

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATASKERUGIAN
BERBELANJA *ONLINE* MELALUI *E-COMMERCE* DI
KABUPATEN SEMARANG



PENULISAN KARYA ILMIAH HUKUM

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Gelar Akademik Sarjana Strata Satu (S- 1) Ilmu Hukum

Oleh:

Nama : Nur Afifah

NIM : 20.11.0047

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS DARULULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI

TAHUN 2025

HALAMAN PENYERAHAN

SKRIPSI

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS KERUGIAN BERBELANJA *ONLINE MELALUI E-COMMERCE* DI KABUPATEN SEMARANG

Yang diajukan oleh :

Nama : Nur Afifah

NIM : 20.11.00.47

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dipertahankan dihadapan panitia penguji skripsi Fakultas Hukum Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (Undaris).

Pada hari 21 Mei 2025

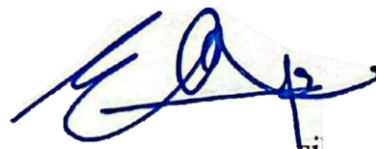
Pembimbing Pembantu



(Susila Esdarwati, S.H., M.K.N., MH)

NDIN: 2659762663230220

Pembimbing Utama



(Lailasari Ekaningsih, SH., M.H)

NDIN: 7450771672230220

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS KERUGIAN BERBELANJA

ONLINE MELALUI E-COMMERCE DI KABUPATEN SEMARANG

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nur Afifah

NIM : 20.11.00.47

Telah dipertahankan dihadapan dewan Penguji Skripsi dan diterima untuk memenuhi tugas dan syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Hukum Pada Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (Undaris). Pada hari
Dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus.

Dewan Penguji

Ketua,



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

Anggota,



(Lailasari Ekaningsih, S.H., M.H)

Anggota,



(Susila Esdarwati, S.H., M.Kn., M.H)

Mengetahui;

Dekan,



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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Afifah

NIM : 20.110047

Program Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Kerugian Berbelanja

Online Melalui E-commerce Di Kabupaten Semarang

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti bahwa skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (Undaris) Ungaran ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Semarang, 21 Mei 2025

Hormat Saya



(Nur Afifah)

NIM : 20.11.0047

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto :

"Ilmu adalah cahaya yang menerangi jalan menuju kebenaran."

Dengan penuh rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang Tua: Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan doa yang tiada henti. Anda adalah sumber inspirasi dan motivasi terbesar dalam hidup saya.
2. Dosen Pembimbing: Kepada Ibu Lailasari Ekaningsih S.H., M.H dan Ibu Susila Esdarwati S.H., M.Kn., MH terima kasih atas kesabaran, bimbingan, saran, dan ilmu yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Tanpa arahan dan dukungan Anda, skripsi ini tidak akan terwujud.
3. Teman-Teman: Untuk semua teman yang telah mendukung dan menemani dalam suka dan duka selama masa studi. Terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang telah kita bagi.
4. Semua Pihak yang Terlibat: Kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga kebaikan Anda semua mendapatkan balasan yang setimpal.
5. Almamater tercinta Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (Undaris).

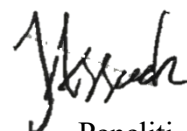
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Kerugian Berbelanja *Online* Melalui *E-commerce* di Kabupaten Semarang”. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.Hono Sejati, S.H., M.Hum, Selaku Rektor Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (Undaris).
2. Bapak Dr. Mohamad Tohari, S.H., M.H, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (Undaris).
3. Ibu Lailasari Ekaningsih, S.H., M.H, dan Ibu Susila Esdarwati, S.H., M.Kn, M.H, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dari awal hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar, mendidik dan membimbing.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kelemahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap adanya kritik dan saran demi perbaikan karya yang akan datang.

Semarang, 21 Mei 2025



Peneliti,

Nur Afifah

(20.11.00.47)

ABSTRAK

Perlindungan konsumen di Indonesia merupakan topik yang penting dan relevan, mengingat peran konsumen dalam perekonomian dan interaksi mereka dengan pelaku usaha. Perlindungan konsumen didefinisikan sebagai segala upaya untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen dalam bertransaksi. Di Indonesia, landasan hukum utama yang mengatur perlindungan konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Dasar 1945, yang menekankan pada tujuan pembangunan nasional untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur. Tujuan dari perlindungan konsumen meliputi Meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka, Menghindarkan konsumen dari kerugian akibat transaksi yang tidak adil, Mendorong pelaku usaha untuk bertindak jujur dan bertanggung jawab.

Isu Terkini dalam Perlindungan Konsumen dalam era digital, perlindungan konsumen semakin kompleks, terutama terkait dengan transaksi online di marketplace. Penelitian menunjukkan bahwa banyak konsumen masih belum mengerti akan peraturan undang-undang dan hukum yang belum memadai saat bertransaksi secara elektronik, sehingga diperlukan pengaturan yang lebih ketat untuk melindungi hak-hak mereka. Upaya bersama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat diperlukan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan ini.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Kerugian Berbelanja *Online*, Hambatan dan Solusi Pemerintah atau Lembaga Perlindungan Konsumen dalam Upaya Pencegahan Kegiatan Jual Beli yang Merugikan.

ABSTRACT

Consumer protection in Indonesia is an important and relevant topic, considering the role of consumers in the economy and their interactions with business actors. Consumer protection is defined as all efforts to ensure legal certainty for consumers in transactions. In Indonesia, the main legal basis governing consumer protection is Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK) and the 1945 Constitution, which emphasizes the goal of national development to create a just and prosperous society. The objectives of consumer protection include Increasing consumer awareness of their rights, Preventing consumers from losses due to unfair transactions, Encouraging business actors to act honestly and responsibly.

Current Issues in Consumer Protection in the digital era, consumer protection is increasingly complex, especially related to online transactions in the marketplace. Research shows that many consumers still do not understand the inadequate laws and regulations when transacting electronically, so stricter regulations are needed to protect their rights. Joint efforts between the government, business actors, and the community are needed to increase the effectiveness of this protection.

Keywords: Legal Protection, Losses in Online Shopping, Obstacles and Solutions of the Government or Consumer Protection Institutions in Efforts to Prevent Detrimental Buying and Selling Activities.

DAFTAR ISI

COVER.....	I
HALAMAN PENYERAHAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS BERMATERAI	IV
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK.....	VII
DAFTAR ISI	IX
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Batasan Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Tentang Perlindungan.....	18
2.1.1 Pengertian Perlindungan Secara Umum.....	18

2.1.2 Perlindungan Konsumen	23
2.1.3 Teori Kepastian Hukum	25
2.2 Tinjauan Tentang Konsumen.....	26
2.2.1 Definisi Konsumen	27
2.2.2 Hak Konsumen Berdasarkan Pasal 4 UUPK.....	28
2.2.3 Hak konsumen dalam Undang-Undang Hak Asasi Manusia	30
2.2.4 Kewajiban Konsumen	31
2.2.5 Peran konsumen dalam kegiatan ekonomi	31
2.3 Tinjauan Tentang Kerugian.....	35
2.3.1 Definisi kerugian menurut beberapa ahli	35
2.3.2 Definisi berdasarkan KBBI.....	37
2.3.3 Sumber Kerugian	38
2.4 Tinjauan Tentang Belanja Online	43
2.4.1 Sejarah Belanja <i>Online/Daring</i>	44
2.4.2 Perkembangan Belanja <i>Online</i> di Indonesia	45
2.4.3 Keuntungan Berbelanja Online	48
2.4.4 Kelemahan Berbelanja <i>Online</i>	48
2.4.5 Dasar Hukum Perlindungan Konsumen dari bisnis atau berbelanja <i>Online/Daring</i>	49

2.5 Tinjauan Tentang <i>E-Commerce</i>	52
2.5.1 Jenis-jenis transaksi dalam e-commerce	54
2.5.2 Contoh E-Commerce di Indonesia	55
2.5.3 Komponen <i>E-Commerce</i>	57
2.5.4 Keuntungan e-commerce bagi konsumen	58
2.5.5 Dampak dari e-commerce	59
2.6 Tinjauan Undang-Undang Yang Mengatur	61
2.6.1 Sejarah Undang-Undang Perlindungan Konsumen.....	61
2.6.2 Tujuan di bentuknya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999	65
2.6.3 Hak-Hak Konsumen Menurut UUPK Nomor 8 Tahun 1999	66
2.6.4 Pihak-Pihak Yang Diwajibkan melindungi konsumen	68
BAB III METODE PENELITIAN	71
3.1 Pendekatan Penelitian	71
3.2 Jenis Penelitian.....	71
3.2.1 Jenis Data	76
3.2.2 Analisis Bahan Hukum.....	77
3.3 Fokus Penelitian.....	78
3.4 Lokasi Penelitian.....	79
3.5 Sumber Data	79

3.6 Teknik Pengumpulan Data	82
3.7 Study Kepustakaan	83
3.8 Validasi Data	84
3.9 Analisis Data	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Pengaturan perlindungan konsumen teradap kerugian belanja onlione melalui E-commerce di Kabupaten Semarang	87
4.2 Hambatan perlindpungan konsumen teradap kerugian belanja onlione melalui E-commerce di Kabupaten Semarang	98
4.3 Solusi dari hambatan perlindpungan ksonsumen teradap kerugian belanja onlione melalui E-commerce di Kabupaten Semarang	116
BAB V PENUTUP	127
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	133
INSTRUMEN PENELITIAN	141

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batasan geografis bukan lagi masalah utama, sehingga siapa pun dari mana saja memiliki peluang bisnis yang sama dan dapat menjangkau konsumen di seluruh dunia. Setiap orang dapat bertransaksi kapan saja sesuai dengan aktivitas jual beli mereka. Salah satu aspek yang signifikan dalam memikat minat konsumen untuk membuat keputusan pembelian secara *online*.¹

Seiring kemajuan zaman kegiatan jual beli yang dulu hanya dilakukan secara *face to face* sekarang banyak bahkan hampir semua kegiatan jual beli dilakukan melalui media yang kita kenal dengan sebutan *Elektronic Commerce* atau disingkat *E-commerce*. Dengan adanya transaksi jual beli secara *online* ini sangat memudahkan baik bagi penjual maupun pembeli dalam bertransaksi karena dirasa sangat menghemat waktu dan biaya dan ajang promosi strategis yang efektif dan efisien.² Semua informasi mengenai barang atau jasa diberikan oleh penjual atau penyedia jasa secara terbuka, semua calon pembeli terbuka untuk membacanya. Jadi penjual atau penyedia jasa berkewajiban memberikan informasi yang akurat³ mengenai deskripsi barang atau jasa yang akan di jual, tetapi melihat fenomena sekarang ini tidak sedikit penjual yang melakukan kecurangan demi keuntungannya sendiri tanpa memikirkan para pembeli yang akan dirugikan bahkan sampai melakukan tindak

¹ Ayuni Nilam Cahya “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen”, Jakarta: UNEALAWREVIEW, 2024, hlm. 7840

² Iman Sjahputra, “Perlindungan konsumen dalam Transaksi Elektronik”, Bandung: Alumni, 2010, hlm. 13

³ Pasal 28f Undang-undang 1945 Mengatur Hak Berkomunikasi dan Memperole Informasi

penipuan. Dalam hal ini posisi pembeli sebagai konsumen menjadi lemah dan menjadi peluang bagi para penjual untuk melakukan kecurangan yang melanggar hak-hak konsumen.⁴ Pada hakikatnya perlindungan terhadap konsumen merupakan masalah kepentingan manusia dan menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia ini untuk dapat mewujudkannya.

Perlindungan konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam lingkungan sosial dan ekonomi. Perlindungan konsumen meliputi, Keamanan Konsumen Perlindungan konsumen bertujuan untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang disediakan oleh produsen dan penyedia layanan aman untuk digunakan. Ini melibatkan pengujian keamanan produk dan pengawasan terhadap praktik bisnis yang dapat membahayakan konsumen. Memberikan hak kepada konsumen adalah bagian integral dari perlindungan konsumen. Hak-hak tersebut meliputi hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, hak untuk memilih produk atau layanan, hak untuk mendapatkan kompensasi jika produk atau layanan tidak sesuai harapan, dan lain-lain.⁵ Perlindungan konsumen membantu menciptakan keseimbangan antara kepentingan produsen dan konsumen. Dengan adanya undang-undang dan regulasi perlindungan konsumen, konsumen menjadi lebih percaya diri dalam bertransaksi, sementara produsen diharapkan untuk memberikan produk dan layanan yang berkualitas. Kualitas Produk dan Layanan, melalui mekanisme pengawasan dan regulasi, perlindungan konsumen mendorong produsen untuk memproduksi produk dan menyediakan layanan yang berkualitas. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan membangun reputasi yang baik bagi perusahaan. Pendidikan Konsumen, perlindungan

⁴ Asril Sitompul. " *Hukum Internet* ", Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 55

⁵ Undang-undang no 8 taun 1999 pasal 4 tentang Perlindungan Konsumen

konsumen juga mencakup upaya untuk memberikan edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka, cara memilih produk atau layanan yang tepat, dan cara mengajukan keluhan jika diperlukan. Pendidikan ini memberikan konsumen kekuatan untuk membuat keputusan yang lebih informan. Mendorong Inovasi dan Persaingan yang sehat, dengan memberikan perlindungan yang cukup kepada konsumen, lingkungan bisnis menjadi lebih transparan dan adil. Ini mendorong inovasi dan persaingan yang sehat karena perusahaan harus berusaha untuk menyediakan produk atau layanan yang lebih baik daripada pesaingnya. Pemberdayaan Ekonomi, Konsumen yang merasa dilindungi cenderung lebih percaya diri dalam bertransaksi. Ini dapat meningkatkan kepercayaan dalam ekonomi, mendorong pertumbuhan bisnis, dan pada gilirannya, memberdayakan ekonomi secara keseluruhan.

Pentingnya perlindungan konsumen dalam lingkungan sosial dan ekonomi menunjukkan bahwa konsumen bukan hanya sebagai pelanggan tetapi juga sebagai pemegang hak dan entitas yang harus dihormati dan dilindungi.⁶ Perlindungan konsumen menciptakan fondasi yang kokoh untuk hubungan bisnis yang berkelanjutan dan adil.

Perkembangan perlindungan konsumen di Indonesia telah mengalami beberapa tahapan penting sepanjang waktu. Berikut adalah gambaran umum tentang perkembangan tersebut:

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen⁷

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi landasan hukum utama di Indonesia. Undang-undang ini mengatur hak dan

⁶ Perlindungan HAM pasal 28A-28j Undang-undang 1945

⁷ UU NO. 8, LN 1999/NO. 42, TLN. NO. 3821, LL SETKAB : 54 HLM undang-undang tentang perlindungan konsumen

kewajiban konsumen serta tanggung jawab produsen, distributor, dan penjual dalam memberikan perlindungan konsumen.

2. Pembentukan Lembaga Perlindungan Konsumen

Pada tahun 2000, Pemerintah Indonesia membentuk Badan Penyuluhan dan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang kemudian bertransformasi menjadi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) pada tahun 2001. BPKN bertugas melaksanakan fungsi pengkajian, penyuluhan, pengujian, dan pengawasan terkait perlindungan konsumen.⁸

3. Peningkatan Kesadaran Konsumen

Selama bertahun-tahun, terjadi peningkatan kesadaran konsumen di Indonesia terkait hak-hak mereka. Pemerintah dan berbagai organisasi masyarakat sipil telah aktif dalam menyelenggarakan kampanye⁹ penyuluhan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang hak dan kewajiban mereka.

