kesempatan kepada *customer* untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengklik kotak tersebut sehingga bertanda *check*
- b) Penjelasan produk yang ditawarkan
- c) Kuantitas barang yang dipesan
- d) Harga untuk tiap – tiap produk

Jenis – jenis pembayaran yang ditawarkan berbeda – beda sesuai dengan layanan yang disediakan oleh *merchant*, seperti dengan *credit card*, transfer lewat bank, *check* dan lain – lain. Pada saat pengisian *form*, *customer* diminta untuk mengisi formulir yang berisi informasi kontak untuk *customer* (sering disebut *Contact Information Table*). Bila pembayaran menggunakan *credit card* maka *form* akan diisi dengan mengisi jenis atau tipe *credit card*, nomor *credit card*, tanggal kadaluarsa (*expired date*) serta informasi pemegang kartu (*card holder*).

Setelah pengisian order *form* dilakukan selanjutnya disediakan tombol untuk konfirmasi order, biasanya digunakan tombol *submit* dan tombol reset. Jika diklik tombol reset, proses akan *mereset* semua pilihan dan informasi yang telah dimasukkan oleh *customer* dan dapat diulang dari awal. Akan tetapi jika yang ditekan adalah tombol *submit* maka proses akan dilanjutkan ke tahap pengesahan dan pengecekan order. Pada bagian ini dipasang sistem keamanan, misalnya SSL (*Secure Sockets Layer*) untuk melindungi dari tindakan penipuan.

Selanjutnya, jika informasi yang dikirimkan oleh *customer* telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan valid maka *merchant* akan mengirimkan berita konfirmasi kepada *customer* dalam bentuk *e-mail*.

2) *Shopping chart*

Jika seseorang berbelanja di salah satu pasar swalayan tentunya membutuhkan kereta belanja untuk meletakkan kereta belanja yang akan dibeli. Selama belum membayar di kasir, ia bisa membatalkan

pembelian barang tersebut atau menukarnya dengan yang lain. Demikian pula halnya dengan berbelanja melalui *online*. Dalam *online* untuk memilih barang yang akan dibeli, ada semacam formulir yang dinamakan *shopping cart* yang berfungsi seperti kereta belanja.⁴¹ *Shopping cart* merupakan sebuah *soft ware* di dalam web yang mengizinkan seorang *customer* untuk melihat toko yang dibuka dan kemudian memilih item – itemnya untuk “diletakkan dalam kereta belanja” yang kemudian membelinya saat melakukan *check out*. *Soft ware* ini akan melakukan penjumlahan terhadap biaya transportasi pengiriman barang (jika ada), kuantitas barang dan harga total barang yang dibutuhkan untuk dimasukkan ke dalam *shopping cart* dan masih bisa membatalkan sebelum mengadakan transaksi.⁴¹ Setelah semua barang yang dibeli dimasukkan ke dalam *shopping cart*, kemudian dilakukan *check out*. Selanjutnya adalah mengisi formulir transaksi yang berupa data identitas pembeli dan jenis pembayaran yang digunakan. Setelah semua ketentuan terpenuhi, *merchant* segera mengirimkan barang yang dipesan kepada *customer*.

Menurut Onno W., Purbo dan Aang Arif Wahyudi ada lima tahapan dalam melakukan transaksi *online*, kelima tahapan itu adalah:

a) *Find it*

Pada tahap ini, pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang apa yang diinginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode *search* dan *browse*. Dengan *search*, pembeli bisa mendapatkan tipe – tipe barang yang diinginkan dengan hanya memasukkan *keywords* (kata kunci) barang yang

⁴¹ Tosin, Rijanto. *Cara Mudah Belajar Online Di Internet*. Jakarta: Dinastindo, 2000.

diinginkan pada kotak *search*. Sedang *browse*, menyediakan menu – menu yang terdiri atas jenis – jenis barang yang disediakan.

b) *Explore it*

Setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu, antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut (seperti harga dan gambar barang tersebut), nilai *rating* barang itu yang diperoleh dari poll otomatis tentang barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya (apakah barang tersebut baik, cukup baik atau bahkan mengecewakan, spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut, dan menu produk – produk lain yang berhubungan. Jika ternyata barang yang dilihat tersebut sudah cocok, maka siap untuk melakukan transaksi (*add an item to your shopping cart*).

c) *Select it*

Seperti halnya toko yang sebenarnya, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai pada *check out*. Dalam *shopping cart* dapat melakukan antara lain memroses untuk *check out* dan menghapus atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan nanti.

d) *Buy it*

Setelah semua yang di atas dilakukan, selanjutnya dilakukan proses *check out*. Pada tahap ini, dilakukan proses transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh *merchant*. Pihak *merchant* tidak akan menarik pembayaran pada *credit card* sampai kita sudah menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman.

e) *Ship it*

Setelah proses transaksi selesai, pihak *merchant* akan mengirimkan *e-mail* konfirmasi pembelian dan *e-mail* lain yang akan memberitahukan pengiriman barang telah dilakukan. Toko *online* juga menyediakan *account* untuk para pelanggan mereka seperti halnya ketika akan memasuki *mailbox* pada layanan fasilitas *e-mail* gratis. Sehingga pembeli dapat mengetahui status order pada *account* yang telah tersedia di situs tersebut.

c. **Pihak yang bertransaksi di Online**

Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan. Artinya apakah semua proses transaksi dilakukan secara *online* atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara *online*. Apabila seluruh transaksi dilakukan secara *online*, mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran.

Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom dalam bukunya “*Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*” mengidentifikasi pihak – pihak yang terlibat dalam transaksi *online* terdiri dari:

- 1) Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.
- 2) Konsumen/ *card holder*, yaitu orang – orang yang ingin memperoleh produk (barang/jasa) melalui pembelian secara *online*. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *online* adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan

mempergunakan *credit card* (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara manual/ *cash*. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit/ *card holder*. Pemegang kartu kredit (*card holder*) adalah orang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang dibuat.

- 3) *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan penagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/ jasa. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/ *card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).
- 4) *Issuer*, yaitu perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diizinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu :
 - a) Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak semua bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh izin dari *Card International*, dapat menerbitkan *credit card*, seperti *Master* dan *Visa card*.
 - b) Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia International yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.
 - c) Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yaitu American Express.
 - d) *Certification Authorities* yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi

kepada *merchant*, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan kepada *card holder*.

d. Jenis Transaksi dalam Online

Sebagai suatu jaringan publik (*public network*), internet memungkinkan untuk diakses oleh siapa saja dan dari berbagai kalangan. Sehingga dengan demikian *online* yang beraktivitas menggunakan media internet pun dapat dilakukan oleh siapa saja dan dengan tujuan apa pun. Maka dari itu Panggih P. Dwi Atmojo mengklasifikasikan jenis – jenis transaksi *online* menjadi tiga jenis, yaitu:

1) Bisnis ke bisnis (*Business to business*)

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi bisnis antar pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas *online* dalam ruang lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri. Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pebisnis lainnya. Pihak – pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah *Internet Service Provider* (ISP) dengan *website* atau *keybase* (ruang elektronik), ISP itu sendiri adalah pengusaha yang menawarkan akses kepada internet. Sedangkan internet merupakan suatu jalan bagi komputer – komputer untuk mengadakan komunikasi bukan merupakan tempat akan tetapi merupakan jalan yang dilalui. Adapun karakteristik yang umum akan segmentasi bisnis ke bisnis menurut Onno W. Purbo dan Aang Arief Wahyudi antara lain:

- a) *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi berlangsung diantara

mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan;

- b) Pertukaran yang dilakukan secara berulang – ulang dan berkala format data yang telah disepakati. Jadi *service* yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula;
- c) Salah satu pelaku tidak harus menunggu *partners* mereka untuk mengirimkan data;
- d) Model umum yang dilakukan adalah *peer to peer* dimana *processing intelegence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

2) Bisnis ke konsumen (*business to consumer*)

Business to consumer dalam *online* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu. Dalam transaksi bisnis ini produk yang diperjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk dikonsumsi. Adapun karakteristik dari *online* jenis ini adalah:

- a) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan secara umum pula;
- b) *Service* yang diberikan bersifat umum sehingga mekanisme dapat digunakan oleh banyak orang, sebagai contoh karena sistem web telah umum di kalangan masyarakat maka sistem yang digunakan sistem web pula;
- c) *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap merespons terhadap inisiatif konsumen tersebut;
- d) Sering dilakukan pendekatan *client-server* di mana konsumen di pihak *client* menggunakan sistem yang

minimal (berbasis web) dan penyedia barang atau jasa (*business prosedure*) berada pada pihak server.

3) Konsumen ke konsumen (*Consumer to consumer*)

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi. Internet telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antar *customer* juga dapat membentuk komunitas pengguna /penggemar produk tersebut. Ketidakpuasan konsumen dalam mengonsumsi produk dapat tersebar luas melalui komunitas – komunitas tersebut. Internet telah menjadikan *customer* memiliki posisi tawar yang lebih tinggi terhadap perusahaan dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik. Pada praktiknya model transaksi yang banyak dipakai oleh konsumen sampai saat ini adalah *Business to Consumer* (B2C) yang merupakan sistem komunikasi *online* antar pelaku usaha dengan konsumen yang pada umumnya menggunakan internet.

e. Perjanjian dalam Online

Perjanjian yang dipakai dalam aktivitas *online* pada dasarnya sama dengan perjanjian yang dilakukan dalam transaksi konvensional, akan tetapi perjanjian yang dipakai dalam *online* merupakan perjanjian yang dibuat secara elektronik atau kontrak elektronik.

Menurut Johannes Gunawan, “kontrak elektronik adalah kontrak baku yang dirancang, dibuat, ditetapkan, digandakan, dan disebarluaskan secara digital melalui situs internet (*website*) secara sepihak oleh pembuat kontrak (dalam hal ini pelaku usaha), untuk ditutup secara digital pula oleh penutup kontrak (dalam hal ini konsumen).

Menurut Pasal 1 ayat (17) Rancangan Undang – Undang tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi, “kontrak elektronik adalah perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya”, sedangkan di dalam Pasal 10 Ayat (1) menyebutkan transaksi elektronik yang dituangkan dengan kontrak elektronik mengikat dan memiliki kekuatan hukum sebagai suatu perikatan”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perjanjian secara elektronik adalah kesepakatan antara kedua belah pihak yang dilakukan secara elektronik, dimana para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung.

Menurut Johannes Gunawan, di dalam kontrak elektronik selain terkandung ciri – ciri kontrak baku juga terkandung ciri – ciri kontrak elektronik sebagai berikut :

- 1) Kontrak elektronik dapat terjadi secara jarak jauh, bahkan melampaui batas – batas negara melalui internet.
- 2) Para pihak dalam kontrak elektronik pada umumnya tidak pernah bertatap muka (*faceless nature*), bahkan mungkin tidak akan pernah bertemu.

Sedangkan jenis kontrak elektronik dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu :

- 1) *E-contract* yang memiliki obyek transaksi berupa barang dan atau jasa. Pada *e-contract* jenis ini, internet merupakan medium dimana para pihak melakukan komunikasi dalam pembuatan kontrak. Namun akan diakhiri dengan pengiriman atau penyerahan benda dan atau jasa yang menjadi obyek kontrak secara fisik (*physical delivery*)
- 2) *E-contract* yang memiliki obyek transaksi berupa informasi dan atau jasa. Pada *e-contract* jenis ini, internet merupakan medium untuk berkomunikasi dalam bentuk pembuatan kontrak dan sekaligus sebagai medium untuk mengirim atau menyerahkan informasi dan atau jasa yang menjadi obyek kontrak (*cyber delivery*).

Salah satu bentuk dari transaksi elektronik yang menjadi perhatian adalah perjanjian secara elektronik atau *electronic contract*. Perjanjian di era digital akan menggunakan data digital sebagai pengganti kertas. Penggunaan data digital sebagai media dalam melakukan perjanjian akan memberikan efisiensi yang sangat besar terutama bagi perusahaan – perusahaan yang menjalankan bisnisnya di internet.