4. Peraturan Perlindungan Konsumen

Seiring dengan perkembangan kebutuhan dan tuntutan konsumen, peraturan perlindungan konsumen di Indonesia mengalami penyempurnaan. Beberapa amendemen dilakukan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, seperti Undang-Undang Nomor 47 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

5. Pengawasan dan Penegakan Hukum

⁸ <https://bpkn.go.id/page/tugas-dan-fungsi>

⁹ www.infopublik.id

Pemerintah, melalui berbagai lembaga dan kementerian terkait, secara aktif melakukan pengawasan terhadap praktik bisnis yang merugikan konsumen. Penegakan hukum terhadap pelanggaran hak konsumen menjadi prioritas untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil. Dunia usaha sebagai penggerak utama ekonomi yang handal dan sehat, perlu di kembangkan “*competitive advantage*” disamping itu harus didukung oleh pemerintahan yang baik.

6. Partisipasi Aktif Konsumen

Adanya organisasi konsumen dan forum diskusi konsumen telah memberikan kontribusi penting dalam mengadvokasi hak-hak konsumen. Partisipasi aktif konsumen dalam menyampaikan keluhan dan melibatkan diri dalam proses perbaikan adalah bagian penting dari perkembangan perlindungan konsumen.¹⁰

7. Peningkatan Sarana Penyelesaian Sengketa

Dalam rangka memberikan akses yang lebih mudah bagi konsumen untuk menyelesaikan sengketa, pemerintah Indonesia telah meningkatkan sarana penyelesaian sengketa konsumen, termasuk melalui penyelesaian di luar pengadilan.¹¹

8. Peran Teknologi

Teknologi juga memainkan peran penting dalam perkembangan perlindungan konsumen di Indonesia. Misalnya, penggunaan platform daring untuk melaporkan pelanggaran atau memperoleh informasi tentang produk dan layanan telah mempermudah konsumen dalam mendapatkan akses informasi.¹²

¹⁰ <https://jdih.esdm.go.id/storage/document/UU081999.pdf>

¹¹ <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU.htm>perlindungan>konsumen>

¹² <https://www.cips-indonesia.org/post/transformasi-digital-perlu-payung-hukum-perlindungan-konsumenlang=id>

Perkembangan ini mencerminkan Upaya yang terus menerus dari pemerintah dan berbagai pihak terkait untuk meningkatkan perlindungan konsumen di Indonesia, sejalan dengan perubahan dinamika ekonomi dan tuntutan masyarakat. Meskipun telah ada kemajuan, tantangan tetap ada, dan upaya terus dilakukan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen dimasa depan.¹³

Semakin majunya teknologi di era sekarang Indonesia menempati 10 terbesar pertumbuhan *e-commerce* dengan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat ke-1. Sementara Meksiko berada di peringkat kedua, dengan nilai pertumbuhan 59 persen,"¹⁴ Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha perdagangan elektronik memiliki nilai ekonomi bagus, sehingga harus dimanfaatkan oleh para pelaku usaha, khusus pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Pemerintah akan terus mendorong, para pelaku usaha memanfaatkan peluang baik tersebut. Pelaku usaha mikro harus memanfaatkan ini dengan baik, karena perdagangan elektronik ini adalah jenis usaha kreatif baru yang mampu mendongkrak perekonomian. Perkembangan teknologi saat ini bagaikan dua mata pisau yang perlu mendapatkan perhatian khusus dari semua elemen. Tidak bisa dipungkiri bahwa di balik manfaat *e-commerce*, juga menimbulkan dampak yang mengkhawatirkan, salahsatunya kasus penipuan. Tidak sedikit konsumen merasa tertipu akibat barang atau jasa

¹² <https://www.cips-indonesia.org/post/transformasi-digital-perlu-payung-hukum-perlindungan-konsumenlang=id>

¹³ <https://www.hukumonline.com/klinik/a/3-lembaga-perlindungan-konsumen-di-indonesia-lt62e272415e4f4/>

¹⁴ https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce%20indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media

yang mereka beli tidak sesuai dengan yang di deskripsikan, seperti contoh barang datang dengan warnayangtidaksesuai, sizeyangsalahbelumlagiketerlambatandalam pengiriman dan sebagainya. Dampak buruk yang lain terjadi antara lain menyangkut kualitas atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan, pemalsuan dan sebagainya¹⁵

Contoh kasus belanja *online* yaitu ketidakpuasan pelanggan yang merugikan. Dari akun Alfred A dengan nama asli Retno Sri Rahayu (Karang jati) ia menyatakan perbedaan barang yang ia beli dengan gambar yang berada di aplikasi ¹⁷. Akun O***3 dengan nama asli Qoirun Najjah (Bawen) menyatakan barang datang tidak sesuai warna yang di inginkan “pesan yang putih, kenapa dikasih yang hitam”(mei 2024, *Lazada*) dan masih banyak kasus lainnya lagi. Walaupun barang yang dibeli datang ke tangan pembeli tapi barang yang datang tidak sesuai keinginan pembeli, hal tersebut termasuk perbuatan tidak menyenangkan dan merugikan karena penjual memberikan informasi yang tidak akurat.

Dari kasus diatas bisa kita simpulkan aplikasi yang resmi berjaminan saja masih banyak kasus ketidak puasan pelanggan bahkan sampai penipuan apalagi online shop yang tidak ada jaminan, seperti belanja via Whatsapp, facebook, Instagram dan lain sebagainya, penulis yakin masalahnya jauh lebih banyak terjadi.

¹⁵ Sri Redjeki Hartono, makalah Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam buku *Hukum Perlindungan Konsumen*, *Ibid*, hal. 34, dalam buku *Celina Tri Siwi Kristiyanti*, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hal.6.

¹⁶ Bwaremedia.com/2022/12/15/warga-semarang-menjadi-korban-penipuan-jual-beli-online/

¹⁷ <https://www.Lazada.co.id> Nov2023

Ketidakpuasan pelanggan dalam belanja online dapat disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk Responsivitas, lambatnya tanggapan terhadap pertanyaan pelanggan, yang dapat membuat mereka merasa tidak dihargai dan tidak puas dengan layanan yang diberikan. Kualitas Produk, produk yang tidak sesuai dengan harapan atau kualitas yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Mereka membutuhkan produk yang berkualitas dan terpercaya agar tidak salah pilih. Harga, harga yang tidak sesuai dengan harapan atau tidak relatif dapat membuat pelanggan tidak puas. Mereka membandingkan harga dari beberapa *e-commerce* dan mempertimbangkan kecepatan proses pengiriman. Pengiriman, Keterlambatan pengiriman atau kurangnya komunikasi tentang status pengiriman dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Mereka membutuhkan transparansi dalam proses pengiriman setelah pembayaran. Komunikasi Pasca-Pembelian, Komunikasi yang buruk atau tidak ada setelah pembelian dapat membuat pelanggan tidak puas. Mereka membutuhkan informasi yang jelas dan cepat tentang status pengiriman dan produk yang dibeli. Keluhan yang Berlarut-Larut, Keluhan yang tidak diselesaikan dengan baik dapat berlanjut dan menjadi masalah serius. Banyak sekali masalah dalam hal ini, maka dalam rangka menciptakan aktivitas jual-beli yang sehat bagi konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan online, maka perlu diupayakan suatu bentuk pengaturan hukum sekaligus memadai yang mampu mengatur segala aktivitasnya sehingga konsumen merasa terlidungi. Perlindungan konsumen juga telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-undang ini memuat berbagai pasal dan ayat yang menjelaskan tentang perlindungan terhadap hak-hak konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, serta pengawasan dan penyelesaian sengketa konsumen. Dasar hukum lain yaitu Pasal Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara rinci mengatur akibat ketidakpuasan pelanggan sebagai berikut:¹⁸

1. Pasal 4:

Huruf a: Konsumen berhak atas informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Huruf b: Konsumen berhak atas jaminan atas keamanan dan keselamatan dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

Huruf c: Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Huruf d: Konsumen berhak atas kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Huruf e: Konsumen berhak atas pengembalian barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

¹⁸ [Jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UUPenj.htm](http://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UUPenj.htm)>penjelasan>UURI-no 8-tahun1999-mengenai perlindungan konsumen

Huruf f: Konsumen berhak atas kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar atau tidak sesuai dengan perjanjian.

2. Pasal 6:

Huruf a: Konsumen berhak atas hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, jenis kelamin, dan status sosial.

Huruf b: Konsumen berhak atas hak untuk memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Huruf c: Konsumen berhak atas hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

3. Pasal 65:

Ayat (1): Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik wajib menyediakan data atau informasi yang lengkap dan akurat.

Ayat (2): Pelaku usaha dilarang menjual barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan data atau informasi yang diberikan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang ada penulis akan mengambil beberapa rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Apasaja pengaturan hukum atau undang- undang perlindungan konsumen terhadap kerugian belanja *online* melalui *E-commerce* di Kabupaten Semarang?
2. Bagaimana hambatan perlindungan hu k u m ba g i konsumen yang mengalami kerugian belanja *online* melalui *E-commerce* di Kabupaten Semarang?
3. Bagaimana Solusi dari hambatan perlindungan hukum konsumen terhadap kerugian belanja *online* melalui *E-commerce* di Kabupaten Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas , maka tujuan dibuatnya penelitian ini yaitu :

1. Agar pembaca mengetahui bahwa konsumen memiliki peraturan-peraturan hukum yang melindungi hak-haknya dan mengadili pihak yang merugikannya.
2. Untuk mengetahui Kendala dalam menegakkan hukum perlindungan konsumen terhadap kerugian belanja *online* melalui *e-commerce* di Kabupaten Semarang.
3. Untuk mengetahui solusi atau jalan keluar dari hambatan-hambatan guna

menyelesaikan masalah perlindungan konsumen yang melakukan belanja *online* melalui *e-commerce* di Kabupaten Semarang sehingga permasalahan jual beli kedepannya berjalan tertib dan tidak menimbulkan kerugian dari salah satu pihak.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian perlindungan konsumen dalam konteks hukum di Indonesia memiliki beberapa manfaat. Dalam sintesis, penelitian perlindungan konsumen dalam konteks hukum di Indonesia memiliki manfaat *teoritis*, yaitu manfaat yang berhubungan dengan pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi landasan untuk pengembangan ilmu pembelajaran atau penerapan media pembelajaran yang membantu memahami lebih lanjut konsep perlindungan konsumen dan bagaimana hukum mengatur perlindungan konsumen. Selain manfaat teoritis ada juga manfaat *yuridis* yaitu segala hal yang mempunyai arti hukum yang diakui sah oleh pemerintah, manfaatnya yaitu untuk membantu dalam pengembangan undang-undang yang lebih komprehensif, pengawasan pelaku usaha, dan pengembangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan.

Berikut manfaat yuridis dan teoritis:

Manfaat Yuridis

1. Pengembangan Undang-Undang

Penelitian ini membantu dalam pengembangan undang-undang yang lebih komprehensif dan efektif dalam melindungi hak-hak konsumen, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Pengawasan Pelaku Usaha

Penelitian ini membantu meningkatkan pengawasan terhadap pelaku usaha yang melakukan tes timoni atau description produk palsu dan merugikan konsumen, serta memberikan perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan.

3. Pengembangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Penelitian ini membantu meningkatkan peran BPSK dalam menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, serta memberikan perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan.

Manfaat Teoritis

1. Pengembangan Konsep Perlindungan Konsumen

Penelitian ini membantu memahami lebih lanjut konsep perlindungan konsumen dan bagaimana hukum mengatur dan memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli, terutama dalam konteks e-commerce.

2. Analisis Dampak Hukum

Penelitian ini memperluas pengetahuan tentang bagaimana hukum berpengaruh pada perlindungan konsumen, termasuk analisis dampak perjanjian penetapan harga SMS (*Short Message Service*) terhadap konsumen dan perlindungan hukum bagi konsumen atas pelanggaran pelaku usaha.

3 Pengembangan Kepastian Hukum

Penelitian ini membantu meningkatkan kepastian hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui media elektronik, serta memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam hal jual beli melalui e-commerce.

3.1 Batasan Penelitian

Adapun Batasan penelitian ini adalah:

3.1.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah konsumen *e-commerce* dan Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI) Semarang.

3.1.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang Lingkup objek penelitian ini adalah Undang-Undang no 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE).

3.2 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang mudah dimengerti dan komprehensif mengenai isi dalam penulisan skripsi ini, secara global dapat dilihat dari sistematika pembahasan skripsi dibawah ini:

3.2.1 Bagian awal merupakan bagian pendahuluan skripsi yang terdiri dari sampul, lembar logo, lembar judul, lembar pernyataan, lembar motto dan persembahan, halaman kata pengantar, lembar abstrak dan halaman daftar isi.

3.2.2 Bagian inti skripsi terdiri atas:

BAB I Pendahuluan, dalam bab ini adalah bab pertama skripsi yang mengantarkan pembaca untuk mengetahui apa yang diteliti, mengapa dan untuk apa penelitian dilakukan. Terdapat uraian tentang latar belakang 11 masalah penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II Tinjauan Pustaka, membahas landasan dan konsep-konsep serta teoriteori yang dijadikan tinjauan pustaka dalam penelitian yakni sejarah hukum perdata, hukum dagang, hukum perlindungan konsumen, perjanjian dan wanprestasi di Indonesia.

BAB III Metode Penelitian, bagian ini berisi pendekatan peneliti, jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan analisis data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Tentang Perlindungan

Kata "perlindungan" dalam bahasa Indonesia memiliki beberapa arti dan pengertian yang berbeda, tergantung konteksnya. Berikut adalah beberapa definisi yang diberikan oleh berbagai sumber.

2.1.1 Pengertian Perlindungan Secara Umum

a. Berdasar Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI):¹⁹

Ber·lin·dung v 1: Menempatkan dirinya di bawah (di balik, di belakang) sesuatu supaya tidak terlihat atau tidak kena angin, panas, dan sebagainya; bersembunyi.

Ber·lin·dung v 2: Bersembunyi (berada) di tempat yang aman supaya terlindung.

Ber·lin·dung v 3: Minta pertolongan kepada Tuhan Yang Mahakuasa supaya selamat atau terhindar dari godaan, bencana, dosa.

Me·lin·dungi v 1: Menutupi supaya tidak terlihat atau tampak, tidak kena panas, angin, atau udara dingin, dan sebagainya.

Me·lin·dungi v 2: Menjaga; merawat; memelihara.

¹⁹ Kbbi.web.id/perlindungan#google_vignette

Me·lin·dungi v 3: Menyelamatkan (memberi pertolongan dan sebagainya) supaya terhindar dari mara bahaya.

b. Pengertian Berdasarkan Kompas.id²⁰

"Perlindungan" artinya 'tempat berlindung'.

c. Pengertian Berdasarkan Repository UIN Suska²¹

Istilah "perlindungan" menurut KBBI dapat disamakan dengan istilah proteksi, yang artinya adalah proses atau perbuatan memperlindungi.

d. Pengertian Berdasarkan Hukumonline²²

Perlindungan hukum adalah upaya melindungi yang dilakukan pemerintah atau penguasa dengan sejumlah peraturan yang ada. Perlindungan hukum memberikan perlindungan kepada masyarakat melalui peraturan-peraturan yang mengikat.

e. Pengertian Berdasarkan Wikikamus

"Perlindungan" artinya 'tempat berlindung' atau 'hal (perbuatan dsb) memperlindungi / berlindung'.

Dengan demikian, "perlindungan" dapat diartikan sebagai tindakan atau tempat yang memberikan perlindungan, baik secara fisik maupun hukum, terhadap seseorang atau sesuatu dari bahaya atau ancaman.

²⁰ Kompas.id.com

²¹ <https://repository.uin-suska.ac.id>

²² <https://pro.hukumonline.com>

Secara kebahasaan, kata perlindungan dalam bahas Inggris disebut dengan *protection*. Istilah perlindungan menurut KBBI dapat disamakan dengan istilah proteksi, yang artinya adalah proses atau perbuatan memperlindungi, sedangkan menurut *Black's Law Dictionary*, *protection* adalah *the act of protecting*.²³

Jika aparat hukum mematuhi hukum secara peresional maka penyalahgunaan aturan dan hukum tidak akan terjadi. Kodiikasi dan unifikasi hukum dibutuhkan untuk mewujudkan perlindungan hukum atas kepentingan manusia yang terkoordinir. Sehingga implementasi dalam pelaksanaannya berjalan dengan tertib.²⁴

Hukum yang dibuat harus bersifat normatif, artinya harus jelas dan logis. Jelas tanpa adanya multi-tafsir dan logis secara nalar tanpa menimbulkan konflik seperti kontesta, reduksi, atau distorsi norma.²⁵

Jadi, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum atau *legal protection* merupakan kegiatan untuk menjaga atau memelihara masyarakat demi mencapai keadilan.²⁶ Kemudian perlindungan hukum dikonstruksikan sebagai bentuk pelayanan, dan subjek yang dilindungi.²⁷

²³ Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, ninth edition, (St. paul: West, 2009), h. 1343.

²⁴ CST. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2009), h. 40

²⁵ Moh.Mahfud. MD, *Hukum dan Pilar-Pilar Demokrasi*, (Yogyakarta: Gama Media, 1999), h.91

²⁶ Hilda Hilmiah Diniyati, "Perlindungan Hukum bagi Investor dalam Pasar Modal (Studi pada Gangguan Sistem Transaksi di Bursa Efek Indonesia)", (Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013), h. 19

²⁷ 6 Salim HS dan Erlies Septiana Nurbaini, "Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi", cet. 1, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013), h. 261.

Selain itu hukum yang dibuat juga harus bersifat mengikat, memaksa, dan memiliki sanksi bagi pelanggarnya yang bertujuan untuk menjaga ketertiban dan menegakan hukum. Hukum juga harus bersifat umum dan abstrak serta dibuat oleh badan wewenang untuk membuat dan mengesahkan hukum seperti pemerintah atau lembaga perwakilan rakyat. Hukum yang mengatur memberikan kerangka aturan yang masih bisa dilonggarkan atau disesuaikan selama ada kesepakatan khusus, sedangkan hukum yang memaksa adalah aturan yang wajib ditaati tanpa pengecualian dan dilengkapi dengan sanksi yang tegas bagi pelanggarnya.

Perlindungan berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah. Dengan demikian, perlindungan hukum dapat diartikan dengan segala upaya pemerintah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada warga negaranya agar hak-haknya sebagai seorang warganegara tidak dilanggar, dan bagi yang melanggarnya akan dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan yang berlaku.²⁸

Setelah mengetahui tentang arti kata perlindungan dan sedikit tentang perlindungan hukum yang akan kita bahas sesuai judul dalam penelitian ini yaitu pada perlindungan konsumen di Indonesia.

28 Pemegang Paten Perlu Perlindungan Hukum”, *Republika*, 24 Mei 2004

2.1.2 Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berdasarkan asas-asas yang terdapat pada perlindungan konsumen Pasal 2 UUPK menyebutkan “perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, serta keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum”. Di dalam penjelasan pasal 2 UUPK menyebutkan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembagunan nasional, yaitu:²⁹

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antar kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spirituil.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

²⁹ Ibid, bagian Penjelasan Pasal 2

e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Adapun peraturan pemerintah mengenai Perlindungan konsumen yaitu :

1. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Diterbitkan pada 24 November 2019, PP PMSE mengatur pokok-pokok transaksi e-commerce, termasuk pelaku usaha, perizinan, dan pembayaran, Menjelaskan tiga kategori peran dalam transaksi perdagangan elektronik, yakni pelaku usaha/pedagang, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE), dan penyelenggara sarana draf perantara dan mewajibkan pelaku usaha memiliki izin khusus perdagangan elektronik dari Menteri Perdagangan sesuai dengan UU ITE.

2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menetapkan perlindungan konsumen sebagai keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen dalam usaha mereka dan mengatur pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Menetapkan peraturan tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlind-

ungan konsumen, termasuk definisi pelaku usaha, barang, dan jasa, serta badan penyelesaian sengketa konsumen.

2.1.3 Teori Kepastian Hukum

Teori kepastian hukum merupakan salah satu dari tujuan hukum dan dapat dikatakan bahwa kepastian hukum merupakan bagian dari upaya untuk dapat mewujudkan keadilan. Kepastian hukum sendiri memiliki bentuk nyata yaitu pelaksanaan maupun penegakan hukum terhadap suatu tindakan yang tidak memandang siapa individu yang melakukan. Melalui kepastian hukum, setiap orang mampu memperkirakan apa yang akan ia alami apabila ia melakukan suatu tindakan hukum tertentu.

Kepastian hukum pun diperlukan guna mewujudkan prinsip-prinsip dari persamaan dihadapan hukum tanpa adanya diskriminasi. Dari kata kepastian, memiliki makna yang erat dengan asas kebenaran. Artinya, kata kepastian dalam kepastian hukum merupakan suatu hal yang secara ketat dapat disilogisme dengan cara legal formal. Dengan kepastian hukum, maka akan menjamin seseorang dapat melakukan suatu perilaku yang sesuai dengan ketentuan dalam hukum yang berlaku dan begitu pula sebaliknya. Tanpa adanya kepastian hukum, maka seorang individu tidak dapat memiliki suatu ketentuan baku untuk menjalankan suatu perilaku. Sejalan dengan tujuan tersebut, Gustav Radbruch pun menjelaskan bahwa kepastian hukum merupakan salah satu tujuan dari hukum itu sendiri.

Gustav Radbruch menjelaskan, bahwa dalam teori kepastian hukum yang ia kemukakan ada empat hal mendasar yang memiliki hubungan erat dengan makna dari kepastian hukum itu sendiri, yaitu sebagai berikut:

1. Hukum merupakan hal positif yang memiliki arti bahwa hukum positif ialah perundang-undangan.
2. Hukum didasarkan pada sebuah fakta, artinya hukum itu dibuat berdasarkan pada kenyataan.
3. Fakta yang termaktub atau tercantum dalam hukum harus dirumuskan dengan cara yang jelas, sehingga akan menghindari kekeliruan dalam hal pemaknaan atau penafsiran serta dapat mudah dilaksanakan.
4. Hukum yang positif tidak boleh mudah diubah.³⁰

Pendapat Gustav Radbruch mengenai kepastian hukum tersebut, didasarkan pada pandangannya mengenai kepastian hukum yang berarti adalah kepastian hukum itu sendiri. Gustav Radbruch mengemukakan, bahwa kepastian hukum adalah salah satu produk dari hukum atau lebih khususnya lagi merupakan produk dari perundang-undangan. Berdasarkan pendapat dari Gustav Radbruch mengenai kepastian hukum, hukum merupakan hal positif yang mampu mengatur kepentingan setiap manusia yang ada dalam masyarakat dan harus selalu ditaati meskipun hukum positif tersebut dinilai kurang adil. Lebih lanjut, kepastian hukum merupakan keadaan yang pasti, ketentuan maupun ketetapan.

2.2 Tinjauan Tentang Konsumen

Istilah Konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris – amerika), atau *consument* (Belanda). Secara harfiah arti kata consumer adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai

³⁰ Satjipto Rahardjo, 2012, Ilmu Hukum, Bandung, Citra Aditya Bakti, hlm. 19

terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan lagi.³¹ Istilah lain yang dekat dengan konsumen adalah “pembeli” (Inggris: buyer, Belanda: koper). Istilah koper ini dapat dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada pembeli.

Berbagai pengertian tentang konsumen yang dikemukakan baik dalam Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen, sebagai upaya kearah terbentuknya Undang-undang Perlindungan Konsumen maupun dalam Undangundang.³²

2.2.1 Definisi Konsumen

Menurut Philip Kotler Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.³³ Pasal 1 Angka 2 UUPK No. 8 Tahun 1999 Sebagai akhir dari usaha pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, adalah dengan lahirnya UUPK Pasal 1 angka 2 yang di dalamnya dikemukakan pengertian konsumen, sebagai berikut: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”

³¹ N.H.T. Siahaan, Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk, Cet. ke-1, Grafika Mardi Yuana, Bogor 2005, hlm. 23.

³² 22 Ahmad Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia, Jakarta: Rajawali-Pers, 2011, hlm 19

³³ Philip Kotler, Principles of Marketing, Pretince-Hall Inc, Engglewood Cliffs New Jersey, 1980, 267-268.

Menurut Az. Nasution Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa digunakan untuk tujuan tertentu.³⁴

Dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pengertian konsumen lebih terbatas, hanya mencakup individu yang bertransaksi langsung dengan pelaku usaha. Undang-Undang Perlindungan Konsumen memperluas definisi ini untuk mencakup berbagai bentuk penggunaan barang dan jasa, serta situasi di mana barang dan jasa tersebut digunakan untuk kepentingan yang lebih luas, termasuk untuk makhluk hidup lainnya. Ini menunjukkan upaya untuk melindungi hak-hak konsumen secara lebih komprehensif dan integrative.

Menurut Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Pasal 1 ayat 2 Keputusan Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 adalah: “konsumen adalah Setiap orang pemakai barang dan /jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan”.³⁵

2.2.1 Hak Konsumen Berdasarkan Pasal 4 UUPK

1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

³⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Sinar Grafika, 2011, hlm

³⁵ Susanti Adi Nugroho, Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya, Jakarta : Kencana, 2011, hlm 63.

- 2) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
- 3) Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 4) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
- 5) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan
- 6) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 7) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 8) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 9) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 10) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.³⁶

³⁶ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).
195

2.2.2 Hak konsumen dalam Undang-Undang Hak Asasi Manusia, yaitu:

- 1). Hak untuk hidup, dalam hal ini hak untuk hidup bahagia sejahtera lahir batin, hak untuk meningkatkan taraf hidup, dan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat.
- 2). Hak mengembangkan diri, yang menyangkut hak atas pemenuhan kebutuhan dasar, hak untuk meningkatkan kualitas hidup, hak untuk memperoleh informasi.
- 3). Hak untuk memperoleh keadilan, dalam hal ini menyangkut hak untuk mengajukan permohonan, pengaduan, dan gugatan dalam perkara pidana, perdata dan administrasi.
- 4). Hak untuk kesejahteraan, yang menyangkut hak yang mempunyai hak milik atas suatu benda yang tidak boleh dirampas sewenang-wenang dan melanggar hukum, hak untuk berkehidupan yang layak.

2.2.3 Kewajiban Konsumen (Pasal 5 UUPK)

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa demi keamanan dan keselamatan.
 - 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.
 - 3) Membayar dengan nilai tukar yang disepakati.
-

- 4) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa demi keamanan dan keselamatan.
- 5) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.
- 6) Membayar dengan nilai tukar yang disepakati.
- 7) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.³⁷

2.2.4 Peran konsumen dalam kegiatan ekonomi³⁸:

1. Konsumsi

Konsumen membutuhkan barang dan jasa dalam kegiatan konsumsi. Mereka menghabiskan atau mengurangi nilai guna suatu barang dan jasa, seperti makan nasi atau memakai baju.

2. Penyedia Faktor Produksi

Selain sebagai konsumen, rumah tangga konsumen juga berperan sebagai penyedia faktor produksi. Faktor produksi ini meliputi sumber daya manusia atau tenaga kerja, modal, tanah atau lahan, serta pengusaha (wirausaha).

³⁷ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 195

³⁸ <https://www.gramedia.com/literasi/pelaku-ekonomi/>, <https://kumparan.com/kabar-harian/apa-saja-peran-konsumen-dalam-perekonomian-suatu-negara-1x21IOE9Jdz>, <https://www.kompas.com/skola/read/2023/07/25/110000069/peran-pelaku-ekonomi-dalam-kegiatan-ekonomi?page=all>

3. Penyedia Bahan Baku

Rumah tangga konsumen dapat berperan sebagai penyedia bahan baku. Contohnya, rumah tangga yang memiliki lahan pohon mahoni atau jati dapat menjual kayu tersebut pada perusahaan mebel agar diolah menjadi perabotan rumah tangga.

4. Penghasilan

Rumah tangga konsumen menerima penghasilan dari para produsen/perusahaan berupa sewa, upah, dan gaji, serta dari lembaga keuangan berupa bunga atas simpanan-simpanan mereka. Mereka menggunakan penghasilan tersebut di pasar barang dan membagi sisa untuk ditabung di lembaga-lembaga keuangan.

5. Pembayaran Pajak

Rumah tangga konsumen membayar pajak pada pemerintah dan berperan sebagai pembeli di pasar uang untuk transaksi sehari-hari.

Dari beberapa pengertian, hak dan kewajiban mengenai konsumen pada pembahasan diatas, kita Kembali ke topik awal yaitu tentang perlindungan konsumen. Menurut *Business Englis Dictionary*, perlindungan kosmuen adalah *protecting consumers against unfair or illegal traders*.³⁹ Sementara itu *Black's Law Dictionary* mendefinisikan a *statute that safeguards consumers in the use good and services*.⁴⁰

³⁹ Peter Colin, *Business Englih Dictionary*, Linguaphone, London, 2006, hlm. 61.

⁴⁰ Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, Eight Edition, St. Paul Minnesota, 2004, hlm. 335

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri terhadap permasalahan- permasalahan yang merugikan konsumen itu sendiri. Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, Adam Smith melahirkan ajaran mengenai keadilan (*justice*) yang menyatakan *the end of the justice source from the injury*.⁴¹ Menurut G.W Paton, hak yang diberikan oleh hukum ternyata tidak hanya mengandung unsur perlindungan dan kepentingan tetapi juga untuk kehendak. Hukum pada hakikatnya adalah suatu yang abstrak, namun dalam manifestasinya dapat berwujud konkrit. Suatu ketentuan hukum dapat dinilai baik jika akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan dan berkurangnya penderitaan, maka menurut Az. Nasution hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari bermasyarakat.⁴²

Dalam pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Karena itu, menyangkut tentang perlindungan konsumen bahwasanya hal ini mempunyai cakupan luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Pemberlakuan UUPK dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk

⁴¹ Zulham, Op., Cit, hlm. 54.

⁴² Az Nasution, Op. Cit hlm. 22.

melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen dan melindungi kepentingan konsumen serta mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan yang berkualitas.⁴³

Adapun peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia, menjelaskan istilah “konsumen” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut dengan UUPK). UUPK menyatakan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”⁴⁴ Undang- undang tentang perlindungan konsumen memiliki ketentuan yang menyatakan bahwa semua undang-undang yang ada dan berkaitan dengan perlindungan konsumen tetap berlaku, sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh undangundang. Sebagai akibat dari penggunaan peraturan perundang-undangan umum ini, dengan sendirinya berlaku pulalah asas-asas hukum yang terkandung di dalamnya pada berbagai pengaturan dan perlindungan konsumen tersebut. Asas hukum tersebut dianggap tidak memenuhi fungsi pengaturan perlindungan konsumen sehingga tanpa disadari tidak diadakan dengan pembatasan berlakunya asas-asas hukum tersebut. Pembatasan dimaksudkan dengan tujuan “menyeimbangkan kedudukan” di antara para pihak pelaku usaha dan konsumen bersangkutan.⁴⁵

⁴³ Rahmadi Usman, SH, Hukum Ekonomi dalam Dinamika, Djambatan, Jakarta, 2000, hal. 195.

⁴⁴ Zulham, S.Hi, M.Hum, Hukum Perlindungan Konsumen, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 15

⁴⁵ Az. Nasution, Op.Cit., hal. 30.