Di dalam perjanjian secara elektronik para pihak dalam melakukan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung, para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak akan bertemu sebelum perjanjian atau bahkan tidak akan pernah bertemu. Untuk mengatasi risiko perihal ketiadaan tatap muka langsung ini, telah ada mekanisme pengesahan identitas. Teknologi yang dapat diandalkan dalam mekanisme pengesahan identitas adalah teknologi penandatanganan secara digital.

B. Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini berjudul " Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Perspektif HAM ", yang disusun berdasarkan hasil penelitian lapangan dan kajian akademik yang mendalam. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis serta mengevaluasi efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*, dengan mempertimbangkan aspek regulasi yang berlaku serta prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen di Indonesia.

Penelitian ini memiliki unsur orisinalitas dalam berbagai aspek yang membedakannya dari penelitian sebelumnya. Salah satu aspek orisinalitasnya adalah pendekatan yang berbasis pada perkembangan digital. Penelitian ini tidak hanya membahas perlindungan konsumen secara umum, tetapi secara khusus menyoroti transaksi yang dilakukan melalui platform *online* dan *marketplace*. Perkembangan teknologi telah membawa perubahan dalam pola transaksi, sehingga diperlukan kajian mendalam mengenai bagaimana regulasi yang ada dapat menyesuaikan dengan kebutuhan perlindungan konsumen di era digital. Selain itu, penelitian ini juga memberikan analisis terhadap implementasi regulasi dalam *online*. Kajian ini

menitikberatkan pada efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta peraturan terkait perdagangan elektronik dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Melalui penelitian ini, dapat diketahui sejauh mana peraturan-peraturan tersebut telah diterapkan dalam berbagai platform digital, serta tantangan yang muncul dalam implementasinya.

Penulis dalam penyusunan tesis ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya :

- 1) Penelitian yang dilakukan Yadi et al. Yadi et al. (2022) yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi Online Menurut Tata Hukum Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi upaya perlindungan hukum dalam transaksi dagang menggunakan *online* serta bentuk penyelesaian sengketa bagi pihak yang dirugikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan *online* di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang memberikan kerangka hukum bagi perlindungan.⁴²
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Setiantoro (2018) yang berjudul “Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa Online di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN”. Penelitian ini mengungkapkan bahwa perangkat hukum di Indonesia belum sepenuhnya mengatur perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *online*. Penelitian ini juga membahas mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia, baik melalui peradilan maupun di luar peradilan, yang penting untuk melindungi hak-hak konsumen.⁴³
- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Rongiyati (2019) yang berjudul “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem

⁴² Yadi, Didik Kusuma, Muhammad Sood, and Dwi Martini. "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi Online Menurut Tata Hukum Indonesia." *Commerce Law* 2, no. 1 (2022). <https://dx.doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1368>.

⁴³ Setiantoro, Arfian, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, and Rinitami Njatrijani. "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa Online Di Era Masyarakat Ekonomi Asean." *Jurnal Rechts Vinding Media Pembinaan Hukum Nasional* 7, no. 1 (2018): 1. <https://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v7i1.220>

Elektronik”. Penelitian ini menyoroti pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* dan menyarankan agar pemerintah segera membentuk peraturan yang mengatur penyelesaian sengketa secara *online*. Penelitian ini memberikan pandangan tentang bagaimana konsumen dapat menempuh jalur hukum untuk menyelesaikan sengketa yang timbul dari transaksi *online*.⁴⁴

- 4) Penelitian yang dilakukan oleh Widiarty, (2024) yang berjudul “*Consumer Protection Laws in Indonesian Commercial Transactions: Safeguarding Business Transactions and Consumer Rights*”. Penelitian ini membahas kerangka hukum yang dirancang untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan bahwa pelaku usaha bertindak secara etis. Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan dalam transaksi komersial, termasuk *online*.⁴⁵
- 5) Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online oleh Saimima (2018). Penelitian ini menekankan pentingnya ketentuan hukum yang mengatur transaksi jual beli *online*, termasuk perlindungan yang diberikan oleh UU ITE dan UU Perlindungan Konsumen. Penelitian ini memberikan dasar hukum yang jelas bagi perlindungan konsumen dalam konteks *online*.⁴⁶

⁴⁴ Rongiyati, Sulasi. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik (Consumer Protection in Online)." *Negara Hukum Membangun Hukum Untuk Keadilan Dan Kesejahteraan* 10, no. 1 (2019): 1-25. <https://dx.doi.org/10.22212/jnh.v10i1.1223>.

⁴⁵ Widiarty, Wiwik Sri, Suwarno Suwarno, Dhaniswara K. Harjono, and Hendra Susanto. "Consumer Protection Laws in Indonesian Commercial Transactions: Safeguarding Business Transactions and Consumer Rights." *Journal of Law and Sustainable Development* 12, no. 1 (2024): e3099. <https://dx.doi.org/10.55908/sdgs.v12i1.3099>.

⁴⁶ Saimima, Ika Dewi Sartika. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online." (2018). <https://dx.doi.org/10.31227/osf.io/r8vxq>.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan hubungan antara fenomena yang terjadi dalam transaksi jual beli *online* dengan kebijakan dan regulasi hukum yang berfungsi untuk melindungi hak-hak konsumen.

1) Fenomena yang melatar belakangi

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola transaksi perdagangan, di mana konsumen kini lebih banyak melakukan pembelian secara *online* melalui platform *online* dan *marketplace*. Meskipun transaksi digital memberikan kemudahan, di sisi lain juga menimbulkan berbagai permasalahan yang merugikan konsumen. Beberapa permasalahan yang sering terjadi dalam transaksi jual beli *online* meliputi penipuan, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, serta kurangnya jaminan keamanan data pribadi konsumen.

2) Teori dan Landasan hukum

Untuk memahami bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online*, penelitian ini berlandaskan pada teori hukum perlindungan konsumen serta regulasi yang berlaku. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar utama dalam menjamin hak-hak konsumen. Selain itu, peraturan lainnya seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) serta regulasi perdagangan elektronik dari Kementerian Perdagangan juga menjadi bagian dari landasan hukum yang dianalisis dalam penelitian ini.

3) Identifikasi masalah perlindungan konsumen dalam transaksi *online*

Identifikasi masalah perlindungan konsumen dalam transaksi *online* berfokus pada beberapa aspek penting yang menjadi perhatian utama. Pertama, hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* menjadi salah satu faktor krusial dalam menciptakan perdagangan yang adil. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, termasuk spesifikasi, harga, serta kebijakan pengembalian. Namun, dalam praktiknya,

sering kali konsumen tidak mendapatkan informasi yang transparan, sehingga menimbulkan potensi kerugian.

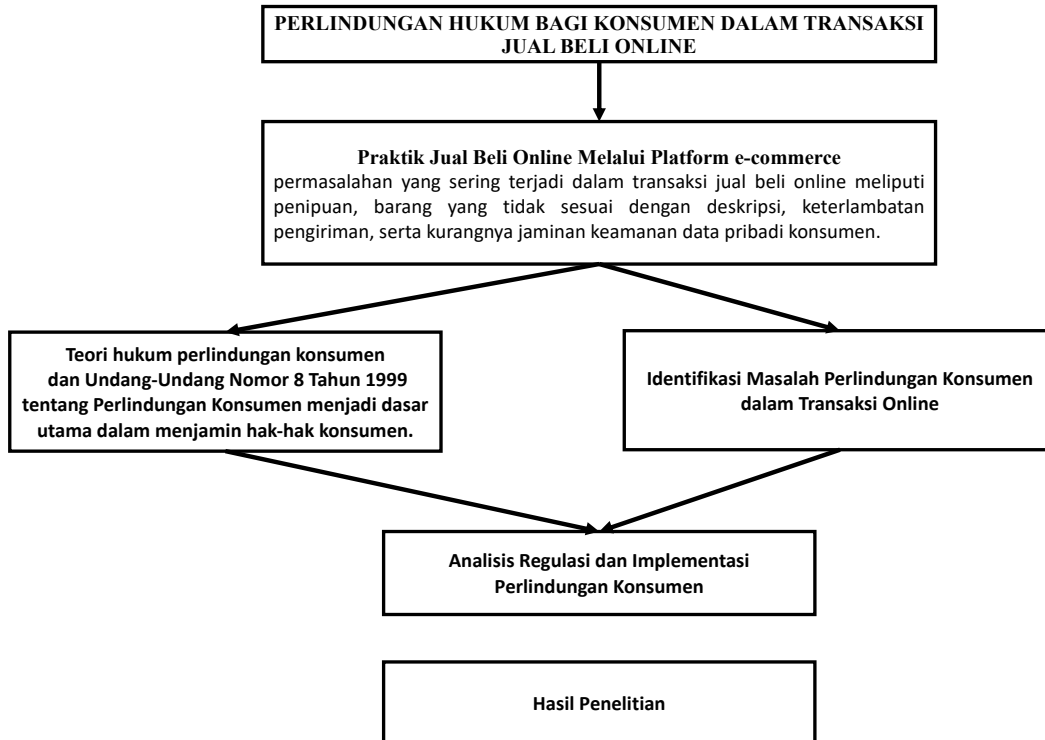
4) Analisis regulasi dan implementasi perlindungan konsumen

Penelitian ini menganalisis sejauh mana peraturan yang ada telah diimplementasikan dan apakah perlindungan hukum yang diberikan sudah cukup efektif dalam melindungi konsumen dalam transaksi *online*. Analisis ini dilakukan dengan mengkaji kasus-kasus yang pernah terjadi serta mengidentifikasi celah hukum yang mungkin masih ada dalam regulasi yang berlaku.

5) Rekomendasi dan Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini akan menyusun rekomendasi yang dapat membantu memperkuat sistem perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online*. Rekomendasi ini mencakup usulan perbaikan regulasi, peningkatan pengawasan terhadap platform *online*, serta penguatan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efektif dan efisien bagi konsumen.

PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE DI KABUPATEN SEMARANG PERSPEKTIF HAK ASASI MANUSIA



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian dengan judul "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi *Online* di Kabupaten Semarang Perspektif Hak Asasi Manusia" menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode penelitian kualitatif.

Jenis penelitian yuridis normatif berfokus pada kajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *online*. Penelitian ini menganalisis norma-norma hukum yang berkaitan dengan hak-hak konsumen, termasuk bagaimana regulasi tersebut dikaitkan dengan perspektif Hak Asasi Manusia (HAM).

Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana hukum diterapkan dalam praktik, khususnya di Kabupaten Semarang. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui studi dokumen, wawancara dengan pemangku kepentingan seperti konsumen, pelaku usaha, dan aparat penegak hukum, serta analisis terhadap kasus-kasus terkait perlindungan konsumen dalam transaksi *online*.

Selain itu, penelitian ini juga bersifat deskriptif-analitis, yaitu menggambarkan fenomena perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* serta menganalisis efektivitas regulasi yang ada dalam menjamin hak-hak konsumen. Dengan menggunakan perspektif Hak Asasi Manusia, penelitian ini tidak hanya membahas aspek legal formal, tetapi juga menyoroti prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan aksesibilitas hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi *online*.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis Yuridis normatif. Penelitian ini akan menganalisis aturan hukum yang terkait dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online*

berdasarkan peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia, serta kajian teori yang mendukung.

Dalam penelitian hukum normatif, pendekatan yang digunakan berfokus pada dua hal utama:

- 1) Pendekatan Statuta (*Statute Approach*): Pendekatan ini dilakukan dengan menganalisis undang-undang atau peraturan perundang-undangan yang relevan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online*. Ini mencakup pembahasan hukum yang mengatur tentang hak konsumen, kewajiban pedagang, serta mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pedagang dalam konteks digital.
- 2) Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*): Pendekatan ini melibatkan pemahaman dan penelaahan terhadap konsep-konsep hukum yang mendasari perlindungan konsumen, seperti hak-hak dasar konsumen, kewajiban transparansi dalam *online*, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Dalam hal ini, penelitian juga akan menggali teori-teori hukum yang relevan dengan konteks digital dan transaksi *online*, misalnya tentang prinsip keadilan, perlindungan hak atas informasi, dan perlindungan hak konsumen secara umum.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Semarang, sebuah wilayah yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Semarang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki perkembangan transaksi *online* yang pesat, seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Sebagai salah satu daerah yang memiliki pertumbuhan sektor perdagangan dan jasa yang signifikan, Kabupaten Semarang menjadi representatif dalam menggambarkan dinamika perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *online*.