2.3 Tinjauan Tentang Kerugian

2.3.1 Definisi kerugian menurut beberapa ahli

Pengertian kerugian menurut R. Setiawan adalah kerugian nyata yang terjadi karena wanprestasi. Adapun besarnya kerugian ditentukan dengan membandingkan keadaan kekayaan setelah wanprestasi dengan keadaan jika sekiranya tidak terjadi wanprestasi.⁴⁶ Pengertian kerugian yang hampir sama dikemukakan pula oleh Yahya Harahap, ganti rugi ialah “kerugian nyata” atau “fietelijke nadeel” yang ditimbulkan perbuatan wanprestasi.⁴⁷ Kerugian nyata ini ditentukan oleh suatu perbandingan keadaan yang tidak dilakukan oleh pihak debitur. Lebih lanjut dibahas oleh Harahap, kalau begitu dapat kita ambil suatu rumusan, besarnya jumlah ganti rugi kira-kira sebesar jumlah yang “wajar” sesuai dengan besarnya nilai prestasi yang menjadi obyek perjanjian dibanding dengan keadaan yang menyebabkan timbulnya wanprestasi. Atau ada juga yang berpendapat besarnya ganti rugi ialah “sebesar kerugian nyata” yang diderita kreditur yang menyebabkan timbulnya kekurangan nilai keuntungan yang akan diperolehnya.

Lebih lanjut dikatakan oleh Abdulkadir Muhammad, bahwa pasal 1243 KUHPerdara sampai dengan pasal 1248 KUHPerdara merupakan pembatasanpembatasan yang sifatnya sebagai perlindungan undang-undang terhadap debitur dari perbuatan sewenang-wenang pihak kreditur sebagai akibat wanprestasi.⁴⁸

⁴⁶ R. Setiawan, Pokok-Pokok Hukum Perikatan, Binacipta, Bandung, 1977, h. 17.

⁴⁷ M. Yahya Harahap, Segi-Segi Hukum Perjanjian, Alumni, Bandung, 1986, h. 66.

⁴⁸ Abdulkadir Muhammad, Hukum Perikatan, Alumni, Bandung, 1982, h. 41.

Pengertian kerugian yang lebih luas dikemukakan oleh Mr. J. H. Nieuwenhuis sebagaimana yang diterjemahkan oleh Djasadin Saragih, pengertian kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan (melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma oleh pihak yang lain.⁴⁹ Yang dimaksud dengan pelanggaran norma oleh Nieuwenhuis di sini adalah berupa wanprestasi dan perbuatan melawan hukum. Bila kita tinjau secara mendalam, kerugian adalah suatu pengertian yang relatif, yang bertumpu pada suatu perbandingan antara dua keadaan. Kerugian adalah selisih (yang merugikan) antara keadaan yang timbul sebagai akibat pelanggaran norma, dan situasi yang seyogyanya akan timbul andaikata pelanggaran norma tersebut tidak terjadi.

Lebih lanjut Nieuwenhuis mengatakan bahwa kita harus hati-hati agar tidak melukiskan kerugian sebagai perbedaan antara situasi sebelum dan setelah wanprestasi atau perbuatan melanggar hukum.⁵⁰ Pengertian kerugian dibentuk oleh perbandingan antara situasi sesungguhnya (bagaimana dalam kenyataannya keadaan harta kekayaan sebagai akibat pelanggaran norma) dengan situasi hipotesis (situasi itu akan menjadi bagaimana andaikata pelanggaran norma tersebut tidak terjadi). Sehingga dapat ditarik suatu rumusan mengenai kerugian adalah situasi berkurangnya harta kekayaan salah satu pihak yang ditimbulkan dari suatu perikatan (baik melalui perjanjian maupun melalui undang-undang) dikarenakan pelanggaran norma oleh pihak lain.

⁴⁹ Mr. J.H. Nieuwenhuis, terjemahan Djasadin Saragih, Pokok-Pokok Hukum Perikatan, Airlangga University Press, Surabaya, 1985, h. 54.

⁵⁰ Ibid

2.3.2 Definisi berdasarkan KBBI

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud Kerugian adalah kondisi di mana seseorang tidak mendapatkan keuntungan dari apa yang telah mereka keluarkan (modal). Kerugian dalam hukum dapat dipisahkan menjadi dua (2) klasifikasi, yakni Kerugian Materil dan Kerugian Imateril:

Kerugian Materil: Yaitu kerugian yang nyata-nyata ada yang diderita oleh Pemohon.

Kerugian Imateril: Yaitu kerugian atas manfaat yang kemungkinan akan diterima oleh pemohon di kemudian hari atau kerugian dari kehilangan keuntungan yang mungkin diterima oleh Pemohon di kemudian hari.

2.3.3 Sumber Kerugian

Kerugian dalam KUHPerduta dapat bersumber dari Wanprestasi sebagaimana diatur dalam pasal 1238⁵¹ Juncto pasal 1243⁵² dan Perbuatan Melawan Hukum sebagaimana diatur dalam pasal 1365.⁵³

Kerugian dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata, sebagaimana telah diterangkan diatas, dimana kerugian dalam Hukum Perdata dapat bersumber dari Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum, maka berikut penjabarannya;

1. Kerugian dalam Wanprestasi

Wanprestasi adalah peristiwa dimana pihak tidak melaksanakan Prestasinya baik itu;

⁵¹ KUH Perdata pasal 1238 tentang wanprestasi.

⁵² KUH Perdata pasal 1243 tentang Penggantian Biaya Kerugian

⁵³ KUH Perdata pasal 1365 tentang Perbuatan Melawan Hukum..

- a. Salah satu pihak tidak memenuhi prestasi sama sekali.
- b. Salah satu pihak memenuhi prestasi, tetapi tidak sebagaimana mestinya.
- c. Salah satu pihak memenuhi prestasi, tetapi tidak tepat pada waktunya.
- d. Salah satu pihak memenuhi prestasi, tetapi melakukan yang dilarang dalam perjanjian.

Kerugian dalam Perbuatan Melawan Hukum, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1365 KUHPerdara, dalam hal seseorang melakukan suatu Perbuatan Melawan Hukum maka dia berkewajiban membayar ganti rugi akan perbuatannya tersebut, hal yang berbeda dengan Tuntutan kerugian dalam Wanprestasi, dalam tuntutan Perbuatan Melawan Hukum tidak ada pengaturan yang jelas mengenai ganti kerugian tersebut namun sebagaimana diatur dalam Pasal 1371 ayat (2) KUHPerdara⁵⁴ tersirat pedoman yang isinya “Juga penggantian kerugian ini dinilai menurut kedudukan dan kemampuan kedua belah pihak, dan menurut keadaan”. Pedoman selanjutnya mengenai ganti kerugian dalam PMH kita bisa dalam Pasal 1372 ayat (2) KUHPerdara⁵⁵ yang isinya: “Dalam menilai suatu dan lain, Hakim harus memperhatikan berat ringannya penghinaan, begitu pula pangkat, kedudukan dan kemampuan kedua belah pihak, dan pada keadaan”

Melihat kepada apa yang telah dijabarkan di atas, maka “Kerugian Konsekuensial”, atau yang dikelompokkan juga dengan 'kerugian tidak langsung', dan/atau 'kerugian punitive/exemplary' yang dikenal dalam “*Tort Law*” pada sistem hukum *Common Law* adalah sama dengan kerugian *Immateril* yang terdapat dalam Pasal 1365 KUHPerdara mengenai Perbuatan Melawan Hukum.⁵⁶

⁵⁴ KUH Perdata pasal 1371 ayat 2 tentang ganti rugi.

⁵⁵ KU Perdata pasal 1372 ayat 2 tentang pertimbangan hakim

⁵⁶ <https://www.hukumonline.com/klinik/a/di-mana-pengaturan-kerugian-konsekuensial-dalam-hukum->

Unsur-unsur jual beli pada transaksi jual beli online sama dengan jual beli konvensional, yaitu adanya penjual dan pembeli, kesepakatan mengenai barang dan harga, serta hak dan kewajiban yang timbal balik. Namun, transaksi online menambahkan unsur media online sebagai sarana komunikasi dan transaksi.

Unsur-unsur Jual Beli Online:

1. Penjual dan Pembeli:

2. Kesepakatan:

3. Barang:

4. Harga:

5. Media Online:

Internet dan platform online menjadi media utama dalam proses transaksi jual beli.

6. Hak dan Kewajiban:

Penjual berkewajiban memberikan barang atau jasa yang telah disepakati, sedangkan pembeli berkewajiban membayar harga yang disepakati.

7. Pembayaran:

Transaksi pembayaran dilakukan melalui metode yang disepakati, misalnya transfer bank, e-wallet, atau metode pembayaran lainnya yang tersedia di platform online.

8. Pengiriman (jika ada):

Jika barang yang dijual berupa fisik, penjual berkewajiban mengirimkan barang ke alamat pembeli sesuai dengan kesepakatan.

9. Konfirmasi:

Proses konfirmasi pembayaran dan pengiriman menjadi bagian penting dalam transaksi online untuk memastikan transaksi berjalan lancar.

Pada detik tercapainya kesepakatan antara penjual dengan pembeli mengenai unsur-unsur pokok jual beli, yakni harga dan barang. Misalnya, penjual sudah bersedia menjual barang sesuai jenis yang dipesan pembeli; dan sebaliknya, pembeli sudah sepakat dengan harga. Pada belanja online, kedua belah pihak juga sepakat mengenai penyerahan barang (*levering*) melalui pihak ketiga. Pasal 1458 KUH Perdata⁵⁷ menyebutkan 'jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak sewaktu mereka telah mencapai kata sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.

Dalam pasal 1458 KUH Perdata menegaskan jual beli sudah terjadi meskipun barangnya baru akan diantar beberapa saat kemudian, dan pembayaran barang dilakukan nanti begitu barang sampai. Jika menggunakan konsep hukum perdata Burgerlijk Wetboek (BW), kesepakatan perjanjian jual beli daring tadi baru sekadar kewajiban, atau suatu *obligatoir*. Ia belum memindahkan hak milik atas barang. Perpindahan hak milik atas barang baru terjadi setelah berlangsung penyerahan barang alias *levering*. Oleh karena itu, momentum penyerahan barang sangat penting dalam perspektif hukum.

Dalam praktik, selalu ada risiko yang mungkin timbul. Misalnya risiko atas barang. Normatifnya, barang harus diserahkan dalam keadaan dan jenis sebagaimana adanya pada saat perjanjian ditutup. Penjual menurut hukum menjamin dua hal: (a) menjamin penguasaan barang yang dijual secara aman dan tenteram; dan (b) menjamin cacat tersembunyi pada barang yang dijual. Aktualnya,

⁵⁷Pasal 1458 KUH Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli.

model pembayaran COD (*cash on delivery*) yang sekarang sedang menjadi bahan perbincangan dapat dijadikan contoh.

Salah satu kasus pembeli yang merasa barang yang datang tidak sesuai pesanan, kejadian Mei 2024 lalu di Karangjati kabupaten Semarang. Dalam postingan yang sempat di media sosial tampak konsumen marah dan menjelek-jelekan toko yang merugikannya dengan tujuan agar pembeli lebih hati-ati dalam belanja online ke toko yang kurang bertanggung jawab. Masalahnya, pada kotak paket tertera ukuran sepatu 40, namun setelah dibuka ternyata ukuran sepatunya adalah 41. Padahal konsumen tersebut memesan sepatu dengan ukuran 39.

Dalam mekanisme jual beli online misalnya, bila barang tak sesuai dengan deskripsi atau pesanan, maka pembeli dapat mengajukan komplain dalam waktu 2 x 24 jam sejak barang dinyatakan sudah sampai berdasarkan *tracking* jasa pengiriman. Bila lewat waktu, pembeli terancam tak bisa lagi mengajukan komplain dan uang pembayaran akan langsung diteruskan kepada penjual. Namun lain cerita jika barang yang dibeli adalah *urgent* dalam waktu dekat mau di gunakan, pembeli tidak ada waktu lagi untuk menunggu itu akan membuat kecewa si konsumen/pembeli.

2.4 Tinjauan Tentang Belanja Online

Belanja online/daring adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media *Internet*. Melalui belanja lewat Internet seorang pembeli bisa melihat terlebih

dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui *web* yang dipromosikan oleh penjual.⁵⁸

Kegiatan belanja online ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia melalui media *notebook*, komputer, ataupun *HandPone* yang tersambung dengan layanan akses Internet. Belanja daring adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik yang digunakan untuk kegiatan transaksi penjual ke penjual ataupun penjual ke konsumen.

2.4.1 Sejarah Belanja *Online/Daring*⁵⁹

Sejarah belanja *daring* (Dalam Jejaring) pertama kali dilakukan di Inggris pada tahun 1979 oleh Michael SARDich dari Redifon Computers. Ia menyambungkan televisi berwarna dengan komputer yang mampu memproses transaksi secara realtime melalui sarana kabel telepon. Sejak tahun 1980, ia menjual sistem belanja daring yang ia temukan di berbagai penjuru Inggris. Pada tahun 1980, belanja daring secara luas digunakan di Inggris dan beberapa negara di daratan Eropa seperti Prancis yang menggunakan fitur belanja daring untuk memasarkan Peugeot, Nissan, dan General Motors.

Pada tahun 1992, *Charles Stack* membuat toko buku daring pertamanya yang bernama Book Stacks Unlimited yang berkembang menjadi Books.com yang kemudian diikuti oleh JeBozos dalam membuat situs web Amazon.com dua

⁵⁸ https://id.wikipedia.org/wiki/Belanja_daring_online

⁵⁹ https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Belanja_daring&action=edit§ion=1

tahun kemudian. Selain itu, *Pizza Hut* juga menggunakan media belanja daring untuk memperkenalkan pembukaan toko pizza daring. Pada tahun 1994, *Netscape* memperkenalkan *SSL encryption of data transferred online* karena dianggap hal yang paling penting dari belanja daring adalah media untuk transaksi daringnya yang aman dan bebas dari pembobolan. Pada tahun 1996, *eBay* situs belanja daring lahir dan kemudian berkembang menjadi salah satu situs transaksi daring terbesar hingga saat ini.

2.4.2 Perkembangan Belanja *Online* di Indonesia⁶⁰

Belanja *online* di Indonesia saat ini semakin hari semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan. Belanja Online atau daring, tidak hanya dimonopoli oleh belanja barang, makanan, pakaian, elektronik, prabotan dan lain sebagainya, namun juga layanan jasa seperti perbankan yang memperkenalkan teknik *e-banking*. Melalui teknik *e-bankin* pelanggan dapat melakukan kegiatan seperti transfer uang, membayar tagihan listrik, air, telepon, Internet, pembelian pulsa, pembayaran uang kuliah dan lain sebagainya. Belanja daring di Indonesia untuk pembelian suatu barang mengalami perkembangan yang cukup pesat.

Salah satu media yang menampilkan belanja daring antar lain adalah blog. Blog merupakan layanan web gratis di mana palaku usaha daring menggunakan blog sebagai toko daring yang ia punya untuk menjual sekaligus mempromosikan barang dan jasa yang ia tawarkan kepada calon konsumen. Karena sifatnya yang mudah di kustomisasi oleh penggunaanya, maka belanja daring melalui media blog

⁶⁰ https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Belanja_daring&action=edit§ion=5

cukup riskan karena pembeli cukup sulit mengetahui reputasi dari penjual. Biasanya penjual mengunggah bukti transfer yang ia miliki sebagai bentuk jaminan kepada pelanggan bahwa ia merupakan penjual tepercaya.

Ada banyak situs web yang menyediakan layanan belanja daring baik web lokal maupun web international. Biasanya terdapat keranjang belanja, di mana calon pembeli dapat memilih produk yang akan dibeli. Selain dengan keranjang belanja, pembeli juga dapat langsung menghubungi penjual agar transaksi langsung dapat dilakukan melalui telepon atau email. Ada banyak hal yang dapat dilakukan di layanan belanja daring melalui web, diantaranya yang terkenal adalah lelang. Lelang merupakan kegiatan belanja daring di mana pembeli menetapkan batas bawah suatu harga yang hendak dilelang, kemudian sang pembeli yang tertarik dapat menawar (biasa disebut *bidding*) sesuai kelipatan yang diajukan. lelang biasanya dibatasi pada periode tertentu sehingga pembeli dengan nominal tertinggi dinyatakan berhak membeli barang yang ia inginkan sesuai dengan harga yang ia ajukan.

Seiring dengan maraknya pertumbuhan situs jejaring sosial di dunia, media *social networking* ini juga dilirik oleh pelaku belanja online untuk memasarkan produknya. Penjual akan mengunggah barang yang ia tawarkan kemudian disebarkan melalui messaging atau fitur *photo sharing*. Bentuk penawaran ini merupakan perkembangan dari media katalog yang tadinya disebarkan dalam bentuk media cetak per bulan, kini disebarkan melalui media katalog online yang penawarannya dapat diperbarui kapan saja.

Belanja online/daring dapat dilakukan dengan cara melakukan *window shopping online* pada situs web yang dituju. Kemudian, pembeli dapat mengeklik barang yang diinginkan. Setelah itu pembeli kemudian dibawa kepada jendela yang menampilkan tata cara pembayaran yang disepakati dan kemudian setelah nominal uang ditransfer, maka penjual akan mengirim barang melalui jasa pos. Dewasa ini, tata cara belanja online dapat dilakukan semakin mudah. Ketika pembeli tertarik dengan barang yang dituju, ia cukup melakukan panggilan telepon dengan sang penjual ataupun mengetikkan sms sesuai aturan. Setelah pesan diterima, pembeli biasanya diharuskan mentransfer sejumlah uang ke rekening penjual dan barang yang dibeli pun akan dikirim baik melalui kurir (jika wilayah pengiriman masih cukup dekat) ataupun melalui jasa pos.

Pembayaran dapat dilakukan baik menggunakan kartu debit, kartu kredit, *paypal*, memotong pulsa pelanggan (untuk transaksi lewat ponsel), *cek* maupun COD (*Cash On Delivery*) yaitu pembayaran yang dilakukan ketika barang telah dikirim oleh penjual. *Cash On Delivery* biasanya dilakukan melalui tatap muka antara penjual dan pembeli; penjual dapat menunjukkan barangnya sehingga pembeli yang tertarik bisa meneliti barang yang akan ia beli. Pembelian semacam ini biasanya melakukan pembayaran secara langsung/uang kontan. Selain tatap langsung antara penjual dan pembeli, COD ini bisa dilakukan antara kurir dan pembeli; biasanya penjual hanya akan melayani COD apabila daerah pembeli masih dapat dijangkau oleh penjual.

2.4.3 Keuntungan Berbelanja Online⁶¹

1. Pembeli tidak perlu mengunjungi tempat penjualan baik itu toko, butik, mall, dan lain sebagainya. Pembeli cukup klik ke web yang dituju dan memilih barang yang dikehendaki
2. Pemilihan barang bisa dilakukan dari rumah atau kantor sehingga pembelian bisa dilakukan berjam-jam tanpa harus keluar rumah
3. Penjual dapat menekan ongkos pembukaan toko karena melalui belanja daring, penjual cukup memasarkan produknya melalui Internet
4. Pemasaran produk bisa mencapai seluruh dunia dengan biaya yang murah
5. Pembeli dapat membandingkan harga produk yang ingin dibelinya secara cepat untuk menemukan harga yang paling murah

2.4.4 Kelemahan Berbelanja *Online* ⁶²

1. Kualitas barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda kualitasnya dengan yang tercantum di situs web.
2. Rentan aksi penipuan di mana banyak kasus ketika pembeli telah mengirim sejumlah uang yang disepakati, barang yang dibeli tidak dikirim
3. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman adalah pos

⁶¹ https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Belanja_daring&action=edit§ion=10

⁶² https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Belanja_daring&action=edit§ion=11

4. Rentan aksi pembobolan rekening karena pembayaran dilakukan melalui internet
5. Marak aksi spamming karena setelah pembeli melakukan registrasi, penjual cenderung selalu mengirimkan katalog online melalui email pembeli dan hal ini cukup mengganggu privasi masing-masing pembeli dan penjual.

2.4.5 Dasar Hukum Perlindungan Konsumen dari bisnis atau berbelanja *Online/Daring*

Persoalan secara tegas diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang melarang pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan atau foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran dan merupakan larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang. Sesuai Pasal 4 huruf h Undan-Undang Perlindungan Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Di sisi lain, pelaku usaha juga wajib bertanggungjawab memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Pelaku usaha yang

melanggar larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai janji dalam label, etiket, keterangan *description* barang, iklan atau promosi dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp2 miliar. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga bisa diterapkan dalam kegiatan e-commerce misalnya belanja melalui marketplace, Undang-Undang Perlindungan Konsumen mencakup pula jual beli online.

Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang biasa di singkat dengan UU ITE, merujuk pada UU ITE dan Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), transaksi jual beli online tersebut diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan. Persetujuan Anda untuk membeli barang secara online dengan cara yang telah ditentukan yaitu melakukan klik persetujuan atas transaksi merupakan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:

- a. Terdapat kesepakatan para pihak;
- b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. Terdapat hal tertentu; dan

- d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Berdasarkan yang penulis amati dan penulis alami, prinsip utama transaksi secara online di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan atau “trust” terhadap penjual maupun pembeli.

Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara online seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (payment gateway), jaminan keamanan dan keandalan website electronic commerce belum menjadi perhatian utama, terlebih pada transaksi berskala kecil sampai medium dengan nilai nominal transaksi yang tidak terlalu besar (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas online, toko online, maupun blog).

Salah satu indikasinya adalah banyaknya laporan pengaduan tentang penipuan melalui media internet maupun media telekomunikasi lainnya yang diterima oleh kepolisian maupun penyidik Kementerian Komunikasi dan Informatika. Jadi, ada baiknya kita lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara online dan mengedepankan perlindungan hukum terhadap konsumen, aspek keamanan transaksi dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama dalam melakukan transaksi jual beli secara online.

2.5 Tinjauan Tentang *E-Commerce*

Kemajuan teknologi berkat internet telah membuka peluang bisnis baru. Pertumbuhan *e-commerce* adalah salah satunya. *E-commerce* adalah salah satu teknologi canggih yang paling mendorong kemajuan bisnis digital Indonesia saat ini. Bukan al yang asing lagi tentang keberadaan *e-commerce*, terutama jika Anda gemar berbelanja *online*. Secara umum, mungkin Anda mengenal *e-commerce* sebagai kegiatan/aktivitas atau tempat menjual produk dan membeli produk fisik atau elektronik secara *online*.⁶³

Electronic commerce atau *e-commerce* adalah suatu proses dimana terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya kegiatannya dilakukan secara *online* melalui media elektronik. Menurut Laudon & Laudon, *e-commerce* adalah transaksi *business to business* yang terjadi dengan perantara jaringan internet. Dalam duni bisnis dan dunia perdagangan, *e-commerce* menawarkan banyak perubahan. Proses jual beli tidak lagi membutuhkan pertemuan tatap muka seperti pada toko konvensional karena dirasa kurang efektif. Penjual dan pembeli hanya perlu melakukan proses transaksi *online*. Transaksi terjadi secara lebih efisien dan cepat, apalagi dengan integrasi berbagai sistem pembayaran yang semakin memudahkan dengan adanya teknologi API seperti BRIAPI. Sekarang

⁶³ <https://developers.bri.co.id/id/news/ketahui-perkembangan-e-commerce-di-indonesia-pengertian-jenis-dan-manfaatnya>

pembeli, misalnya, dapat memilih pembayaran transaksi dengan cepat dan mudah tanpa harus transfer ke bank lain, yaitu melalui *virtual account* seperti BRIVA. Saat ini, sarana *e-commerce* adalah bukan hanya lewat telepon dan televisi saja, tetapi kini lebih sering menggunakan internet. Sebagian orang salah mengartikan antara *marketplace* dengan *e-commerce* dan menganggap keduanya sama padahal pengertian *e-commerce* berbeda dengan *marketplace*. *Marketplace* merupakan salah satu model dari *e-commerce* yang bertindak sebagai perantara antara pembeli dan penjual. Contohnya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lain. Jadi, *marketplace* bukan merupakan aktivitas jual belinya, melainkan perantara yang mempertemukan penjual dengan pembeli secara online. Sementara itu ada juga selain yang dijelaskan diatas, bentuk lainnya *e-commerce* adalah berupa *website* atau aplikasi toko *online* yang dimiliki oleh suatu *brand*, perusahaan, atau bisnis rumahan.

E-Commerce juga diartikan sebagai suatu layanan jasa dalam proses jual-beli sebuah produk secara elektronik dari penjual ke konsumen ataupun antar perusahaan dengan media komputer sebagai perantara. Sedangkan menurut David Baum *E-Commerce* merupakan sesuatu set yang dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan antar perusahaan, konsumen dan sebuah komunitas melalui transaksi elektronik dan melewati pertukaran elektronik yang melingkupi barang, jasa, dan

informasi.⁶⁴ Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.⁶⁵

2.5.1 Jenis-jenis transaksi dalam e-commerce:

1. E-Commerce Business to Business (B2B)

Transaksi *e-commerce* ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan, atau secara sederhana berlangganan. Contoh sederhana dari B2B ini yaitu produsen dan supplier yang saling bertransaksi secara online baik untuk konsultasi kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya.

2. E-commerce Business to Consumer (B2C)

Business to consumer dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi *e-commerce* ini terjadi layaknya jual-beli biasa. Konsumen mendapatkan penawaran produk dan melakukan pembelian secara online.

3. E-commerce C2C (Konsumen Ke Konsumen)

⁶⁴ Indrajit, R. E., 2001, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2001), h. 56

⁶⁵ Thomas, W. S., Norman, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 34

Untuk C2C, transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen. Kalau Anda sering menggunakan Tokopedia, Bukalapak, OLX dan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan B2C e-commerce. Transaksi jual beli dilakukan secara online melalui marketplace. Jadi C2C disini menjadi perantara antara penjual dan pembeli.

4. *Consumer to Business (C2B)*

C2B adalah kebalikan B2C yang mana konsumen terakhir bertindak sebagai penjual dan perusahaan bertindak sebagai pembeli.

5. *Media atau Aplikasi E-commerce*

Seperti yang dijelaskan dalam pengertian e-commerce diatas, transaksi bisnis ini bergantung pada sejumlah aplikasi dan media online lainnya, misalnya katalog, email, shopping carts, eb service, EDI dan file transfer protocol. Hal ini tentunya melibatkan kegiatan B2B (business to business).

2.5.2 **Contoh E-Commerce di Indonesia:**⁶⁶

1. *Jual Beli Online* di Marketplace

Transaksi jual-beli online di Marketplace lokal sudah sangat marak saat ini. Beberapa marketplace terkenal di Indonesia seperti:

a. *Shopee*

⁶⁶ <https://info.populix.co/articles/ecommerce-indonesia>

Shopee adalah salah satu contoh e-Commerce di Indonesia yang bisa dengan mudah Anda akses melalui *smartphone*. *Shopee* hadir dalam bentuk website dan aplikasi yang menyediakan berbagai macam produk mulai dari kebutuhan rumah, teknologi, otomotif, dan lain sebagainya. Berdasarkan data responden riset Populix untuk Bisnis, *Shopee* adalah platform *e-commerce* yang paling mereka minati.

b. *Tokopedia*

Pasti Anda sudah tidak asing lagi dengan aplikasi *e-Commerce* Indonesia yang satu ini. *Tokopedia* adalah aplikasi jual beli milik PT. Dwitama yang didirikan pada 17 Agustus 2009. Hampir sama dengan *Shopee*, pilihan produk yang ada di dalam *Tokopedia* juga beragam. Menurut riset *Populix*, *Tokopedia* menduduki nomor dua dalam kategori paling diminati.

c. *Lazada*

Berbeda dengan *Tokopedia*, *Lazada* merupakan platform *e-Commerce* yang merupakan pendirian Singapura pada tahun 2011 silam. *Lazada* mulai masuk dan bersaing dengan *e-Commerce* di Indonesia sejak Maret 2012.

d. *Bukalapak*

Platform *e-Commerce* yang satu ini didirikan sejak 2010 silam. *Bukalapak* berhasil meraih status Unicorn pada tahun 2017. Fitur dan

produk yang disediakan tidak jauh berbeda dengan lainnya. Hingga saat ini Bukalapak berhasil menjadi wadah bagi jutaan pelapak.

e. *Blibli*

Bagian eCommerce Indonesia lainnya adalah Blibli. Didirikan sejak 2011, Blibli menduduki posisi keenam sebagai platform *E-Commerce* yang paling diminati. Fokus bisnisnya adalah B2B, B2C, dan B2B2C, dan lain sebagainya.

2. *Internet Banking dan SMS Banking*

Transaksi pembayaran melalui internet dan jaringan telekomunikasi juga merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan *e-commerce*.

3. *TV Kabel dan Internet Provider*

Berlangganan *TV Kabel* dan internet juga merupakan salah satu bentuk *e-commerce* yang sudah cukup lama berlangsung di Indonesia. Beberapa perusahaan yang ada di bisnis *TV kabel* dan internet provider diantaranya; *Indovision, Big TV, Indihome, MyRepublic, dan Firstmedia*.

2.5.3 Komponen *E-Commerce*:

1. Produk

E-commerce mendukung penjualan berbagai jenis produk, mulai dari produk fisik hingga produk digital

- a. Produk digital: ebook membership, software, musik, dan lain-lain

b. Produk fisik: buku, pakaian, gadget, makanan, dan lain-lain

2. Tempat Menjual Produk

Kegiatan e-commerce dilakukan di internet, maka dibutuhkan domain dan hosting untuk membuat website sebagai media pemasaran.

3. Cara Menerima Pesanan

Ada banyak cara yang bisa dilakukan untuk menerima pesanan. Diantaranya adalah dengan memanfaatkan *email*, telepon, *SMS*, *Chatting*, dan lain-lain.

4. Metode Pembayaran

Beberapa metode pembayaran *e-commerce* pada umumnya menggunakan transfer *via ATM*, kartu kredit, *COD*, *e-payment*.

5. Metode Pengiriman

Cara pengiriman barang *e-commerce* di Indonesia biasanya menggunakan jasa pengiriman barang (JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan lain-lain). Namun, ada juga yang menggunakan jasa antar dari *Ojek Online*.

6. Customer Service

Layanan pelanggan merupakan komponen yang sangat penting dalam operasional e-commerce. Aktivitas ini umumnya dilakukan melalui *email*, formulir *online*, *FAQ*, telepon, *chatting*, dan *social media*.

2.5.4 Keuntungan e-commerce bagi konsumen:

1. *Efektif*: Konsumen dapat memperoleh informasi tentang produk atau jasa yang dibutuhkannya dan berinteraksi dengan cara yang cepat dan murah.

2. Aman secara fisik: Konsumen tidak perlu mendatangi toko secara langsung dan ini memungkinkan konsumen dapat bertransaksi dengan aman, sebab daerah-daerah tertentu mungkin sangat berbahaya jika berkendara dan membawa uang tunai dalam jumlah besar.
3. Fleksibel: Konsumen dapat melakukan transaksi dari berbagai lokasi, baik dari rumah, kantor atau tempat lainnya.