Secara geografis, Kabupaten Semarang terdiri dari berbagai kecamatan yang mencakup wilayah perkotaan dan pedesaan, sehingga memungkinkan adanya variasi dalam pola konsumsi dan tingkat literasi hukum masyarakat terkait transaksi *online*.

Wilayah ini juga memiliki sejumlah pusat perdagangan, pasar tradisional, serta pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang banyak memanfaatkan platform digital untuk berjualan.

Dari aspek hukum, Kabupaten Semarang berada di bawah yurisdiksi hukum yang mengikuti peraturan perlindungan konsumen yang berlaku secara nasional. Namun, implementasi aturan tersebut dalam konteks transaksi *online* masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya pemahaman konsumen terhadap hak-haknya, kurangnya mekanisme pengawasan terhadap pelaku usaha *online*, serta keterbatasan akses masyarakat terhadap lembaga perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui studi dokumen terkait regulasi perlindungan konsumen di Kabupaten Semarang, wawancara dengan berbagai pihak termasuk konsumen, pelaku usaha, serta instansi terkait seperti Dinas Perdagangan, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan aparat penegak hukum. Selain itu, studi kasus mengenai berbagai permasalahan yang dihadapi konsumen dalam transaksi *online* di wilayah ini juga menjadi bagian dari analisis penelitian.

Dengan memilih Kabupaten Semarang sebagai lokasi penelitian, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* serta relevansinya dengan perspektif Hak Asasi Manusia. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan kebijakan perlindungan konsumen di era digital.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui diperoleh melalui teknik wawancara langsung dengan informan yang telah ditentukan berdasarkan kriteria tertentu, serta observasi terhadap kondisi perlindungan konsumen dalam transaksi *online* di Kabupaten Semarang. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari:

- a) Konsumen yang pernah mengalami permasalahan dalam transaksi *online* di Kabupaten Semarang.
- b) Pelaku usaha *online* yang menjual produk atau jasa melalui platform digital.
- c) Instansi terkait, seperti Dinas Perdagangan, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan aparat penegak hukum yang menangani kasus perlindungan konsumen.
- d) Lembaga Perlindungan Konsumen yang berperan dalam memberikan advokasi dan edukasi kepada masyarakat terkait hak-hak mereka dalam transaksi *online*.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari studi literatur yang mencakup buku-buku, artikel jurnal, peraturan perundang-undangan, dokumen hukum, serta sumber-sumber sekunder lainnya yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

E. Subjek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah konsumen, platform *online*, dan pihak berwenang (seperti lembaga perlindungan konsumen dan badan regulator industri). Subyek penelitian ini akan memberikan wawasan tentang sejauh mana perlindungan hukum diterapkan dalam transaksi jual beli *online*.

F. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Wawancara : Teknik ini digunakan untuk menggali informasi lebih dalam dari subyek penelitian, seperti konsumen, penjual, serta ahli hukum. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perlindungan hukum diterapkan dalam transaksi *online*.
- 2) Studi Dokumentasi: Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online*, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan regulasi lainnya yang relevan.

- 3) Observasi: Observasi dilakukan terhadap pelaksanaan transaksi jual beli *online* pada beberapa platform untuk melihat bagaimana perlindungan konsumen dilaksanakan secara langsung oleh penjual dan platform *online*.

G. Teknik Analisis Data

Agar tujuan penelitian ini dapat diperoleh dan disimpulkan dengan tepat, data yang dikumpulkan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* perlu dianalisis secara sistematis. Proses analisis ini bertujuan untuk menjamin keakuratan, relevansi, serta kelengkapan data yang digunakan dalam penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Klasifikasi Data

Peneliti mencatat dan mengelompokkan semua data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik data primer maupun sekunder. Data tersebut dikategorikan berdasarkan aspek perlindungan hukum yang meliputi regulasi, hak dan kewajiban konsumen, serta kasus-kasus yang relevan dalam transaksi jual beli *online*.

2) Verifikasi Data

Data yang telah diklasifikasikan akan diperiksa kembali keabsahan dan kevalidannya. Peneliti memastikan bahwa data yang digunakan sesuai dengan fokus penelitian, tidak mengandung bias, serta mencerminkan fakta hukum yang berlaku dalam perlindungan konsumen.

3) Interpretasi Data

Informasi yang telah diverifikasi disusun secara sistematis untuk dianalisis lebih lanjut. Peneliti menginterpretasikan data dengan menghubungkan regulasi yang berlaku dengan temuan di lapangan, termasuk perbandingan antara teori hukum perlindungan konsumen dan praktiknya dalam transaksi jual beli *online*.

4) Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil interpretasi data, peneliti merumuskan kesimpulan terkait efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*. Kesimpulan ini diperoleh dengan mempertimbangkan aspek

regulasi, implementasi di lapangan, serta tantangan yang dihadapi dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.

Teknik analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai sejauh mana hukum dapat melindungi konsumen dalam transaksi jual beli *online* serta memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih baik di masa depan.

H. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah dalam hal akses terhadap data transaksi *online* yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha. Banyak pelaku usaha *online* yang tidak memiliki badan hukum resmi atau beroperasi melalui platform media sosial tanpa izin usaha yang jelas, sehingga sulit untuk mendapatkan data yang akurat mengenai transaksi yang bermasalah. Beberapa informan juga enggan memberikan informasi secara rinci, terutama terkait pengalaman negatif mereka dalam bertransaksi *online*, karena alasan privasi atau kekhawatiran akan dampak terhadap bisnis mereka.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Melakukan Transaksi *Online* dalam Perspektif HAM

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* merupakan aspek penting dalam menjamin hak-hak dasar setiap individu dalam aktivitas ekonomi digital. Dalam perspektif Hak Asasi Manusia (HAM), perlindungan ini berkaitan erat dengan hak untuk memperoleh keadilan, hak atas keamanan dalam transaksi ekonomi, serta hak untuk tidak mengalami eksploitasi dalam sistem perdagangan. Konsumen sebagai pihak yang lebih rentan dalam transaksi *online* sering menghadapi berbagai permasalahan, seperti barang yang tidak sesuai, keterlambatan pengiriman, hingga kasus penipuan. Oleh karena itu, negara dan institusi terkait memiliki peran penting dalam memastikan adanya regulasi yang memberikan kepastian hukum serta mekanisme penyelesaian sengketa yang adil.

Berdasarkan wawancara dengan berbagai pihak, terlihat bahwa masih terdapat berbagai tantangan dalam perlindungan hukum bagi konsumen di era digital ini. Muhammad Ardi⁴⁷, salah satu konsumen yang sering berbelanja *online* melalui platform *Shopee* dan *Tokopedia*, mengungkapkan bahwa ia pernah mengalami permasalahan ketika menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual. "Saya pernah membeli barang elektronik secara *online*, tetapi ketika barang sampai, spesifikasinya berbeda dari yang tertera di iklan. Saya mencoba mengajukan komplain melalui platform, tetapi prosesnya cukup rumit dan memakan waktu lama," ujarnya. Sementara itu, Wahyu Setyaningsih⁴⁸ menambahkan bahwa dirinya pernah menerima barang dalam kondisi rusak, dan meskipun sudah mengajukan pengembalian, proses

⁴⁷ Muhammad Ardi, konsumen aktif pengguna *Shopee* dan *Tokopedia*, menceritakan pengalaman menerima barang elektronik yang tidak sesuai deskripsi serta kesulitan dalam proses komplain, dalam wawancara pribadi (2 Mei 2025)

⁴⁸ Wahyu Setyaningsih, konsumen belanja daring, menyampaikan pengalaman menerima barang dalam kondisi rusak serta menghadapi hambatan dalam pengajuan pengembalian, dalam wawancara pribadi (2 Mei 2025)

penyelesaiannya tidak selalu berjalan dengan lancar. "Kadang penjual tidak merespons dengan baik, bahkan ada yang mengabaikan keluhan saya," katanya.

Siti Nihayaturrohmah⁴⁹, konsumen lain yang sering melakukan transaksi *online* melalui Facebook dan *TikTok Shop*, menyoroti permasalahan yang lebih serius, yakni penjual yang sama sekali tidak mengirimkan barang yang telah dibeli. "Saya pernah tertipu saat membeli pakaian di Facebook. Penjualnya menghilang setelah saya mentransfer uang. Saya mencoba melaporkan kasus ini, tetapi karena transaksinya dilakukan di luar *marketplace* besar, tidak ada jaminan perlindungan bagi saya sebagai konsumen," ungkapnya.

Di sisi lain, dari sudut pandang pelaku usaha *online*, terdapat kendala tersendiri dalam menghadapi regulasi perlindungan konsumen. Annisa Wulandari⁵⁰, seorang penjual di *Shopee* dan Instagram, mengungkapkan bahwa banyak konsumen yang kurang memahami hak dan kewajibannya dalam bertransaksi. "Sebagai penjual, kami juga menghadapi tantangan, terutama ketika ada konsumen yang melakukan komplain tidak berdasar atau mengajukan retur barang yang sebenarnya masih dalam kondisi baik," jelasnya. Ahmad Roisul⁵¹, yang menjalankan bisnisnya di Tokopedia dan Facebook Marketplace, menambahkan bahwa regulasi yang ada sering kali lebih menguntungkan konsumen tanpa mempertimbangkan kesulitan yang dihadapi oleh pelaku usaha. "Kami harus mengikuti kebijakan platform dalam menyelesaikan sengketa, tetapi tidak jarang kami merasa dirugikan karena sistem lebih memihak pada konsumen," katanya.

Dalam wawancara dengan perwakilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Linda Widiastuti⁵² menjelaskan bahwa jumlah pengaduan terkait transaksi

⁴⁹ Siti Nihayaturrohmah, konsumen aktif di Facebook dan TikTok Shop, menyampaikan bahwa ia pernah menjadi korban penipuan dalam transaksi online di Facebook karena barang yang dipesan tidak pernah dikirim oleh penjual (Wawancara, 2 Mei 2025).

⁵⁰ Annisa Wulandari, pelaku usaha di Shopee dan Instagram, menyatakan bahwa ia sering menghadapi komplain tidak berdasar dari konsumen yang tidak memahami kewajiban mereka dalam bertransaksi online (Wawancara, 2 Mei 2025)

⁵¹ Ahmad Roisul, pelaku usaha di Tokopedia dan Facebook Marketplace, mengungkapkan bahwa sistem penyelesaian sengketa di marketplace cenderung memihak konsumen dan merugikan pelaku usaha (Wawancara, 2 Mei 2025)

⁵² Linda Widiastuti, perwakilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), menjelaskan bahwa jumlah pengaduan konsumen atas transaksi online meningkat, tetapi penanganannya terkendala oleh identitas penjual yang tidak jelas (Wawancara, 2 Mei 2025)

online mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. "Kami menerima lebih banyak pengaduan dari konsumen yang merasa dirugikan dalam transaksi *online*, terutama dalam hal barang tidak sesuai dan ketidaksesuaian layanan yang dijanjikan oleh pelaku usaha," jelasnya. Namun, tantangan terbesar dalam menyelesaikan sengketa ini adalah sulitnya melacak pelaku usaha yang tidak memiliki identitas atau legalitas yang jelas. "Banyak penjual yang beroperasi di media sosial tanpa izin usaha yang sah, sehingga sulit bagi kami untuk mengambil tindakan hukum terhadap mereka," tambahnya.

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Narwantono⁵³, perwakilan dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Ia menegaskan bahwa hak konsumen dalam transaksi *online* merupakan bagian dari hak ekonomi dan sosial yang harus dilindungi oleh negara. "Perlindungan konsumen dalam transaksi *online* bukan hanya soal regulasi bisnis, tetapi juga bagian dari Hak Asasi Manusia. Konsumen berhak mendapatkan keadilan ketika mengalami kerugian akibat praktik perdagangan yang tidak jujur," ungkapnya. Namun, ia juga mengkritisi lemahnya penegakan hukum di sektor ini. "Regulasi yang ada cukup baik, tetapi implementasinya masih jauh dari ideal. Banyak konsumen yang tidak tahu harus mengadu ke mana ketika mengalami masalah dalam transaksi *online*," katanya.