2.5.5 Dampak dari *e-commerce*:

1. Positif

- a. *Revenue stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di *system* transaksi tradisional.
- b. *Dapat meningkatkan pangsa pasar (market exposure)*
- c. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*)
- d. Melebarkan Jangkauan (global reach)
- e. Meningkatkan customer loyalty.
- f. Meningkatkan supplier management.
- g. Memperpendek waktu produksi.
- h. Meningkatkan mata rantai pendapatan.

Dengan demikian, *e-commerce* memiliki dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan pendapatan usaha, serta memudahkan transaksi dan pemasaran.

2. Negatif

- a) Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan,
- b) Pencurian informasi rahasia yang berharga, gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi korban.
- c) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran Listrik tiba-tiba padam.
- d) Pengguna akses kesumber oleh pihak yang tidak berhak. Contohnya: Seorang hacker yang berhasil membobol sebuah system perbankan. Setelah itu ia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.
- e) Kehilangan kepercayaan dari para konsumen, ini karena berbagai macam factor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi Perusahaan tersebut.
- f) Kerugian yang tidak terduga, disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan factor manusia atau kesalahan system elektronik.⁶⁷

Dengan demikian, *e-commerce* memiliki dampak negatif yang kompleks dan beragam, yang memerlukan perhatian dan strategi yang tepat untuk menghadapinya terutama dari pemerintah .

⁶⁷ <http://journal.ubaya.ac.id>

2.6 Tinjauan Undang-Undang Yang Mengatur

2.6.1 Sejarah Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dn masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen.⁶⁸

Istilah "hukum konsumen" dan "hukum perlindungan konsumen" sering digunakan, tetapi belum jelas apa yang masuk ke dalam materi keduanya. Namun, hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai berlaku sejak tanggal 20 April 2000.⁶⁹ Latar belakang Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berfokus pada perlindungan konsumen dalam kegiatan perdagangan. Undang-Undang ini diharapkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi masyarakat untuk menjamin keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Perlindungan konsumen menjadi penting karena kegiatan perdagangan dapat menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam Undang-Undang ini, perlindungan

⁶⁸ <https://repository.ut.ac.id/4102/1/HKUM4312-M1.pdf>

⁶⁹ https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.

konsumen dijamin dengan adanya kepastian hukum yang menjamin hak-hak konsumen, seperti kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Perlindungan konsumen juga diharapkan dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan makmur. Negara-negara maju telah menempuh pembangunannya melalui tiga tingkat: unifikasi, industrialisasi, dan negara kesejahteraan.⁷⁰ Pada tingkat ketiga, tugas utama negara adalah memberikan perlindungan terhadap rakyat dari sisi negatif industrialisasi dan membetulkan kesalahan-kesalahan sebelumnya dengan menekankan kesejahteraan masyarakat. Dalam Undang-Undang ini, konsumen dijamin hak untuk memperoleh keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Produk yang ditawarkan tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi, sehingga konsumen tidak dirugikan secara jasmani dan rohani. Hak untuk memperoleh keamanan ini penting di tempatkan pada kedudukan utama karena berabad-abad berkembang suatu falsafah berpikir bahwa konsumen (terutama pembeli) adalah pihak yang wajib berhati-hati, bukan pelaku Undang-Undang ini memiliki tujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dan menjamin kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen.⁷¹

Undang-Undang ini juga memiliki segi positif dan negative yaitu :

Segi Positif

1) Definisi Perlindungan Konsumen

UUPK memberikan definisi yang jelas tentang perlindungan konsumen sebagai

⁷⁰ 1Husni Syawali, Sri Imaniya, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 1.

⁷¹ <https://kumparan.com>

"segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen"⁷² (Pasal 1 butir 1 UUPK).

2) Hak-Hak Konsumen

UUPK menjamin hak-hak konsumen seperti hak untuk menerima pembayaran yang sesuai, hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beretika, dan hak untuk melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian sengketa konsumen.⁷³

3) Tanggung Jawab Pelaku Usaha

UUPK menetapkan tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.⁷⁴

4) Penyelesaian Sengketa.⁷⁵

UUPK memberikan prosedur penyelesaian sengketa konsumen yang lebih efektif, termasuk penyelesaian di luar pengadilan dan pengadilan.

Segi Negatif:⁷⁶

1) Kekeliruan dan Kekurangan

UUPK memiliki beberapa kekeliruan dan kekurangan dalam pengaturan, seperti masalah gramatika dan sistematika, yang dapat menghambat implementasinya.

⁷² Pasal 1 butir 1 UUPK

⁷³ Pasal 4 UUPK No 8 Tahun 1999

⁷⁴ Pasal 8 UUPK No 8 Tahun 1999

⁷⁵ Pasal 49 ayat 1 UUPK No 8 Tahun 1999

⁷⁶ <https://ejournal.undip.ac.id>

2) Kurangnya Penerapan

Sanksi pidana dan administratif yang diatur dalam UUPK sering diabaikan, sehingga perlindungan konsumen tidak terlaksana dengan baik.

3) Keterbatasan Implementasi

UUPK masih menghadapi beberapa kendala dalam implementasinya, seperti keterbatasan sumber daya dan kemampuan pelaku usaha untuk memberikan perlindungan yang efektif.

4) Kurangnya Pemahaman

Masyarakat, termasuk pelaku usaha, sering tidak memahami hak-hak dan kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga perlindungan konsumen tidak dapat diterapkan secara efektif. Masyarakat sering melakukan pengaduan pada platform daripada memilih jalur hukum di pengadilan karena kurangnya pemahaman terhadap tata cara pengaduan yang berlaku. Banyak yang merasa malas untuk melapor pada pihak yang berwenang dan hanya menerima kerugian dengan pasrah.

Dalam sintesis, UUPK No. 8 Tahun 1999 memiliki potensi besar dalam melindungi hak-hak konsumen, tetapi masih menghadapi beberapa kendala yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di Indonesia

2.6.2 Tujuan di bentuknya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999⁷⁷

1) Meningkatkan Kesadaran dan Kemampuan Konsumen

UUPK bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri. Hal ini dilakukan dengan memberikan informasi dan pendidikan yang lebih baik kepada konsumen.

2) Mengangkat Harkat dan Martabat Konsumen

UUPK juga bertujuan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian mereka. Hal ini dilakukan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan dan pemanfaatan barang dan jasa.

3) Menjamin Kesejahteraan Masyarakat

Tujuan lainnya adalah untuk menjamin kesejahteraan masyarakat dengan memberikan kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan jasa yang diperoleh di pasar. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi kerugian konsumen dan menjamin keamanan dalam transaksi.

4) Meningkatkan Keseimbangan dan Keadilan

UUPK juga bertujuan untuk meningkatkan keseimbangan dan keadilan dalam transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Hal ini dilakukan dengan

⁷⁷ <https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukum-perlindungan-konsumen-cakupan-tujuan-dan-dasarnya-lt62dfc65f7966c/>

memberikan hak-hak yang adil kepada konsumen dan pelaku usaha, serta menjamin kepastian hukum dalam penyelesaian sengketa.

Dengan demikian, UUPK No 8 Tahun 1999 dibentuk untuk melindungi konsumen dan menjamin kesejahteraan masyarakat, serta meningkatkan kesadaran dan kemampuan konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri.

2.6.3 Hak-Hak Konsumen Menurut UUPK Nomor 8 Tahun 1999⁷⁸

Hak konsumen di Indonesia tercantum dalam Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berikut beberapa hak konsumen yang harus dipenuhi:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen.
3. Hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk dan jasa keuangan.
4. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari perbuatan yang merugikan konsumen, seperti penipuan dan manipulasi.

⁷⁸ Zaeni Asyhadie, Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). 195

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan peraturan-peraturan untuk melindungi hak-hak konsumen, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen selain itu juga untuk memberikan kepastian hukum dan rasa aman bagi konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa. Dalam pelaksanaannya, perlindungan konsumen juga memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan konsumen, serta melalui upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Konsumen berhak untuk mendapatkan haknya sebagai konsumen dan wajib diberikan kepada konsumen oleh penjual demi mendukung transaksi yang berjalan dengan lancar. Konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan melalui pengadilan atau luar pengadilan, dan penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak akan menghilangkan tanggung jawab pidana pelaku usaha jika terbukti melakukan pelanggaran.

2.6.4 Pihak-Pihak Yang Diwajibkan melindungi konsumen

Pihak yang diwajibkan oleh Undang-Undang untuk melindungi konsumen di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah

Pemerintah memiliki tanggung jawab dalam melindungi konsumen melalui pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen dan penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya. Pengawasan ini dilakukan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait

2. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)

LPKSM adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah. Lembaga ini memiliki kegiatan menangani perlindungan konsumen dan dapat melakukan pengawasan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.

3. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

BPKN adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Badan ini bekerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua BPKN.

Dengan demikian, pihak-pihak tersebut memiliki peran penting dalam melindungi hak konsumen dan menjamin kepentingan mereka dalam bertransaksi dengan pelaku usaha.

Peran Menteri dalam pengawasan perlindungan konsumen sangat penting dan luas. Berikut beberapa aspek pentingnya:

1. Pembinaan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

Menteri bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pembinaan ini meliputi upaya untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

2. Koordinasi dengan Menteri Teknis Terkait

Menteri melakukan koordinasi dengan menteri teknis terkait untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen. Koordinasi ini meliputi penyusunan kebijakan, pemasyarakatan peraturan perundang-undangan, peningkatan peranan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK), serta peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan.

3. Pengawasan dan Pemberdayaan

Menteri juga bertanggung jawab atas pengawasan dan pemberdayaan konsumen. Pengawasan ini dilakukan untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pemberdayaan konsumen dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan, serta peningkatan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing.

4. Koordinasi dengan LPKSM

Menteri juga melakukan koordinasi dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah suatu prosedur atau cara yang digunakan untuk mengetahui sesuatu dengan langkah-langkah sistematis. Metode penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, serta memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Pemilihan metode penelitian juga sangat penting dalam penelitian karena dapat mempengaruhi hasil akhir, kualitas data, dan efisiensi sumber daya. Oleh karena itu, peneliti harus mempertimbangkan berbagai faktor dan memilih metode yang sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *yuridis empiris* yaitu penelitian yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk mengungkapkan permasalahan di lapangan yang diteliti dengan berpegang pada ketentuan yang normatif mengenai perlindungan hukum bagi konsumen atau lebih singkatnya penelitian terhadap efektivitas hukum, yang membahas bagaimana hukum beroperasi dalam masyarakat.⁷⁹ Penelitian yuridis empiris merupakan penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara langsung pada peristiwa hukum tertentu yang terjadi di masyarakat.

⁷⁹ Zainuddin Ali, 2011. Metode Penelitian Hukum (Jakarta : Sinar Grafika), hlm. 31

Penelitian yuridis empiris, juga dikenal sebagai penelitian lapangan (*field research*), berfokus pada pengamatan dan analisis bagaimana hukum beroperasi dalam praktik di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas hukum yang berlaku dengan menghubungkan teori hukum dengan realitas yang ada di lapangan. Penelitian hukum empiris salah satu tipe penelitian hukum yang populer dan digunakan dalam penelitian hukum. Penelitian hukum empiris sendiri bertujuan untuk mengumpulkan pengetahuan secara sistematis dengan menganalisis akibat-akibat hukum berdasarkan pengamatan. Metode Penelitian Hukum *Empiris* (*Yuridis Empiris*) merupakan metode penelitian hukum yang mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataan di masyarakat atau penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya yang terjadi di masyarakat, dengan maksud menemukan fakta-fakta yang dijadikan data penelitian yang kemudian data tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah. Topik-topik atau tema yang relevan untuk diteliti menggunakan metode penelitian hukum empiris adalah Penelitian terhadap identifikasi hukum, dan penelitian terhadap efektifitas hukum. Penelitian hukum difokuskan pada menguji kepatuhan masyarakat terhadap suatu norma hukum dengan tujuan mengukur efektif atau tidak suatu pengaturan/materi hukum yang berlaku. Data primer yang digunakan dalam metode penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan berdasarkan dari responden dan narasumber. Pengumpulan data di lapangan yang dilakukan oleh peneliti dengan cara wawancara.

Ditinjau dari objek kajiannya, penelitian hukum empiris dapat dibagi atas 5 (lima) jenis. Kelima objek kajian dalam penelitian empiris ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian efektivitas hukum
2. Penelitian kepatuhan terhadap hukum
3. Penelitian Peranan lembaga atau institusi hukum di dalam penegakkan hukum
4. Penelitian implementasi aturan hukum
5. Penelitian pengaruh aturan hukum terhadap masalah social dan Penelitian pengaruh masalah sosial terhadap aturan hukum

Dari kelima objek kajian penelitian hukum empiris di atas, “hukum dipandang sebagai gejala sosial, dengan titik berat pada perilaku individu atau masyarakat dalam kaitannya dengan hukum. Oleh karena itu, dalam penelitian penelitian yang demikian, hukum ditempatkan sebagai variabel terikat dan faktor faktor nonhukum yang memengaruhi hukum dipandang sebagai variabel bebas”.

Menurut Marzuki dalam buku metode penelitian hukum, “hasil yang hendak dicapai oleh penelitian semacam ini adalah menjawab pertanyaan-pertanyaan: apakah ketentuan tertentu efektif di suatu daerah tertentu?; apakah ketentuan tertentu efektif untuk seluruh Indonesia?; factor-faktor nonhukum apakah yang memengaruhi terbentuknya ketentuan-ketentuan suatu undangundang?; dan apakah

peranan lembaga tertentu efektif dalam penegakan hukum?”. Bekerjanya hukum dalam masyarakat dapat dikaji dari aspek :

- a. Pembentukan hukum dalam prespektif sosiologis,
- b. Nilai-nilai keadilan dalam penerapan hukum di masyarakat,
- c. Sejarah hukum,
- d. Penelitian hukum yang responsif,
- e. Permasalahan hukum dalam masyarakat,
- f. Efektifitas pelaksanaan aturan hukum,
- g. Kemanfaatan hukum dalam masyarakat,
- h. Kepatuhan atau ketaatan masyarakat, aparat, lembaga hukum terhadap hukum,
- i. Peranan lembaga atau institusi hukum terhadap hukum,
- j. Penegakan hukum (law enforcement),
- k. Implementasi atau pelaksanaan aturan hukum di masyarakat atau lembaga hukum,
- l. Pengaruh aturan hukum terhadap masalah sosial tertentu,
- m. Pengaruh masalah sosial tertentu terhadap hukum,
- n. Hukum agama yang hidup dan berkembang dalam masyarakat,
- o. Hukum kebiasaan dan hukum adat,

p. dan lain-lain.

Teknik pengumpulan data pada penelitian hukum empiris dapat dilakukan dengan 4 (empat) cara, yaitu sebagai berikut:

- a. Wawancara, yaitu melaksanakan tanya jawab dengan narasumber yang memiliki kaitan dengan masalah yang diteliti.
- b. Menyusun dan membagikan angket atau kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh narasumber terkait dengan permasalahan tertentu.
- c. Observasi, yaitu peninjauan dengan cermat dan teliti mengenai suatu hal yang diteliti.
- d. Dokumentasi, yaitu pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi (data atau bahan hukum). Baik itu dengan cara merekam, memotret, maupun membuat transkrip rekaman hasil wawancara yang bertujuan untuk menjadi data dukung dalam penelitian. Setelah data dan bahan hukum dikumpulkan, kemudian dipilih yang memiliki validitas yang baik, maka tahap selanjutnya adalah melakukan pengolahan data, yaitu mengelola data sedemikian rupa, sehingga data dan bahan hukum tersebut secara runtut, sistematis, sehingga akan memudahkan peneliti melakukan analisis. Data yang telah terkumpul melalui kegiatan pengumpulan data belum memberikan makna apapun bagi tujuan penelitian. Oleh karena itu, tepat kiranya bahwa setelah pengumpulan data, peneliti kemudian melakukan pengolahan data. Pengolahan data umumnya dilakukan melalui tahap-tahap

diantaranya; pemeriksaan data, penandaan data, klasifikasi dan penyusunan/sistematikasi data. Pengolahan data sebagai klasifikasi, yaitu melakukan klasifikasi terhadap data dan bahan hukum yang telah terkumpul ke dalam kelas-kelas dari gejala atau peristiwa hukum yang sama atau yang dianggap sama kemudian dilakukan analisis hukum berdasarkan metode yang digunakan.

Pengumpulan data hukum dalam penelitian hukum empiris dilakukan dengan cara *survey*. *Survey* merupakan sarana untuk mengumpulkan data dari narasumber atau informan penelitian untuk melakukan pengamatan dan wawancara pada pendekatan *empiris*. Berikut adalah beberapa teknik yang umum digunakan:

3.2.1 Jenis Data

1. Data Primer:

Data ini diperoleh langsung dari sumbernya melalui interaksi dengan responden. Metode pengumpulan data primer termasuk wawancara dan observasi. Misalnya, wawancara dengan pihak-pihak terkait, seperti praktisi hukum, masyarakat yang terlibat dalam kasus hukum, atau narasumber lainnya untuk mendapatkan perspektif langsung mengenai isu yang diteliti.

2. Data Sekunder:

Data sekunder berfungsi sebagai pelengkap data primer dan diperoleh melalui studi pustaka. Ini mencakup dokumen hukum, literatur, dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Penggunaan

data sekunder membantu memberikan konteks dan mendukung analisis.

Bahan hukum sekunder meliputi:

- 1) Buku Literatur;
- 2) Hasil karya ilmiah;
- 3) Jurnal;
- 4) Artikel ilmiah;

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum pelengkap yang sifatnya memberikan penjelasan tambahan. Bahan hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini adalah kamus besar bahasa Indonesia

3.2.2 Analisis Bahan Hukum

Proses analisis bahan hukum merupakan suatu proses menemukan jawaban dari pokok permasalahan yang timbul dari fakta. Metode analisis bahan hukum yang dipergunakan dalam penulisan ini adalah menggunakan metode deduktif yaitu suatu metode berpangkal dari hal yang bersifat umum ke khusus yang selanjutnya bahan hukum tersebut, yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder tersebut diolah secara kualitatif yaitu suatu pengolahan bahanbahan non statik. Langkah selanjutnya yang digunakan dalam melakukan suatu penelitian

hukum adalah :

1) . Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan

untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;

2) Pengumpulan bahan-bahan hukum dan kiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum;

3) Melakukan telaah atas isi hukum yang diajukan berdasarkan bahanbahan yang telah dikumpulkan;

4) Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum;

5) Memberikan preskripsi berdasarkan argument yang telah dibangun di dalam kesimpulan.

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melalui pengolahan bahan-bahan hukum yang telah dikumpulkan terlebih dahulu, kemudian disusun secara sistematis dan terarah dengan menggunakan metode preskriptif, yaitu setiap analisis tersebut akan dikembalikan pada norma hukum karena alat ujinya adalah norma hukum yang bersarankan logika deduksi yaitu logika yang berpangkal dari prinsip-prinsip dasar yang kemudian dikaitkan dengan fakta yang dijumpai.

3.3 Fokus Penelitian

Peneliti membuat batasan masalah mengenai bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen, hambatan lembaga pelayanan masyarakat dalam

melindungi konsumen dan bagaimana solusi dari hambatan tersebut. Masyarakat diharapkan bisa lebih aktif dan tidak tinggal diam jika terjadi penipuan karena ada

3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI) yang beralamat di Jl. Dinar Asri Raya Blok B. 11, Mateseh, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah dan wawancara langsung dengan para korban di desa Karangjati, Bergas Kabupaten Semarang.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini bersumber dari 2 (dua) sumber, yang meliputi:

Data Primer

Data primer adalah data yang akan diperoleh dengan melakukan observasi lapangan dengan responden secara langsung dan dikumpulkan serta diolah sendiri oleh peneliti.⁸⁰

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang diperoleh dari studi kepustakaan seperti Undang-undang, literatur, serta buku-buku yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti guna mendapatkan data lain yang mendukung penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari:

⁸⁰ Zainuddin Ali, Op.Cit, hlm. 106.

a) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan yang meliputi:

1. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Diterbitkan pada 24 November 2019, PP PMSE mengatur pokok-pokok transaksi e-commerce, termasuk pelaku usaha, perizinan, dan pembayaran, Menjelaskan tiga kategori peran dalam transaksi perdagangan elektronik, yakni pelaku usaha/pedagang, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE), dan penyelenggara sarana draf perantara dan mewajibkan pelaku usaha memiliki izin khusus perdagangan elektronik dari Menteri Perdagangan sesuai dengan UU ITE.
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menetapkan perlindungan konsumen sebagai keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen dalam usaha mereka dan mengatur pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Menetapkan peraturan tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan

perlindungan konsumen, termasuk definisi pelaku usaha, barang, dan jasa, serta badan penyelesaian sengketa konsumen.

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang membantu memberikan penjelasan dalam pemahaman bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder

meliputi:

- 1) Buku Literatur;
- 2) Hasil karya ilmiah;
- 3) Jurnal;
- 4) Artikel ilmiah;

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum pelengkap yang sifatnya memberikan penjelasan tambahan. Bahan hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini adalah kamus besar bahasa Indonesia. Atau lebih lengkapnya bahan hukum tersier adalah jenis bahan hukum yang menyediakan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Secara spesifik, bahan hukum tersier digunakan untuk memberikan pemahaman dan pengertian atas istilah-istilah hukum, definisi, dan konteks yang relevan dengan isu hukum yang diteliti.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses untuk mendapatkan data dengan menggunakan teknik tertentu.⁸¹ Pada umumnya teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian hukum berupa studi kepustakaan, wawancara, serta pengamatan. Untuk penelitian hukum normatif hanya menggunakan studi kepustakaan sedangkan pengamatan dan wawancara dilakukan untuk penelitian empiris.⁸² Bukan berarti dalam penelitian hukum normatif tidak membutuhkan wawancara dan pengamatan, wawancara juga dibutuhkan sebagai data pendukung untuk menjelaskan isu hukum yang diteliti.⁸³ Hal tersebut tergantung pada ruang lingkup dan tujuan dari penelitian hukum yang dilakukan.⁸⁴ Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, wawancara dan observasi.

a. Wawancara

Dalam proses wawancara skripsi ini peneliti akan mewawancarai :

1. Pimpinan LPKNI Semarang: Baktiar Ari Prabowo
2. Pimpinan LPKSM Kabupaten Semarang : Hamid
3. Konsumen
 - 1: Qhoirun Najah
 - 2: Retno Sri Rahayu

⁸¹ Ulber Silalahi, "Metode Penelitian Sosial". (Bandung: Refika Aditama, 2012), halaman 280

⁸² Bachtiar, Op.Cit, halaman 139

⁸³ Loc.Cit

⁸⁴ M. Syamsudin, "Operasionalisasi Penelitian Hukum", (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), halaman 101

b. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengumpulan data dengan cara melihat langsung di lokasi penelitian. Observasi merupakan kegiatan yang penting dilakukan karena untuk mendapatkan informasi yang pasti.⁸⁵ Observasi atau pengamatan dilakukan untuk mendapatkan data yang valid yang tidak cukup hanya dengan studi Pustaka. Metode ini mengharuskan peneliti untuk turun langsung ke lokasi penelitian. Dalam penelitian ini pengamatan dilakukan di Kantor Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia di Tembalang, Semarang, Jawa tengah dan wawancara langsung di Kabupaten Semarang tepatnya di Kecamatan Bergas, Karangjati.

3.7 Studi Kepustakaan

Pengumpulan data kepustakaan diperoleh dengan cara melakukan penelitian kepustakaan dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dihadapi.⁸⁶ Metode studi kepustakaan dilakukan dengan cara mencari, mempelajari, dan mencatat serta menafsirkan hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Alasan penulis menggunakan teknik pengumpulan studi kepustakaan karena penelitian ini berdasarkan pada peraturan perundang-undangan serta hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Langkah yang dapat ditempuh penulis dalam studi kepustakaan meliputi:

⁸⁵ Ibid, halaman.196-197.

⁸⁶ Zainuddin Ali, Op.Cit halaman 107

- a. Mengidentifikasi sumber bahan hukum;
- b. Menginventarisasi bahan hukum yang diperlukan peneliti;
- c. Mencatat dan mengumpulkan bahan hukum yang diperlukan;
- d. Menganalisis berbagai bahan hukum yang diperoleh sesuai dengan permasalahan yang diteliti;⁸⁷

Tujuan daripada kegiatan studi kepustakaan ini adalah untuk mengumpulkan bahan-bahan hukum primer maupun sekunder sehingga akan didapat beberapa bahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

3.8 Validitas Data

Validitas data merupakan ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti sehingga tidak ada perbedaan antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian.⁸⁸ Uji validitas data dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan pembaca, hal tersebut dilakukan untuk mengantisipasi berbagai tuduhan bahwa penelitian tidak ilmiah dan sebagainya.⁸⁹

Validitas data dalam penelitian ini agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan, maka penulis menggunakan validitas data dengan uji

⁸⁷ Abdulkadir Muhammad, "Hukum dan Penelitian Hukum", (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), halaman 82

⁸⁸ Hardani, Dkk, "Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif".(Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), halaman 198.

⁸⁹ Lexy J Moelong, "Metode Penelitian Kualitatif". (Bandung: Rosyda Karya, 1991), halaman 320

kredibilitas menggunakan bahan referensi. Bahan referensi yang dimaksud adalah data pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti misalnya data hasil dari wawancara.⁹⁰ Sebagai bahan referensi untuk meningkatkan kepercayaan tersebut penulis menggunakan bahan dokumentasi berupa catatan hasil wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan penelitian. Data tersebut diperlukan karena untuk mendukung data agar lebih dapat dipercaya

3.9 Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang bersifat mentransformasikan data menjadi informasi, data ialah hasil pencatatan dan informasi merupakan makna dari hasil pencatatan.⁹¹ Analisis data bertujuan untuk menjawab suatu permasalahan yang diteliti dan menafsirkan data yang diperoleh serta menyusun data yang diperoleh sehingga memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian.⁹²

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh peneliti adalah model analisis Milles dan Huberman, yaitu kegiatan analisis yang dilakukan dengan mengumpulkan data, yang meliputi:⁹³

⁹⁰ 8Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif, (Bandung: Alfabeta; 2017), halaman 275

⁹¹ Prasetya Irawan, “Logika dan Prosedur Penelitian, Pengantar Teori dan Panduan Praktis Penelitian Sosial bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula”. (Jakarta: STIA LAN, 2000), halaman 28-29.

⁹² Nanang Martono, “Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), halaman 10.

⁹³ Milles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), halaman. 16

1. Reduksi Data

Mereduksi data dilakukan dengan merangkum, memilih pokok-pokok dan fokus pada hal-hal yang penting. Dengan begitu data yang akan direduksi dapat memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data. Pada penelitian ini mereduksi data akan dilakukan dengan cara wawancara, kemudian membuat rangkuman dari wawancara tersebut. Setelah memilih data yang akan digunakan dalam laporan penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Penyajian data ini, berfungsi untuk memudahkan peneliti dalam memahami data yang diperoleh di lapangan

3. Penarikan Kesimpulan

Analisis data kualitatif langkah terakhir yang dilakukan adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan ini didukung oleh bukti-bukti yang valid yang didapatkan saat peneliti mengumpulkan data. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ini merupakan temuan yang sebelumnya belum pernah ada.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Peraturan Hukum yang mengatur perlindungan konsumen terhadap kerugian belanja *online* melalui *E-commerce* di Kabupaten Semarang

Dari banyaknya kasus yang telah di jalaskan pada bab sebelumnya yaitu mengenai dengan adanya kerugian bahkan penipuan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Penjual atau penyedia jasa berkewajiban memberikan informasi yang akurat mengenai deskripsi barang atau jasa yang akan di jual, tetapi melihat fenomena sekarang ini tidak sedikit penjual yang mmelakukan kecurangan demi keuntungannya sendiri tanpa memikirkan para pembeli yang akan dirugikan bahkan sampai melakukan tindak penipuan, sebagai contohnya adalah Qhoirun Najah (28)⁹⁴ “ Gak Cuma sekali beli barang online hasinya mengecewakan, Sudah berhati-hatipun namanya online masih saja ada yg nggak sesuai sama deskripsi produk” ucapnya dalam wawancara 10 Agustus 2024 di kantor tempat bekerja. Hal lain terjadi juga dengan Ibu Retno sri rahayu (48)⁹⁵ “Kalo ada salah kirim barang nggak sesuai bingung gimana cara ngembalikannya ribet, barang ga keburu dipakai acaranya besoknya, yaudah saya ikhlasin saja”. Dalam hal ini posisi pembeli sebagai konsumen menjadi lemah dan menjadi peluang bagi para penjual untuk melakukan kecurangan yang melanggar hak-hak konsumen.

⁹⁴ Najah Qoirun. Agustus 2024. Wawancara. Semarang: Kantor bekerja (Morich)

⁹⁵ Rahayu Sri Retno. Agustus 2024. Wawancara. Semarang: Kantor bekerja (Morich)

Banyaknya kasus yang merugikan kepentingan konsumen serta didukung oleh ketidakberdayaan konsumen, Pemerintah, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan sejumlah Lembaga yang memberikan perhatian kepada perlindungan konsumen kemudian berupaya untuk merumuskan produk hukum yang memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen di daerah Semarang khususnya di kabupaten. Dengan adanya Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang disahkan pada tanggal 20 April 1999. Awal terbentuknya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disepakati oleh DPR pada tanggal 30 Maret 1999 dan disahkan Presiden RI pada tanggal 20 April 1999 (LN No.42 Tahun 1999). Berbagai kegiatan yang dibahas untuk mewujudkan undang-undang perlindungan konsumen, yaitu:

1. Pembahasan masalah perlindungan konsumen dalam seminar kelima pusat study hukum dagang Fakultas Hukum Universitas Indonesia pada tanggal 15-16 Desember 1975 sampai dengan penyelesaian akhir undang-undang ini pada tanggal 20 April 1999;
2. Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman Republik Indonesia, penelitian tentang perlindungan konsumen pada tahun 1979-1981 dan naskah akademik Peraturan Perundang-undangan tentang perlindungan konsumen tahun 1980-1981;
3. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dan Perlindungan Konsumen Indonesia, memberikan suatu sumbangan pemikiran tentang Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada tahun 1981;

4. Departemen Perdagangan Republik Indonesia bekerjasama dengan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Rancangan Undang-undang tentang perlindungan konsumen pada tahun 1997;

5. DPR, RI, RUU usul inisiatif DPR tentang undangundang perindungan konsumen pada tahun 1998. Salah satu pokok kesimpulan dalam kegiatan di atas yang bekerjasama dengan Universitas Indonesia tersebut berbunyi, “Agaknya dalam kerangka ini mutlak perlu suatu undang-undang perlindungan konsumen, dan seharusnya undang-undang ini memberikan perlindungan pada masyarakat konsumen.”