Dengan berbagai tantangan yang dihadapi, diperlukan langkah konkret untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen. Edukasi tentang hak dan kewajiban konsumen harus lebih digencarkan agar masyarakat lebih memahami bagaimana menyelesaikan permasalahan yang timbul dalam transaksi *online*. Selain itu, pemerintah perlu memperkuat regulasi dan mekanisme pengaduan agar lebih mudah diakses oleh konsumen. Sebagaimana diungkapkan oleh Linda Widiastuti⁵⁴ dari BPSK, "Kami berharap ada sistem penyelesaian sengketa yang lebih efektif dan cepat, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan ketika mengalami masalah dalam transaksi *online*."

⁵³ Narwantono, perwakilan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), menyatakan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi online merupakan bagian dari hak asasi manusia dan menyoroti lemahnya penegakan hukum yang ada (Wawancara, 2 Mei 2025)

⁵⁴ Linda Widiastuti kembali menegaskan bahwa dibutuhkan sistem penyelesaian sengketa yang lebih efektif agar konsumen tidak merasa dirugikan (Wawancara, 2 Mei 2025)

Dari perspektif HAM, perlindungan konsumen dalam transaksi *online* bukan hanya tentang hukum perniagaan, tetapi juga tentang hak dasar individu untuk mendapatkan keadilan dalam ekonomi digital. Negara harus memastikan bahwa hak-hak konsumen diakui, dihormati, dan dilindungi dalam setiap transaksi yang dilakukan secara daring.

2. Upaya Hukum yang Bisa Ditempuh oleh Konsumen Akibat Kerugian dalam Transaksi di Online.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi *online*. Namun, di sisi lain, maraknya transaksi digital juga menimbulkan berbagai permasalahan yang merugikan konsumen. Masalah yang sering muncul antara lain barang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak saat diterima, hingga kasus penipuan di mana barang yang dipesan tidak dikirim sama sekali. Dalam menghadapi kerugian semacam ini, konsumen memiliki beberapa upaya hukum yang dapat ditempuh untuk memperoleh hak dan perlindungan hukum yang layak.

Menurut Linda Widiastuti⁵⁵, perwakilan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi *online* dapat menempuh jalur penyelesaian sengketa dengan beberapa mekanisme, seperti mediasi, arbitrase, atau melalui pengadilan. Ia menjelaskan bahwa konsumen dapat terlebih dahulu mengajukan komplain kepada platform tempat transaksi dilakukan. Jika solusi yang diberikan tidak memuaskan, konsumen dapat mengadukan kasusnya ke BPSK dengan melampirkan bukti transaksi dan kronologi kejadian. Linda juga menambahkan, "BPSK berperan dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Kami melakukan mediasi atau arbitrase untuk mencapai solusi yang adil bagi kedua belah pihak."

Selain itu, Narwantono⁵⁶, perwakilan dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), menegaskan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen dalam

⁵⁵ Linda Widiastuti, perwakilan BPSK, menjelaskan peran lembaganya dalam menyelesaikan sengketa konsumen melalui mekanisme seperti mediasi dan arbitrase, dalam wawancara pada 2 Mei 2025

⁵⁶ Narwantono, perwakilan YLKI, menegaskan lemahnya implementasi perlindungan konsumen serta pentingnya edukasi dan pelaporan ke lembaga resmi, dalam wawancara pada 2 Mei 2025

transaksi *online* masih memiliki banyak celah. Ia menyebutkan bahwa banyak konsumen tidak mengetahui hak-haknya dan sering kali ragu untuk menempuh jalur hukum karena anggapan bahwa prosesnya rumit dan memakan waktu lama. "Regulasi sebenarnya sudah ada, tetapi implementasinya masih lemah. Konsumen seharusnya lebih aktif dalam memperjuangkan hak mereka dengan melaporkan kasus ke lembaga perlindungan konsumen seperti YLKI atau BPSK," ujarnya. Narwantono juga menyoroti pentingnya edukasi bagi masyarakat mengenai mekanisme pengaduan yang benar agar mereka tidak mudah tertipu oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Dalam perspektif konsumen, Muhammad Ardi⁵⁷, salah satu pengguna platform e-commerce, mengungkapkan bahwa dirinya pernah mengalami masalah di mana barang yang diterimanya tidak sesuai dengan deskripsi. Awalnya, ia mencoba menyelesaikan masalah ini dengan menghubungi pihak penjual, tetapi tidak mendapatkan tanggapan yang memuaskan. Ia kemudian mengajukan komplain melalui sistem penyelesaian sengketa yang disediakan oleh *marketplace* dan akhirnya mendapatkan pengembalian dana. "Kalau transaksi di *marketplace* besar seperti Shopee atau Tokopedia, biasanya masih ada perlindungan. Tapi kalau belanja di media sosial, kita hampir tidak punya cara untuk menuntut hak kita," kata Ardi.

Sementara itu, Siti Nihayaturrohmah⁵⁸ berbagi pengalaman yang berbeda. Ia pernah tertipu saat berbelanja melalui media sosial, di mana penjual tidak mengirimkan barang yang sudah ia bayar. Karena transaksi dilakukan secara langsung melalui transfer bank, ia tidak memiliki perlindungan dari *platform e-commerce*. "Saya mencoba melapor ke pihak kepolisian, tapi mereka bilang sulit untuk menindaklanjuti karena tidak ada identitas jelas dari penjualnya," ujarnya dengan nada kecewa. Pengalaman ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* sangat bergantung pada regulasi yang berlaku serta sistem yang digunakan oleh platform tempat transaksi dilakukan.

⁵⁷ Muhammad Ardi, konsumen e-commerce, menceritakan pengalamannya mengalami kerugian dalam transaksi online dan upaya penyelesaian melalui mekanisme pengaduan marketplace, dalam wawancara pada 2 Mei 2025

⁵⁸ Wawancara dengan Siti Nihayaturrohmah, konsumen aktif di Facebook dan TikTok Shop, dilakukan pada 2 Mei 2025

Dari sisi pelaku usaha, Annisa Wulandari⁵⁹, seorang penjual *online* di *Shopee* dan *Instagram*, menyatakan bahwa banyak konsumen kurang memahami hak dan kewajiban mereka. Ia mengungkapkan bahwa beberapa pelanggan mengajukan komplain meskipun barang yang mereka terima sudah sesuai dengan pesanan. "Kadang ada konsumen yang langsung mengancam akan melaporkan kami, padahal mereka sendiri yang salah paham dengan deskripsi produk," kata Annisa. Ia menekankan bahwa regulasi harus seimbang antara perlindungan bagi konsumen dan pelaku usaha agar tidak terjadi penyalahgunaan hak.

Ahmad Roisul, seorang pedagang di Tokopedia dan Facebook Marketplace, menyoroti tantangan dalam penyelesaian sengketa antara konsumen dan penjual. Menurutnya, kebijakan platform sering kali lebih berpihak pada konsumen, sehingga pedagang kecil bisa dirugikan meskipun sudah menjalankan usaha dengan jujur. "Kami sering kali harus mengganti barang atau mengembalikan dana meskipun bukan kesalahan kami. Regulasi seharusnya lebih adil bagi kedua belah pihak," ujar Ahmad.

Dari berbagai pandangan di atas, terlihat bahwa upaya hukum yang bisa ditempuh oleh konsumen sangat bergantung pada jenis transaksi yang dilakukan. Jika transaksi terjadi di *marketplace* resmi, konsumen masih bisa mendapatkan perlindungan melalui mekanisme pengaduan internal platform tersebut. Namun, jika transaksi dilakukan melalui media sosial atau langsung dengan penjual tanpa perantara, konsumen harus menempuh jalur hukum melalui BPSK, YLKI, atau bahkan jalur kepolisian. Sayangnya, banyak konsumen yang tidak mengetahui mekanisme ini atau merasa kesulitan dalam proses pengaduan.

Sebagai solusi, Narwantono dari YLKI menegaskan pentingnya sosialisasi dan edukasi bagi masyarakat mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen. Ia menyarankan agar pemerintah lebih aktif dalam mengawasi transaksi *online* dan memperkuat regulasi untuk memberikan perlindungan yang lebih baik. "Tanpa edukasi yang memadai, konsumen akan selalu berada dalam posisi yang lemah dan mudah dirugikan," pungkasnya.

⁵⁹ Wawancara dengan Annisa Wulandari, pelaku usaha di *Shopee* dan *Instagram*, dilakukan pada 2 Mei 2025

Secara keseluruhan, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* masih perlu diperkuat baik dari sisi regulasi maupun implementasi di lapangan. Konsumen diharapkan lebih proaktif dalam memperjuangkan hak mereka, sementara pemerintah dan lembaga terkait harus terus meningkatkan sistem pengawasan serta penegakan hukum agar transaksi *online* menjadi lebih aman dan adil bagi semua pihak.

3. Hambatan dalam Perlindungan Hukum dalam *Online*.

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* masih menghadapi berbagai hambatan yang cukup kompleks. Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai pihak, baik dari konsumen, pelaku usaha, instansi terkait seperti BPSK, serta Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), terdapat beberapa aspek utama yang menjadi kendala dalam memastikan konsumen mendapatkan haknya secara adil.

Salah satu kendala yang paling sering disampaikan oleh konsumen adalah kurangnya pemahaman mengenai hak-hak mereka dalam transaksi *online*. Konsumen cenderung tidak mengetahui prosedur pengaduan atau lembaga mana yang bisa membantu mereka jika mengalami permasalahan. Muhammad Ardi⁶⁰, salah satu konsumen yang diwawancarai, menyatakan bahwa ia pernah mengalami permasalahan di mana barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera di *marketplace*. Namun, ia tidak mengetahui langkah hukum yang bisa diambil selain hanya mengajukan komplain kepada pihak *marketplace*. Hal serupa juga diungkapkan oleh Wahyu Setyaningsih⁶¹ yang mengatakan, "Saya tahu ada hak-hak konsumen, tapi saya tidak begitu paham bagaimana cara menuntut hak saya kalau ada masalah dalam transaksi *online*."

Selain kurangnya pemahaman, kendala lain yang muncul adalah sulitnya mendapatkan keadilan bagi konsumen ketika bertransaksi di luar platform resmi seperti

⁶⁰ Wawancara Muhammad Ardi, konsumen yang aktif bertransaksi di marketplace, menyatakan bahwa ia pernah menerima barang yang tidak sesuai deskripsi namun tidak mengetahui langkah hukum yang bisa diambil selain komplain ke platform, 2 Mei 2025

⁶¹ Wawancara Wahyu Setyaningsih, konsumen yang pernah mengalami masalah dalam transaksi online, mengaku mengetahui adanya hak konsumen, namun tidak memahami cara menuntut hak tersebut jika terjadi masalah., 2 Mei 2025.

media sosial. Siti Nihayaturrohmah⁶² menyampaikan bahwa dirinya pernah mengalami kejadian di mana barang yang dipesan melalui Facebook tidak pernah dikirim, namun ia kesulitan dalam menindaklanjuti kasus tersebut karena penjual tiba-tiba menghilang dan tidak dapat dihubungi. "Saya sudah mencoba menghubungi penjual, tetapi setelah pembayaran dilakukan, mereka menghilang. Saya bingung harus melapor ke mana karena transaksi tidak dilakukan di *marketplace* resmi," ungkapnya.

Dari sisi pelaku usaha, hambatan yang muncul dalam perlindungan hukum konsumen berkaitan dengan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Annisa Wulandari⁶³, seorang penjual *online* di *Shopee* dan *Instagram*, menuturkan bahwa tidak semua komplain dari konsumen benar-benar valid. Ada beberapa kasus di mana konsumen mengajukan komplain yang tidak berdasar, misalnya mengaku tidak menerima barang padahal sudah dikirim dengan bukti pengiriman. "Terkadang, perlindungan konsumen lebih berpihak kepada pembeli, sedangkan sebagai penjual kami juga mengalami kerugian akibat konsumen yang tidak jujur," katanya. Hal ini juga diperkuat oleh Ahmad Roisul⁶⁴, pelaku usaha di Tokopedia dan *Facebook Marketplace*, yang menyatakan bahwa regulasi seharusnya tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga memastikan adanya mekanisme yang adil bagi pelaku usaha yang beritikad baik.

Hambatan lainnya yang signifikan adalah lemahnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha *online* yang tidak memiliki legalitas jelas. Linda Widiastuti⁶⁵, perwakilan dari BPSK, menyatakan bahwa sulit bagi pihaknya untuk menindak pelaku usaha yang tidak memiliki identitas atau legalitas resmi. "Banyak penjual yang beroperasi tanpa izin usaha yang jelas, sehingga ketika terjadi permasalahan, sulit bagi kami untuk melakukan tindakan hukum," jelasnya. Selain itu, ia juga menyoroti bahwa jumlah pengaduan terkait transaksi *online* semakin meningkat setiap tahunnya, namun tidak semua kasus

⁶² Wawancara Siti Nihayaturrohmah, konsumen yang bertransaksi melalui media sosial, mengungkapkan bahwa ia mengalami kerugian karena barang yang dipesan tidak dikirim dan penjual menghilang, 2 Mei 2025

⁶³ Wawancara Annisa Wulandari, pelaku usaha online di *Shopee* dan *Instagram*, menuturkan bahwa tidak semua keluhan konsumen benar, dan ada kerugian dari komplain tidak berdasar, 2 Mei 2025

⁶⁴ Wawancara Ahmad Roisul, pelaku usaha di Tokopedia dan Facebook Marketplace, menyatakan bahwa regulasi juga harus memberikan keadilan kepada penjual yang beritikad baik, 2 Mei 2025

⁶⁵ Wawancara Linda Widiastuti, perwakilan dari BPSK, menjelaskan bahwa sulit menindak pelaku usaha yang tidak memiliki legalitas usaha, terutama yang beroperasi di media sosial, 2 Mei 2025

dapat diselesaikan karena minimnya regulasi yang mengatur transaksi *online* di media sosial.

Dari perspektif Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Narwantono⁶⁶ mengungkapkan bahwa regulasi yang ada saat ini masih memiliki banyak celah yang memungkinkan pelaku usaha tidak bertanggung jawab lolos dari jerat hukum. "Konsumen dalam transaksi *online* sering kali tidak terlindungi dengan baik karena lemahnya regulasi serta kurangnya koordinasi antara pemerintah, *marketplace*, dan lembaga perlindungan konsumen," ujarnya. Ia juga menambahkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui prosedur pengaduan atau merasa bahwa proses hukum terlalu rumit untuk diikuti.

Selain aspek regulasi dan kesadaran konsumen, faktor teknologi juga menjadi hambatan dalam perlindungan hukum konsumen. Banyak kasus di mana konsumen mengalami kerugian akibat transaksi dengan akun palsu atau identitas yang tidak dapat dilacak. Hal ini diperburuk dengan kurangnya sistem verifikasi yang ketat pada beberapa platform media sosial. Amanda, seorang pelaku usaha *online*, menyampaikan bahwa salah satu tantangan terbesar dalam berjualan *online* adalah maraknya akun-akun palsu yang menjual produk dengan harga jauh lebih murah tetapi tidak bertanggung jawab dalam pengiriman barang. "Konsumen sering kali tergiur dengan harga murah tanpa memastikan apakah toko tersebut benar-benar terpercaya," katanya.

Secara keseluruhan, hambatan dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *online* meliputi kurangnya pemahaman konsumen tentang hak-haknya, sulitnya mendapatkan keadilan dalam transaksi di luar *marketplace* resmi, ketidakseimbangan dalam regulasi antara konsumen dan pelaku usaha, lemahnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha ilegal, serta tantangan teknologi dalam mengidentifikasi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Dengan adanya berbagai hambatan ini, dibutuhkan upaya yang lebih sistematis dalam memperkuat regulasi, meningkatkan edukasi konsumen, serta memperbaiki sistem penyelesaian sengketa agar transaksi *online* menjadi lebih aman dan adil bagi semua pihak.

⁶⁶ Wawancara Narwantono, perwakilan dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), mengungkapkan bahwa regulasi saat ini masih lemah dan belum mampu memberikan perlindungan maksimal kepada konsumen, 2 Mei 2025

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* di Kabupaten Semarang dari perspektif Hak Asasi Manusia (HAM) merupakan isu yang semakin relevan dengan meningkatnya jumlah transaksi digital. Seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi perdagangan, perlindungan hukum bagi konsumen menjadi suatu kebutuhan yang mendesak. Penelitian ini mengungkap berbagai tantangan yang dihadapi oleh konsumen dalam transaksi *online* serta bagaimana regulasi yang ada berperan dalam memberikan perlindungan hukum bagi mereka.

Dari hasil wawancara dengan para konsumen, ditemukan bahwa sebagian besar dari mereka telah mengalami permasalahan dalam transaksi *online*, seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak, atau bahkan barang yang tidak dikirim oleh penjual. Dalam banyak kasus, penyelesaian yang dilakukan konsumen lebih banyak bergantung pada kebijakan *platform marketplace* dibandingkan pada mekanisme perlindungan hukum yang tersedia. Konsumen yang bertransaksi melalui media sosial menghadapi tantangan yang lebih besar karena tidak adanya sistem perlindungan yang jelas dari pihak penyedia layanan.

Dari wawancara dengan pelaku usaha *online*, ditemukan bahwa banyak dari mereka memahami secara umum mengenai aturan perlindungan konsumen, tetapi masih ada kesenjangan dalam implementasi kebijakan tersebut. Beberapa pelaku usaha mengakui bahwa regulasi yang ketat dapat menjadi kendala bagi mereka, terutama bagi usaha kecil yang baru berkembang. Namun, mereka juga menyadari pentingnya perlindungan konsumen dalam menjaga kepercayaan pelanggan dan kelangsungan bisnis mereka.

Lembaga terkait seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kabupaten Semarang menyatakan bahwa pengaduan terkait transaksi *online* meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. BPSK memiliki mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat membantu konsumen yang merasa dirugikan, tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui prosedur pengaduan yang dapat mereka tempuh. Kesulitan utama yang dihadapi oleh BPSK dalam menangani sengketa transaksi *online* adalah sulitnya menindak pelaku usaha yang tidak memiliki identitas atau izin usaha yang jelas, terutama mereka yang beroperasi melalui media sosial tanpa regulasi yang memadai.

Dari perspektif Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), perlindungan konsumen dalam transaksi *online* masih memiliki banyak celah hukum. Meskipun sudah ada regulasi yang mengatur, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, implementasinya masih belum optimal. Salah satu aspek penting dalam perlindungan konsumen adalah akses terhadap keadilan ketika terjadi sengketa, namun banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-hak mereka atau bagaimana cara mengajukan pengaduan secara resmi. Selain itu, regulasi yang ada masih belum secara spesifik mengatur perlindungan bagi konsumen yang bertransaksi di luar platform resmi, seperti media sosial atau situs web independen.

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* di Kabupaten Semarang harus dipandang tidak hanya dari aspek hukum ekonomi dan perdagangan, tetapi juga dalam konteks Hak Asasi Manusia (HAM). HAM mencakup hak-hak fundamental yang melekat pada setiap individu, termasuk hak untuk memperoleh informasi yang benar, hak atas keamanan dalam bertransaksi, hak atas perlindungan dari eksploitasi ekonomi, serta hak atas keadilan ketika terjadi sengketa. Dengan semakin berkembangnya transaksi digital, tantangan dalam melindungi hak-hak konsumen juga semakin kompleks. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam transaksi *online* harus dipandang sebagai bagian dari upaya pemenuhan HAM.

1) Hak Atas Informasi dalam Transaksi Online

Salah satu hak dasar yang harus dimiliki oleh konsumen adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan transparan terkait barang atau jasa yang mereka beli. Hak ini tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) yang menegaskan bahwa setiap konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar dan jujur mengenai produk atau layanan yang mereka gunakan. Namun, dalam praktiknya, banyak konsumen di Kabupaten Semarang yang mengalami kesulitan dalam mengakses informasi yang akurat. Dari hasil wawancara dengan konsumen, ditemukan bahwa sering kali deskripsi produk yang ditampilkan di *platform online* tidak sesuai dengan kenyataan. Beberapa pelaku usaha dengan sengaja memberikan informasi yang menyesatkan untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini melanggar hak asasi

manusia dalam aspek transparansi informasi, yang merupakan bagian dari hak untuk tidak ditipu atau dieksploitasi secara ekonomi.

Dalam konteks Hak Asasi Manusia, hak atas informasi juga berkaitan dengan hak atas pendidikan dan kesadaran digital. Banyak konsumen yang belum memiliki literasi digital yang memadai untuk mengenali potensi risiko dalam transaksi *online*. Oleh karena itu, negara memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa masyarakat mendapatkan edukasi yang cukup terkait hak-hak mereka sebagai konsumen dan cara melindungi diri dari praktik perdagangan yang tidak etis.

2) Hak atas Keamanan dalam Transaksi Online

Hak atas keamanan merupakan bagian dari hak asasi manusia yang mendasar. Dalam konteks transaksi *online*, keamanan mencakup perlindungan dari penipuan, pencurian identitas, serta penyalahgunaan data pribadi. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) telah mengatur perlindungan data pribadi dalam transaksi digital. Pasal 26 UU ITE menyatakan bahwa setiap individu memiliki hak atas perlindungan data pribadinya dalam transaksi elektronik. Namun, dalam praktiknya, masih banyak konsumen yang mengalami pelanggaran terhadap hak ini. Dari hasil wawancara dengan konsumen, ditemukan bahwa banyak dari mereka menerima pesan-pesan promosi yang tidak mereka setuju setelah melakukan transaksi di platform tertentu. Ini menandakan bahwa data pribadi mereka telah dibagikan atau diperjualbelikan tanpa izin. Penyalahgunaan data pribadi tidak hanya merupakan pelanggaran hukum, tetapi juga merupakan pelanggaran terhadap hak atas privasi, yang merupakan bagian dari Hak Asasi Manusia sebagaimana diatur dalam Pasal 12 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia (DUHAM).

Selain itu, banyak konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi *online*. Mereka melakukan pembayaran untuk barang yang tidak pernah dikirimkan, atau menerima produk yang berbeda dari yang dijanjikan. Dalam hal ini, hak atas keamanan dalam bertransaksi menjadi sangat penting. Negara harus memastikan bahwa ada regulasi yang cukup kuat untuk melindungi konsumen dari praktik perdagangan yang merugikan dan bahwa ada mekanisme pengaduan yang efektif bagi mereka yang menjadi korban.

3) Hak atas Perlindungan dari Eksploitasi Ekonomi

Eksploitasi ekonomi dalam transaksi *online* dapat terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk harga yang tidak wajar, penipuan, serta ketidakadilan dalam sistem pembayaran dan pengiriman. Banyak pelaku usaha yang tidak memberikan opsi pengembalian barang atau *refund* kepada konsumen, meskipun mereka telah menerima barang yang cacat atau tidak sesuai. Dalam perspektif Hak Asasi Manusia, kondisi ini melanggar hak atas perlindungan dari eksploitasi ekonomi yang seharusnya menjadi bagian dari kebijakan perlindungan konsumen.

Negara memiliki tanggung jawab untuk mencegah eksploitasi ini dengan menetapkan regulasi yang ketat dan memastikan bahwa konsumen memiliki akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang adil. Salah satu upaya yang telah dilakukan adalah pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang berfungsi untuk menangani perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, dari hasil wawancara dengan BPSK Kabupaten Semarang, ditemukan bahwa masih banyak konsumen yang tidak mengetahui adanya lembaga ini atau tidak memahami cara mengajukan pengaduan.

Selain itu, dalam perspektif HAM, negara juga harus memastikan bahwa konsumen dari semua lapisan masyarakat, termasuk kelompok rentan seperti masyarakat berpenghasilan rendah dan mereka yang memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi, dapat menikmati hak-hak mereka secara setara. Hal ini sesuai dengan Pasal 28H Ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945, yang menyatakan bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan perlakuan yang sama dalam memperoleh manfaat dari sumber daya ekonomi.

4) Hak atas Keadilan dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen

Ketika terjadi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi *online*, mereka memiliki hak untuk mendapatkan keadilan dan penyelesaian sengketa yang adil. Hak ini tercantum dalam Pasal 45 UU Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa setiap konsumen yang merasa dirugikan berhak untuk menggugat pelaku usaha baik secara langsung maupun melalui lembaga penyelesaian sengketa. Namun, dalam praktiknya, masih banyak kendala dalam penegakan hak ini. Salah satu tantangan utama adalah sulitnya melacak pelaku usaha *online* yang tidak memiliki izin resmi

atau yang menggunakan platform media sosial sebagai sarana penjualan. Hal ini menyebabkan banyak konsumen kesulitan dalam menuntut keadilan ketika mengalami kerugian.

Dalam perspektif HAM, negara memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa setiap individu memiliki akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan tidak diskriminatif. Pasal 8 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia (DUHAM) menegaskan bahwa setiap orang berhak atas pemulihan yang efektif melalui lembaga peradilan nasional apabila hak-haknya dilanggar. Oleh karena itu, pemerintah harus memperkuat sistem pengawasan terhadap transaksi *online* serta memastikan bahwa konsumen memiliki akses yang lebih mudah terhadap lembaga penyelesaian sengketa.

Perlindungan konsumen dalam transaksi *online* di Kabupaten Semarang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal transparansi informasi, keamanan data pribadi, eksploitasi ekonomi, dan akses terhadap keadilan. Meskipun sudah ada regulasi seperti UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE, implementasi dan efektivitasnya masih perlu diperkuat.

Dari perspektif Hak Asasi Manusia, perlindungan konsumen dalam transaksi *online* bukan hanya sekadar persoalan hukum perdagangan, tetapi juga menyangkut hak-hak fundamental yang harus dijamin oleh negara. Hak atas informasi, hak atas keamanan, hak atas perlindungan dari eksploitasi ekonomi, serta hak atas keadilan dalam penyelesaian sengketa harus menjadi prioritas dalam kebijakan perlindungan konsumen.

Untuk itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, platform digital, lembaga perlindungan konsumen, serta masyarakat dalam menciptakan ekosistem perdagangan digital yang lebih aman dan berkeadilan. Dengan pendekatan berbasis HAM, perlindungan konsumen dalam transaksi *online* dapat menjadi bagian dari upaya pemenuhan hak-hak dasar manusia dalam era digital.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi *online* dalam perspektif Hak Asasi Manusia (HAM)

Perlindungan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi *online* dalam perspektif Hak Asasi Manusia belum terlaksana secara optimal. Meskipun sudah terdapat regulasi yang mengatur, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), dalam praktiknya masih terdapat kesenjangan dalam pelaksanaan. Hak-hak konsumen sebagai bagian dari HAM, seperti hak atas keamanan, kenyamanan, dan keadilan dalam bertransaksi, belum sepenuhnya terpenuhi terutama dalam konteks *e-commerce*.

2. Hambatan perkara hukum bagi konsumen dalam transaksi *online*

Hambatan perkara hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* meliputi kurangnya pemahaman masyarakat terhadap hak-haknya sebagai konsumen, ketidakseimbangan posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen, serta sulitnya proses pembuktian dan penyelesaian sengketa secara hukum. Konsumen sering kali tidak mengetahui prosedur pengaduan yang tepat dan merasa ragu untuk menempuh jalur hukum karena dianggap rumit dan memakan waktu.

3. Upaya mengatasi hambatan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online*

Upaya mengatasi hambatan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* perlu dilakukan secara komprehensif, baik oleh pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat. Hal ini mencakup peningkatan edukasi dan literasi digital bagi konsumen, penguatan lembaga penyelesaian sengketa konsumen seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), serta penegakan hukum yang tegas terhadap pelaku usaha yang melanggar hak konsumen. Selain itu, kolaborasi antar instansi dan pemanfaatan teknologi untuk pelaporan dan penyelesaian sengketa secara daring juga menjadi solusi penting.

B. Saran

1. **Terkait perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* dalam perspektif HAM**, disarankan agar pemerintah dan pembuat kebijakan mempertegas implementasi norma-norma hak asasi manusia dalam perlindungan konsumen. Hal ini dapat dilakukan melalui penguatan regulasi turunan yang lebih operasional, serta memastikan bahwa hak-hak konsumen seperti hak atas keamanan, informasi yang benar, dan keadilan dalam transaksi *online* benar-benar dilindungi dalam praktik.
2. **Terkait hambatan hukum yang dihadapi konsumen dalam transaksi *online***, perlu dilakukan peningkatan edukasi dan literasi hukum kepada masyarakat luas agar konsumen mengetahui hak dan kewajibannya serta cara menempuh penyelesaian hukum. Selain itu, lembaga-lembaga terkait seperti BPSK perlu diperkuat baik dari sisi kapasitas sumber daya manusia maupun kemudahan akses masyarakat, khususnya di wilayah-wilayah yang masih kurang terjangkau.
3. **Terkait upaya mengatasi hambatan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online***, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah perlu mengembangkan mekanisme penyelesaian sengketa berbasis digital (*online dispute resolution*), sementara pelaku usaha harus menyediakan kanal pengaduan yang efektif dan responsif. Masyarakat sebagai konsumen juga diharapkan aktif melaporkan pelanggaran serta lebih selektif dan berhati-hati dalam melakukan transaksi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ding, Julian. *E-Commerce: Law and Office*. Malaysia: Sweet and Maxwell Asia, 1999.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.
- Indrajit, Richardus Eko. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2001.
- Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Kosiur, David. *Understanding Electronic Commerce*. Washington: Microsoft Press, 1997.
- Kurdi, Nuktoh Arfawie. *Telaah Kritis Teori Negara Hukum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Lubis, Tudong Mulya. *Hak Asasi Manusia dan Kita*. Jakarta: PT Djaya Pirusa, 2008.
- Muhtaj, Majda El. *Hak Asasi dalam Konstitusi Indonesia* Jakarta: Prenada Media, 2006.
- Mertokusumo, Sudiko. *Penemuan Hukum: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Muhammad, Abdulkadir. *Perjanjian Baku dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1992.
- Rusyd, Zahir. *Hukum Perlindungan Pasien, Konsep Perlindungan Hukum terhadap Pasien dalam Pemenuhan Hak Kesehatan oleh Dokter dan Rumah Sakit. Cetakan Pertama*. Malang: Setara Press, 2018.
- Roma K Smith et al. *Hukum HAM*. Yogyakarta: Pusham UII, 2019.
- Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen “Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak”*. Jakarta: FH UI Press, 2004.
- Tosin, Rijanto. *Cara Mudah Belajar E-Commerce di Internet*. Jakarta: Dinastindo, 2000.
- Wahyudi, Onno W. Purbo dan Aang Arif. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Yodo, Ahmadi Miru dan Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Zaini, Naya Amin. *Pembangunan Hukum Sumber Daya Alam Berbasis Ideologi Pancasila* Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Jurnal

Agus Joko Lelono, Mohamad Tohari, Hono Sejati. "The Urgency of Legal Reform for the Legality of Digital Currency in Indonesia." *Unes Law Review* 6, no. 4 (2024): 11400-07. <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i4.2156>.

al, Roma K Smith et. *Hukum Ham*. Yogyakarta: Pusham UII, 2019.

Aryani, Almira Putri, and Liana Endah Susanti. "Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen." *Ahmad Dahlan Legal Perspective* 2, no. 1 (2022): 20-29. <https://dx.doi.org/10.12928/adlp.v2i1.5610>.

Atikah, Ika. "Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) di Era Teknologi." *Muamalatuna* 10, no. 2 (2019): 1. <https://dx.doi.org/10.37035/mua.v10i2.1811>.

Ding, Julian. *E-Commerce: Law and Office*. Malaysia: Sweet and Maxwell Asia, 1999.

Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.

Hamdari, H. and Trisno, B. E. "Peran Notaris dalam Perlindungan Konsumen Perdagangan Elektronik di Indonesia.", *Jatiswara* 38, no. 1 (2023). <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.29303/jtsw.v38i1.485>.

Indrajit, Richardus Eko. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2001.

Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.

Jasmine, Alifia, Prita Amalia, and Helitha Novianty Muchtar. "Tanggung Jawab Platform Marketplace terhadap Penjualan Ponsel (Mobile Phone) Ilegal Berdasarkan Hukum Nasional." *Masalah-Masalah Hukum* 51, no. 4 (2022): 378-89. <https://dx.doi.org/10.14710/mmh.51.4.2022.378-389>.

Komputer, Tim Litbang Wahana. *Apa dan Bagaimana E-Commerce*. Yogyakarta: Litbang, 2001.

Kosiur, David. *Understanding Electronic Commerce*. Washington: Microsoft Press, 1997.

Kurdi, Nuktoh Arfawie. *Telaah Kritis Teori Negara Hukum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

Lubis, Tudong Mulya. *Hak Asasi Manusia dan Kita*. Jakarta: PT Djaya Pirusa,, 2008.

- Mertokusumo, Sudiko. *Penemuan Hukum : Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Muhammad, Abdulkadir. *Perjanjian Baku dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 1992.
- Muhtaj, Majda El. *Hak Asasi dalam Konstitusi Indonesia* Jakarta: Prenada Media, 2006.
- Novita, Yustina Dhian, and Budi Santoso. "Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital." *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3, no. 1 (2021): 46-58. <https://dx.doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>.
- Pramono, S. B. and Kurniati, G. "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Barang Online di Indonesia." *JLEB: Journal of Law, Education and Business* 1, no. 2 (2023): 166-78. [https://dx.doi.org/ https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037](https://dx.doi.org/https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037).
- Pramono, Satrio Budi, and Grasia Kurniati. "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Barang Online di Indonesia." 1, no. 2 (2023): 166-78. <https://dx.doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037>.
- Primadhany, E. F. (2023). . "Hukum Perlindungan Konsumen dan Implikasinya terhadap Hak Asasi Manusia di Kabupaten Sukabumi: Studi Kasus tentang Perlindungan Konsumen pada Produk Pangan.", *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 2, no. 6 (492-500. <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i6.444>.
- R, Kusniati. "Sejarah Perlindungan Hak Hak Asasi Manusia dalam Kaitannya dengan Konsepsi Negara Hukum." *Jurnal Ilmu Hukum* 4, no. 5 (2019).
- Rongiyati, Sulasi. "Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang melalui Sistem Elektronik (Consumer Protection in E-Commerce)." *Negara Hukum Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan* 10, no. 1 (2019): 1-25. <https://dx.doi.org/10.22212/jnh.v10i1.1223>.
- Rusyad, Zahir. *Hukum Perlindungan Pasien, Konsep Perlindungan Hukum terhadap Pasien dalam Pemenuhan Hak Kesehatan oleh Dokter dan Rumah Sakit. Cetakan Pertama*. Malang: Setara Press, 2018.
- Saimima, Ika Dewi Sartika. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Online." (2018). <https://dx.doi.org/10.31227/osf.io/r8vxq>.
- Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen “Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak”*. Jakarta: FH UI Press, 2004.
- Setiantoro, Arfian, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, and Rinitami Njatrijani. "Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Era Masyarakat Ekonomi Asean." *Jurnal Rechts Vinding Media Pembinaan Hukum Nasional* 7, no. 1 (2018): 1. <https://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v7i1.220>.

- Tosin, Rijanto. *Cara Mudah Belajar E-Commerce di Internet*. Jakarta: Dinastindo, 2000.
- Wahid, Munir Fuady dan Muchtar. *Memaknai Kepastian Hukum Hak Milik Atas Tanah (Suatu Analisis dengan Pendekatan Terpadu Secara Normatif dan Sosiologis)*: Republika, 2008.
- Wahyudi, Onno W. Purbo dan Aang Arif. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Wawancara dengan Ahmad Roisul, Pelaku Usaha di Tokopedia dan Facebook Marketplace, dilakukan pada 2 Mei 2025.
- Wawancara dengan Annisa Wulandari, pelaku usaha di Shopee dan Instagram, dilakukan pada 2 Mei 2025.
- Wawancara dengan Linda Widiastuti, Perwakilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dilakukan pada 2 Mei 2025.
- Wawancara dengan Muhammad Ardi, konsumen aktif di platform Shopee dan Tokopedia, dilakukan pada 2 Mei 2025.
- Wawancara dengan Narwantono, perwakilan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), dilakukan pada 2 Mei 2025.
- Wawancara dengan Siti Nihayaturrohman, Konsumen Aktif di Facebook dan TikTok Shop, dilakukan pada 2 Mei 2025.
- Wawancara dengan Wahyu Setyaningsih, Pengguna Layanan Belanja Online, dilakukan pada 2 Mei 2025.
- Widiarty, Wiwik Sri, Suwarno Suwarno, Dhaniswara K. Harjono, and Hendra Susanto. "Consumer Protection Laws in Indonesian Commercial Transactions: Safeguarding Business Transactions and Consumer Rights." *Journal of Law and Sustainable Development* 12, no. 1 (2024): e3099. <https://dx.doi.org/10.55908/sdgs.v12i1.3099>.
- Winda Tri Wahyuningsih, None. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dan Pelaku Bisnis dalam Bisnis Digital E-Commerce." 1, no. 1 (2023): 40-48. <https://dx.doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.5>.
- Yadi, Didik Kusuma, Muhammad Sood, and Dwi Martini. "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak dalam Transaksi E-Commerce Menurut Tata Hukum Indonesia." *Commerce Law* 2, no. 1 (2022). <https://dx.doi.org/10.29303/commercelaw.v2i1.1368>.
- Yodo, Ahmadi Miru dan Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.

Zaini, Naya Amin. Politik Hukum dan Ham (Kajian Hukum Terhadap Kewajiban Pemenuhan dan Perlindungan Hak Asasi Manusia dalam Konstitusi Indonesia). *Jurnal Panorama Hukum* 1, no. 2 (2016): 1-16.

Zaini, Naya Amin. *Pembangunan Hukum Sumber Daya Alam Berbasis Ideologi Pancasila* Purbalingga: Eureka Media Aksara 2024.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Undang-Undang

Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia, Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 3886.

LAMPIRAN

PERTANYAAN WAWANCARA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian yang berjudul "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Online di Kabupaten Semarang Perspektif Hak Asasi Manusia" dapat dilaksanakan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi online serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasinya, khususnya di Kabupaten Semarang.

Dalam rangka memperoleh data yang valid dan komprehensif, penelitian ini menggunakan metode wawancara kepada berbagai pihak yang terlibat, seperti konsumen, pelaku usaha online, instansi pemerintah, lembaga perlindungan konsumen, serta akademisi yang memiliki keahlian di bidang hukum perlindungan konsumen dan Hak Asasi Manusia.

Daftar pertanyaan yang disusun dalam wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait pengalaman, persepsi, serta pandangan dari berbagai pihak mengenai efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online. Kami berharap wawancara ini dapat memberikan wawasan yang mendalam sehingga hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam upaya perbaikan regulasi dan kebijakan perlindungan konsumen di era digital.

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan yang bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman dan pandangannya dalam penelitian ini. Semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, baik akademisi, praktisi hukum, maupun masyarakat umum.

Semarang, 14 Maret 2025

Khabib Komeini

I. Pertanyaan untuk Konsumen (Konsumen yang pernah mengalami permasalahan dalam transaksi online)

- 1) Apakah Anda sering melakukan transaksi online? Jika ya, platform apa yang paling sering Anda gunakan?
- 2) Apakah Anda pernah mengalami permasalahan dalam transaksi online, seperti produk tidak sesuai, barang tidak dikirim, atau penipuan?
- 3) Bagaimana Anda menyelesaikan permasalahan tersebut? Apakah Anda menghubungi penjual, platform e-commerce, atau pihak lain?
- 4) Apakah Anda mengetahui hak-hak Anda sebagai konsumen dalam transaksi online? Jika ya, dari mana Anda mendapatkan informasi tersebut?
- 5) Apakah menurut Anda perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online sudah efektif? Mengapa?
- 6) Apakah Anda pernah melaporkan permasalahan yang Anda alami ke lembaga atau instansi terkait? Jika ya, bagaimana respons yang Anda terima?
- 7) Apa kendala yang Anda hadapi dalam mendapatkan perlindungan hukum sebagai konsumen?
- 8) Apa harapan Anda terhadap perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online?

II. Pertanyaan untuk Pelaku Usaha Online (Pedagang online yang menjual produk melalui marketplace, media sosial, atau website sendiri)

- 1) Sejak kapan Anda menjalankan bisnis online, dan melalui platform apa saja Anda berjualan?
- 2) Apakah Anda mengetahui regulasi yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi online?
- 3) Bagaimana Anda menangani keluhan atau komplain dari konsumen?
- 4) Apakah Anda pernah mengalami masalah hukum terkait transaksi online, seperti sengketa dengan konsumen? Jika ya, bagaimana penyelesaiannya?
- 5) Menurut Anda, apakah regulasi yang ada saat ini sudah cukup untuk melindungi baik konsumen maupun pelaku usaha?

- 6) Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam menjalankan bisnis online terkait perlindungan konsumen?
- 7) Apa saran Anda untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen tanpa merugikan pelaku usaha?

III. Pertanyaan untuk Instansi Terkait (Dinas Perdagangan, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan aparat penegak hukum)

- 1) Bagaimana peran lembaga Anda dalam melindungi konsumen dalam transaksi online?
- 2) Apa saja bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang mengalami permasalahan dalam transaksi online?
- 3) Seberapa sering ada laporan atau pengaduan dari konsumen terkait permasalahan transaksi online di Kabupaten Semarang?
- 4) Apa kendala utama dalam menangani kasus sengketa transaksi online?
- 5) Bagaimana prosedur pengaduan bagi konsumen yang merasa dirugikan dalam transaksi online?
- 6) Apakah ada upaya dari pemerintah daerah dalam meningkatkan literasi hukum bagi konsumen terkait transaksi online?
- 7) Apakah Anda melihat adanya tantangan dalam implementasi hukum perlindungan konsumen dalam transaksi digital?
- 8) Apa rekomendasi Anda untuk meningkatkan efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi online?

IV. Pertanyaan untuk Lembaga Perlindungan Konsumen dan Akademisi (Lembaga Perlindungan Konsumen dan pakar hukum yang memiliki keahlian di bidang perlindungan konsumen dan HAM)

- 1) Bagaimana Anda melihat efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi online saat ini?
- 2) Apakah regulasi yang ada saat ini sudah cukup kuat untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi digital?

- 3) Bagaimana hubungan antara perlindungan konsumen dalam transaksi online dengan perspektif Hak Asasi Manusia?
- 4) Apa tantangan terbesar dalam mengimplementasikan kebijakan perlindungan konsumen di era digital?
- 5) Bagaimana cara meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen dalam transaksi online?
- 6) Apakah ada contoh kasus perlindungan konsumen dalam transaksi online yang menarik untuk dipelajari?
- 7) Apa rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan untuk memperkuat perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi online?

Jumlah Pengaduan Konsumen ke Badan Hukum Kabupaten Semarang

Tahun 2021–2024

No	Tahun	Jumlah Laporan Masuk	Jenis Kasus Dominan	Penyelesaian (Selesai)	Belum Selesai	Keterangan Tambahan
1	2021	215	Barang tidak sesuai pesanan	145	70	Mayoritas laporan berasal dari marketplace
2	2022	288	Barang tidak dikirim setelah bayar	180	108	Banyak transaksi dilakukan via media sosial
3	2023	352	Penipuan online, akun palsu	226	126	Keluhan meningkat akibat promosi palsu
4	2024	289	Barang rusak & lambat respon seller	192	97	Data hingga Oktober 2024

JAWABAN RESPONDEN

Berikut adalah tabel wawancara yang memuat daftar pertanyaan dan jawaban dari masing-masing informan:

1. Tabel Wawancara Konsumen

No	Pertanyaan	Muhammad Ardi	Wahyu Setyaningsih	Siti Nihayaturrohmah
1	Platform apa yang sering Anda gunakan untuk transaksi online?	Shopee, Tokopedia	Shopee, Lazada, Instagram	Facebook, TikTok Shop
2	Apakah pernah mengalami permasalahan dalam transaksi online?	Ya, barang tidak sesuai deskripsi	Ya, barang yang dikirim rusak	Pernah, barang tidak dikirim oleh penjual
3	Bagaimana cara Anda menyelesaikan masalah tersebut?	Mengajukan komplain di platform	Menghubungi penjual dan meminta retur	Melaporkan ke platform, tapi tidak ada tanggapan
4	Apakah Anda mengetahui hak-hak sebagai konsumen	Tahu sedikit, tapi belum mendalami	Tahu dari pengalaman	Kurang tahu, hanya pernah dengar soal refund

	dalam transaksi online?		belanja dan internet	
5	Bagaimana pendapat Anda tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi online?	Masih kurang efektif, terutama jika transaksi di media sosial	Sudah cukup baik di marketplace besar, tapi di luar itu sulit	Sulit untuk mendapatkan perlindungan jika belanja di luar platform resmi
6	Pernahkah Anda mencoba melaporkan permasalahan ke lembaga perlindungan konsumen?	Tidak pernah, karena merasa sulit	Pernah mencoba, tapi prosesnya lama	Tidak, karena tidak tahu harus melapor ke mana
7	Apa kendala utama dalam mendapatkan perlindungan hukum dalam transaksi online?	Kurangnya informasi dan prosedur yang rumit	Kurang sosialisasi tentang hak-hak konsumen	Sulit menindak penjual yang tidak bertanggung jawab
8	Apa harapan Anda terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi online?	Regulasi yang lebih tegas terhadap penjual nakal	Proses pengaduan yang lebih mudah dan cepat	Lebih banyak edukasi tentang hak konsumen dan cara melapor

2. Tabel Wawancara Pelaku Usaha Online

No	Pertanyaan	Annisa Wulandari	Ahmad Roisul	Amanda
1	Sejak kapan Anda berjualan online dan melalui platform apa saja?	2021, melalui Shopee dan Instagram	2020, Tokopedia dan Facebook Marketplace	2019, Shopee, Lazada, dan website sendiri
2	Apakah Anda mengetahui aturan perlindungan konsumen dalam transaksi online?	Tahu secara umum, tapi belum memahami detailnya	Tahu, terutama aturan retur dan pengembalian dana	Tidak terlalu memahami aturan secara hukum
3	Bagaimana Anda menangani komplain dari konsumen?	Memberikan solusi, seperti retur atau penggantian barang	Berusaha menyelesaikan secara langsung dengan konsumen	Mengikuti kebijakan marketplace untuk menyelesaikan komplain

4	Pernahkah Anda mengalami masalah hukum terkait transaksi online?	Tidak pernah mengalami kasus hukum serius	Pernah ada konsumen yang mengancam lapor, tapi bisa diselesaikan	Tidak pernah, tapi sering menghadapi komplain yang berlebihan
5	Bagaimana pendapat Anda tentang regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi online?	Cukup baik, tapi terkadang terlalu ketat bagi penjual kecil	Perlu ada edukasi lebih lanjut bagi pelaku usaha kecil	Masih kurang jelas terutama untuk transaksi di media sosial
6	Apa tantangan terbesar dalam menjalankan bisnis online terkait perlindungan konsumen?	Pelanggan yang kurang memahami hak dan kewajibannya	Banyaknya aturan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha	Sulit menangani konsumen yang melakukan komplain tidak berdasar
7	Apa harapan Anda terhadap regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi online?	Regulasi yang lebih fleksibel bagi UMKM	Perlindungan hukum yang seimbang bagi konsumen dan penjual	Lebih banyak edukasi bagi konsumen tentang hak dan kewajiban mereka

3. Tabel Wawancara Instansi Terkait (BPSK - Linda Widiastuti)

No	Pertanyaan	Jawaban (Linda Widiastuti - BPSK)
1	Apa peran instansi Anda dalam perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online?	BPSK berperan dalam penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, baik melalui mediasi maupun arbitrase.
2	Apa bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen?	Penyelesaian sengketa melalui pengaduan resmi, advokasi hak konsumen, dan edukasi mengenai hak-hak konsumen.
3	Apakah jumlah pengaduan terkait transaksi online meningkat?	Ya, jumlahnya meningkat terutama sejak pandemi, karena lebih banyak orang berbelanja online.
4	Apa kendala utama dalam menangani sengketa transaksi online?	Sulitnya melacak penjual yang tidak memiliki identitas atau legalitas usaha yang jelas.
5	Bagaimana prosedur pengaduan bagi konsumen yang mengalami permasalahan?	Konsumen dapat mengajukan pengaduan melalui BPSK dengan melampirkan bukti transaksi, komunikasi dengan penjual, serta kronologi permasalahan.
6	Apa langkah yang diambil instansi Anda dalam meningkatkan perlindungan konsumen?	Edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat serta kerja sama dengan platform digital dan pemerintah.

7	Apa tantangan terbesar dalam menegakkan perlindungan hukum bagi konsumen online?	Lemahnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha ilegal serta rendahnya kesadaran masyarakat tentang hak-hak mereka.
8	Apa rekomendasi Anda untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi online?	Memperkuat regulasi dan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih cepat dan mudah bagi konsumen.

4. Tabel Wawancara Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI - Narwantono)

No	Pertanyaan	Jawaban (Narwantono - YLKI)
1	Bagaimana Anda menilai perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online saat ini?	Masih banyak celah dalam regulasi yang menyebabkan banyak konsumen tidak mendapatkan perlindungan maksimal.
2	Apakah regulasi yang ada sudah cukup untuk melindungi konsumen dalam transaksi online?	Regulasi cukup baik, tetapi implementasinya masih lemah dan belum menjangkau semua aspek transaksi digital.
3	Bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi online berkaitan dengan Hak Asasi Manusia?	Hak konsumen merupakan bagian dari hak ekonomi dan sosial yang harus dilindungi dalam sistem hukum yang adil.
4	Apa tantangan utama dalam perlindungan hukum bagi konsumen online?	Kesulitan dalam mengidentifikasi pelaku usaha yang tidak memiliki legalitas serta rendahnya literasi konsumen tentang hak-hak mereka.
5	Apa langkah konkret yang harus dilakukan untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen online?	Peningkatan edukasi hukum bagi masyarakat, penguatan regulasi, serta kerja sama yang lebih erat antara pemerintah, marketplace, dan lembaga perlindungan konsumen.
6	Apakah ada kasus menarik terkait perlindungan konsumen dalam transaksi online?	Banyak kasus penipuan berkedok investasi online yang merugikan konsumen, serta kasus barang palsu atau tidak sesuai yang sulit untuk ditindaklanjuti.
7	Apa rekomendasi utama untuk menciptakan ekosistem transaksi online yang lebih aman?	Meningkatkan koordinasi antara pemerintah dan platform digital, serta mengembangkan sistem pengaduan yang lebih efektif bagi konsumen.

Analisis Jawaban Informan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap konsumen, pelaku usaha online, instansi terkait (BPSK), dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), terdapat beberapa temuan utama terkait perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online di Kabupaten Semarang dari perspektif Hak Asasi Manusia (HAM). Analisis ini dilakukan dengan membandingkan jawaban dari masing-masing kelompok informan serta mengidentifikasi isu-isu yang muncul dalam perlindungan hukum bagi konsumen online.

1) Analisis Jawaban Konsumen

- **Kurangnya Pemahaman Hak Konsumen dalam Transaksi Online**

Dari hasil wawancara dengan konsumen (Muhammad Ardi, Wahyu Setyaningsih, dan Siti Nihayaturrohman), mayoritas mengaku memiliki keterbatasan pemahaman mengenai hak-hak mereka dalam transaksi online. Beberapa di antaranya hanya mengetahui hak dasar seperti pengembalian barang dan refund, sementara aspek hukum yang lebih mendalam masih kurang dipahami.

Analisis ini menunjukkan bahwa literasi hukum konsumen dalam transaksi online masih rendah. Hal ini mengakibatkan banyak konsumen tidak mengetahui langkah hukum yang dapat diambil saat mengalami permasalahan dalam transaksi.

- **Ketidakpuasan terhadap Perlindungan Konsumen**

Semua responden konsumen mengakui pernah mengalami masalah seperti barang tidak sesuai deskripsi, barang rusak, atau tidak dikirim. Meskipun platform e-commerce telah menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa, banyak konsumen merasa prosesnya tidak selalu efektif dan memihak kepada penjual. Konsumen yang melakukan transaksi di media sosial juga merasa sulit untuk mendapatkan perlindungan hukum karena tidak adanya sistem pengawasan yang jelas. Hal ini mengindikasikan bahwa regulasi e-commerce perlu diperkuat, terutama dalam transaksi yang dilakukan di luar marketplace resmi.

2) Analisis Jawaban Pelaku Usaha Online

- **Pemahaman Pelaku Usaha terhadap Regulasi Perlindungan Konsumen**

Pelaku usaha online (Annisa Wulandari, Ahmad Roisul, dan Amanda) memiliki pemahaman yang beragam mengenai regulasi perlindungan konsumen. Beberapa memahami aturan dasar seperti kebijakan pengembalian barang dan refund, sementara yang lain kurang memahami aspek hukum secara lebih dalam. Fakta ini menunjukkan bahwa masih ada kesenjangan dalam pemahaman hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha yang tidak memahami aturan dengan baik berpotensi melakukan pelanggaran tanpa disadari, sementara konsumen yang tidak memahami haknya juga lebih rentan menjadi korban.

- **Tantangan dalam Menjalankan Bisnis Online**

Pelaku usaha menyebutkan beberapa tantangan utama dalam bisnis online terkait perlindungan konsumen, seperti: 1) Adanya konsumen yang menyalahgunakan haknya untuk mengajukan komplain tidak berdasar. 2) Aturan yang terkadang lebih berpihak kepada konsumen dibandingkan penjual. 3) Sulitnya menangani keluhan jika transaksi dilakukan di luar platform e-commerce resmi.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi online harus diimbangi dengan perlindungan terhadap pelaku usaha, sehingga regulasi tidak hanya berpihak kepada salah satu pihak.

3) Analisis Jawaban Instansi Terkait (BPSK - Linda Widiastuti)

- **Meningkatnya Pengaduan Konsumen terkait Transaksi Online**

BPSK Kabupaten Semarang mengonfirmasi bahwa jumlah pengaduan terkait transaksi online mengalami peningkatan, terutama sejak pandemi COVID-19. Hal ini menegaskan bahwa transaksi online telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, namun masih menyisakan banyak permasalahan hukum.

- **Kendala dalam Penanganan Sengketa Konsumen**

BPSK menyebutkan bahwa kesulitan utama dalam menangani kasus sengketa transaksi online adalah sulitnya melacak pelaku usaha yang tidak memiliki identitas legal. Banyak transaksi terjadi di media sosial tanpa adanya regulasi yang jelas, sehingga menyulitkan penegakan hukum.

Kesimpulan dari jawaban ini adalah bahwa regulasi transaksi online perlu diperkuat dengan mewajibkan penjual untuk memiliki identitas hukum yang jelas, terutama di platform media sosial.

4) Analisis Jawaban Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI - Narwantono)

- **Perlindungan Konsumen sebagai Hak Asasi Manusia**

YLKI menegaskan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi online adalah bagian dari Hak Asasi Manusia, khususnya dalam aspek hak ekonomi dan sosial. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, transaksi yang aman, serta mekanisme pengaduan yang efektif.

- **Regulasi Belum Efektif**

YLKI menganggap bahwa regulasi yang ada masih belum sepenuhnya efektif dalam melindungi konsumen. Meskipun terdapat aturan terkait perlindungan konsumen, implementasi di lapangan masih banyak menemui kendala. Salah satu faktor utamanya adalah rendahnya literasi hukum konsumen dan lemahnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha ilegal.

- **Tantangan dan Solusi**

YLKI menyebutkan bahwa tantangan utama dalam perlindungan konsumen online adalah:

- Sulitnya menindak pelaku usaha yang tidak memiliki identitas legal.
- Masih rendahnya kesadaran masyarakat tentang hak konsumen.
- Kurangnya koordinasi antara pemerintah, platform digital, dan lembaga perlindungan konsumen.

YLKI merekomendasikan beberapa langkah untuk meningkatkan perlindungan konsumen, antara lain:

- Meningkatkan edukasi konsumen tentang hak dan kewajiban mereka.
- Memperkuat regulasi dan mekanisme penyelesaian sengketa.
- Mendorong transparansi dan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi online.

5) Kesimpulan dari Analisis Wawancara

Berdasarkan analisis terhadap jawaban informan, terdapat beberapa temuan utama yang dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Kesadaran hukum konsumen masih rendah, sehingga banyak yang tidak mengetahui hak dan mekanisme penyelesaian sengketa dalam transaksi online.
2. Pelaku usaha memiliki pemahaman yang beragam terhadap regulasi, sehingga ada potensi pelanggaran hukum baik secara sengaja maupun tidak disengaja.
3. Regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi online masih belum efektif, terutama dalam transaksi yang terjadi di luar marketplace resmi.
4. Instansi terkait menghadapi kendala dalam menegakkan hukum, terutama karena banyaknya transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha tanpa legalitas yang jelas.
5. YLKI menegaskan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi online adalah bagian dari Hak Asasi Manusia, sehingga perlu ada regulasi yang lebih kuat dan mekanisme pengaduan yang lebih mudah bagi konsumen.

Berdasarkan temuan ini, dapat direkomendasikan beberapa langkah strategis untuk meningkatkan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online, antara lain:

- Meningkatkan edukasi hukum bagi konsumen dan pelaku usaha.
- Memperkuat regulasi terhadap transaksi di media sosial.
- Mendorong mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih cepat dan efektif.
- Memperkuat koordinasi antara pemerintah, marketplace, dan lembaga perlindungan konsumen.



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM

Jl. Tentara Pelajar No.13 Telp.(024) 6923180 Ungaran 50514 Website : <https://undaris.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari ini, Jum'at tanggal 2 Mei 2025, pukul 08.00 WIB sampai selesai, berdasarkan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum Nomor : 032/A.1/1.2/IV/2025 tanggal 8 April 2025 perihal Susuna Dosen Penguji Tesis Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Hukum Undaris Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025:

1. Nama lengkap : Dr. Naya Amin Zaini, S.H., M.H.
Jabatan akademik : Lektor
Pangkat/golongan : Penata Tk I, III/c
Bertugas sebagai : Penguji I
2. Nama lengkap : Dr. Mohamad Tohari, S.H., M.H.
Jabatan akademik : Lektor
Pangkat/golongan : Penata Tk I, III/c
Bertugas sebagai : Penguji II
3. Nama lengkap : Dr. Drs. H. Hono Sejati, S.H., M.Hum.
Jabatan akademik : Lektor
Pangkat/golongan : Penata Tk I, III/c
Bertugas sebagai : Penguji III

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji tesisnya:

Nama Mahasiswa : Khabib Korneini

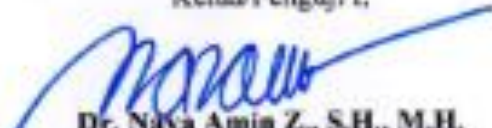
N I M : 23120013

Judul Tesis : Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online Di Kabupaten Semarang Perspektif Hak Azasi Manusia.

RERATA NILAI HASIL UJIAN: Angka = 85,4..... Equivalent A.....

Demikian berita acara ujian tesis ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

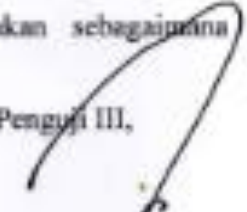
Ketua/Penguji I,


Dr. Naya Amin Z., S.H., M.H.

Penguji II,


Dr. Mohamad Tohari, S.H.,
M.H

Penguji III,


Dr. Drs. H. Hono Sejati, S.H.,
M.Hum

Mengetahui

Ka.Prodi Magister Ilmu Hukum,


Dr. Hj. Wleke Dewi Suryandari, S.H., M.H., Sp.N.
NIDN. 06.270467.03