Adapun tujuan perlindungan konsumen dalam UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perindungan Konsumen Pasal 3 meliputi:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan diri dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menetapkan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapat informasi;

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini memuat berbagai pasal dan ayat yang menjelaskan tentang perlindungan terhadap hak-hak konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, serta pengawasan dan penyelesaian sengketa konsumen. Dasar hukum lain yaitu Pasal Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara rinci mengatur akibat ketidakpuasan pelanggan sebagai berikut:

Pasal 4:

Huruf a: Konsumen berhak atas informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Huruf b: Konsumen berhak atas jaminan atas keamanan dan keselamatan dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

Huruf c: Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Huruf d: Konsumen berhak atas kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Huruf e: Konsumen berhak atas pengembalian barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Huruf f: Konsumen berhak atas kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar atau tidak sesuai dengan perjanjian.

Pasal 6:

Huruf a: Konsumen berhak atas hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, jenis kelamin, dan status sosial.

Huruf b: Konsumen berhak atas hak untuk memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Huruf c: Konsumen berhak atas hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Pasal 65:

Ayat (1): Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik wajib menyediakan data atau informasi yang lengkap dan akurat.

Ayat (2): Pelaku usaha dilarang menjual barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan data atau informasi yang diberikan.

Pasal 65 Ayat (1):

UU Perlindungan Konsumen:

Ayat (1): Setiap pengguna jasa yang menderita rugi akibat dari kelalaian atau ketidak sesuaian dalam penyelenggaraan jasa berhak mendapatkan kompensasi berupa penggantian sesuai dengan nilai biaya pengiriman jika paket kiriman tidak diasuransikan, atau sesuai nominal kiriman yang diasuransikan jika paket diasuransikan.

Dalam Pasal UUPK, konsumen berhak atas informasi yang akurat, transparan, dan benar, serta kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pelaku usaha juga wajib memberikan kompensasi jika paket kiriman hilang atau tidak sesuai dengan perjanjian. Pasal UUPK ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum dan jaminan keseimbangan kepentingan antara konsumen dan pelaku usaha dalam penyelesaian sengketa konsumen.

Adapun pihak yang diwajibkan oleh Undang-Undang untuk melindungi konsumendi Indonesia yaitu Pemerintah, Lembaga Perlindungan Konsumen

Swadaya Masyarakat (LPKSM), Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN).

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen.⁹⁶ Adapun fungsi BPKN memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam mengembangkan upaya perlindungan konsumen, dapat terjadi dalam berbagai bentuk dan tidak hanya terbatas pada penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen saja.⁹⁷ Guna menjalankan fungsinya dalam memberikan saran pertimbangan kepada pemerintah, BPKN mempunyai tugas:

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundangundangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperipihakkan kepada konsumen

⁹⁶ Pasal 31 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁹⁷ Ahmadi Miru, 2007, Hukum Perlindungan Konsumen, Rajagrafindo Persada, Jakarta, h. 197.

6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat

7. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen

Peran BPKN memang terlihat strategis dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden, mencerminkan bahwa pengaturan tugas BPKN diharapkan mampu memfasilitasi konsumen guna memperoleh keadilan, akan tetapi peran BPKN hanya sebatas pada memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah. Hal ini terlihat seperti tugas dan kewenangan BPKN dibatasi oleh undang-undang terkait, selain itu seperti yang telah dijelaskan sebelumnya BPKN didesain sebagai lembaga pemberi saran dan pertimbangan kepada pemerintah dengan tujuan mengembangkan upaya perlindungan konsumen. Ini berarti lembaga ini menjalankan tugas konsultatif. Namun, rumusan Pasal 34 UUPK mengindikasikan BPKN tidak sekedar lembaga pemberi saran atau rekomendasi. BPKN juga melakukan penelitian, menyebarluaskan informasi mengenai perlindungan konsumen, menerima pengaduan dan melakukan survey. Artinya BPKN diharapkan menjadi lembaga yang sangat kritis. Selain itu dalam tugas dari BPKN tidak dijelaskan apakah tugas tersebut hanya berlaku dalam perdagangan biasa atau juga berlaku bagi perdagangan online dan kedudukan dari BPKN masih belum jelas dalam konstelasi perlindungan konsumen di Indonesia khususnya perlindungan konsumen dalam bertransaksi online,⁹⁸ mengingat saat ini begitu banyak konsumen yang menjadi korban dalam transaksi online baik transaksi mengenai barang

⁹⁸ Jurnal Hukum Pro Justitia Pemetaan Kelembagaan Perlindungan Konsumen, Januari 2006. Volume 24 no.1

dan/atau jasa. BPKN tentunya diharapkan memiliki tugas dan wewenang yang lebih untuk dapat melindungi konsumen dalam bertransaksi online.

Di daerah Semarang khususnya kabupaten mempunyai salah satu cabang yang diberi nama Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI). Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI), merupakan salah satu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah, yang dalam kegiatannya menjalankan fungsi-fungsi perlindungan konsumen, sebagaimana di maksud dalam Undang Undang Megara Republik Indonesia, Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI), Pertama kali didirikan di Kota Malang, pada Tahun 2013, dan kemudian membuka beberapa kantor perwakilan termasuk di Kota Semarang ⁹⁹. Selain LPKNI di Kabupaten Semarang juga ada LPKSM yang berdiri pada tahun 2017 lokasi kantornya ada di Ungaran yang sekarang di pimpin oleh Bapak Hamid.¹⁰⁰

Berdasarkan hasil wawancara Pimpinan LPKNI Bakhtiar Ari Prabowo mengenai Bagaimana pengaturan perlindungan konsumen terhadap kerugian belanja online melalui E-commerce di Kabupaten Semarang? Beliau menjelaskan mengenai bentuk perlindungan konsumen terdapat 2(Dua) macam, yaitu:

Perfentif : perlindungan yang diberikan sebelum konsumen memnggunakan barang/ jasa.

⁹⁹ Bakhtiar, Pimpinan Lembaga perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Semarang, Juli 2024

¹⁰⁰ Hamid, Pimpinan LPKSM Kabupaten Semarang, 21 mei 2025

Kuratif : perlindungan yang diberikan setelah konsumen menggunakan barang/jasa

Secara undang-undang, hak konsumen terdiri atas:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan jasa yang sesuai
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang dan jasa yang akan di beli dan di pergunakan.
4. Hak untuk di dengar keluhannya atas barang dan jasa yang di belinya
5. Hak untuk mendapatkan advokasi
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan di bidang perlindungan konsumen, Dsb

LPKNI membantu konsumen yang mengalami diskriminatif, penintasan, dan ketidak sesuaian atas barang dan jasa yang dibeli/ diperoleh dari pelaku usaha, LPKNI bertanggung jawab atas perlindungan konsumen yaitu Segala bentuk perlindungan konsumen, dibina dan diawasi oleh pemerintah, termasuk pemerintah bekerjasama dengan beberapa elemen yang terkait dengan perlindungan konsumen, baik dari sektor pelaku usaha, masyarakat, LPKSM dan otoritas terkait. Urutan bagi konsumen yang akan mengadu jika terjadi permasalahan yaitu konsumen dapat melakukan upaya secara mandiri dengan mengajukan gugatan perdata atau tuntutan pidana di pengadilan hukum konsumen, konsumen juga dapat meminta bantuan kepada beberapa pihak termasuk, LPKNI dengan alur: membuat

aduan dalam bentuk kronologis, serta memnuat kuasa untuk membantu menyelesaikan permasalahannya.

LPKNI dapat melakukan upaya untuk membantu kepentingan konsumen dengan 2 (Dua) cara:

1. Mediasi: penyelesaian secara damai dan kekeluargaan
2. Litigasi: melaporkan secara pidana dan melakukan gugatan kelompok (class action).

Adapun tidak pengadilan alternatif dalam perlindungan konsumen yaitu Di indonesia terdapat peradilan di luar peradilan umum yaitu arbitrase. (Penyelesaian permasalahan antara konsumen dengan pelaku usaha dengan perdamaian mufakat). Sanksi yang diberikan jika terjadi pelanggaran di bidang perlindungan konsumen bagi pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran terhadap hak konsumen, dapat dikenakan sanksi administratif, pidana, dan tuntutan ganti kerugian, sampai dengan pencabutan izin usaha.

Tarif dalam penyelesaian masalah jika meminta bantuan ke LPKNI Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI) yang merupakan lembaga swadaya masyarakat, yang dalam menjalankan kegiataannya mendapatkan bantuan dari pemerintah, serta berhak menerima imbalan dari konsumen yang meminta bantuan (Honor), yang besar nya berdasarkan kesepakatan. Persentase aduan yang masuk ke LPKNI setiap bulan Berdasarkan grafik rata-rata, terdapat

lebih kurang 10 sampai dengan 15 aduan yang masuk ke LPKNI¹⁰¹

Dalam wawancara dengan Pimpinan LPKSM Kabupaten Semarang, beliau mengatakan terkait barang jika sudah tidak sesuai lagi dengan apa yang di deskripsikan itu sudah dikatakan melanggar undang-undang. Penyelesaian utama sebelum lapor ke LPKSM pembeli atau konsumen melakukan komen langsung kepada pihak penjual dengan harapan uang kembali. Jika dengan cara tersebut tidak menyelesaikan masalah maka ada sanksi pidana dan denda uang sebesar 2 Miliar Rupiah. Hampir 30% aduan dari total pelaku usaha selama setahun, Angka tersebut tidaklah sedikit. Penyebab utamanya karena kurangnya pengawasan dari BPOM/Badan Sumber Daya Pelaku Usaha, konsumen kurang faham akan perlindungan hukum karena disebabkan kurangnya sosialisasi dari Lembaga perlindungan konsumen itu sendiri. ¹⁰²

4.2 Hambatan Lembaga perlindungan hukum konsumen terhadap kerugian belanja *online* melalui *E-commerce* di Kabupaten Semarang

Setiap orang pernah menjadi konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder dalam rangka memperoleh barang dan jasa, walaupun tidak semua orang menjadi pelaku usaha, oleh karena itu sebagai konsumen tidak luput dari berbagai macam permasalahan yang mungkin terjadi seperti kecurangan pelaku usaha, penipuan dan sebagainya, maka perlu mendapat perlindungan dan jaminan hukum dari negara sebagai organ terhadap konsumen diperlukan produk hukum yang jelas dan dapat menjamin-

¹⁰¹ Baktiar Ari Prabowo, Pimpinan LPKNI Semarang, Juli 2024

¹⁰² Bapak Hamid, Pimpinan LPKSM Kabupaten Semarang, 21 Mei 2025

perlindungan masyarakat terutama konsumen pemakai barang dan jasa, untuk mewujudkan perlindungan terhadap konsumen pembuat Undang-undang telah melahirkan Undang-undang Nomor. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (selanjutnya disebut UUPK), tetapi dengan lahirnya Undang-undang perlindungan konsumen yang diharapkan mampu menyelesaikan sengketa konsumen belum sepenuhnya berjalan sesuai harapan masyarakat, walaupun undang-undang perlindungan konsumen sudah disahkan hampir dua dasawarsa lamanya, namun kenyataannya masih banyak kendala dan masyarakat belum merasakan dampak perlindungan negara terhadap konsumen yang maksimal.

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi, mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Seperti yang dijelaskan pada bab 2(dua) dalam kaitannya dengan perlindungan masyarakat, perlindungan hukum bagi korban kejahatan dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, termasuk pemberian restitusi, pemulian, layanan medis dan bantuan hukum. Perlindungan hukum adalah segala upaya untuk menegakan hak dan memberikan bantuan untuk memberikan rasa aman pada saksi dan korban. Satjipto Raharjo berpendapat dalam bukunya Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada HAM yang dirugikan orang lain dan perlindungan hukum tersebut diberikan kepada Masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh Hukum.

Jika aparat hukum mematuhi hukum secara profesional maka penyalahgunaan aturan dan hukum tidak akan terjadi. Kodifikasi dan unifikasi hukum dibutuhkan untuk mewujudkan perlindungan hukum atas kepentingan manusia yang terkoordinir. Sehingga implementasi dalam pelaksanaannya berjalan dengan tertib. Hukum yang dibuat harus bersifat normatif, artinya harus jelas dan logis. Jelas tanpa adanya multi-tafsir dan logis secara nalar tanpa menimbulkan konflik seperti kontesta, reduksi, atau distorsi norma. Kejelasan hukum sangat tergantung pada pemerintah. Dalam hal ini Pemerintah tidak diperkenankan membuat peraturan yang penerapannya dilarang oleh undang-undang atau bersifat melawan hukum. Jika hal ini terjadi, pengadilan harus memutuskan bahwa peraturan itu tidak sah, artinya tidak pernah terjadi akibat apapun akibat kehadirannya, dan harus dicat ulang seperti semula. Namun, ini akan menjadi masalah politik antara pemerintah dan pembuat undang-undang jika pemerintah tetap tidak menghapus peraturan yang dianggap batal demi hukum. Sebagaimana penjelasan diatas konsep negara hukum berpedoman pada asas Pancasila berisikan perlindungan hukum yang mencakup penghinaan dan pelanggaran harkat dan martabat manusia. Jadi, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum atau legal protection merupakan kegiatan untuk menjaga atau memelihara masyarakat demi mencapai keadilan. Kemudian perlindungan hukum dikonstruksikan sebagai bentuk pelayanan, dan subjek yang dilindungi. Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang diharapkan dapat menjadi senjata bagi konsumen pencari keadilan, dalam implementasinya ternyata masih sulit dilakukan.

Hal ini disebabkan ketentuan hukumnya tidak sesuai sebagaimana diharapkan, yaitu untuk menyelesaikan sengketa konsumen secara cepat, sederhana dan murah. Disamping itu tidak adanya konsistensi pada pasal-pasal dalam UUPK, adanya pertentangan antara pasal yang satu dengan pasal yang lainnya, maupun adanya konflik horizontal dengan produk perundang-undangan yang lainnya. Hambatan perlindungan konsumen terhadap kerugian belanja online melalui *e-commerce* di Kabupaten Semarang berdasarkan wawancara kepada Bapak Bakhtiar ketua LPKNI Semarang menurutnya dapat dilihat dari beberapa aspek meliputi: Mencakup tantangan hukum, kesadaran konsumen, dan efektivitas penegakan hukum.

1. Ketidakjelasan dan ketidak tegasan hukum

- a. Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen yang sekarang ini lahirnyapun dalam keadaan tekanan karena prosesnya yang harus masuk *World Trade Organization* (WTO) dan lain sebagainya sehingga menyebabkan sumber daya manusia (SDM) belum siap.¹⁰³
- b. Kalau di lihat dari denda, pidana dan hukuman yang ada di Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sekarang bisa dikatakan kurang tegas, kita bisa lihat polisi dan penegak hukum mereka enggan menggunakan UUPK karena Berlapis. Pelaku usaha ada denda administrative, kalau dilihat di negara-negara maju dan sudah mapan, denda pidana dan hukuman pidana tidak ada, berbeda jika kita bandingkan di Indonesia banyak orang curang demi mendapatkan keuntungan.

¹⁰³ Bakhtiar, Pimpinan Lembaga perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Semarang, Juli 2024

berlakunya UUPK, yang semula diharapkan oleh semua pihak untuk memberikan solusi bagi penyelesaian perkara-perkara yang timbul sebagai pelaksanaan dari undang-undang tersebut, ternyata dalam penegakan hukum terjadi ketimpangan dan menimbulkan kebingungan bagi pihak yang terlibat dalam proses implementasinya, terutama ketika masuknya peran lembaga peradilan dalam memeriksa perkara keberatan atas putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang banyak mengalami kendala, terutama aspek-aspek yang terkait dengan acara perdata. Undang-undang ini juga tidak memberikan petunjuk atau pedoman teknis maupun penjelasan yang cukup, bahkan adanya pertentangan pasal yang satu dengan pasal yang lain, pertentangan baik dengan ketentuan acara yang dipakai selama ini, maupun pertentangan dengan peraturan yang lain, sehingga kepastian hukum sulit dicapai, sebagaimana yang disebutkan dalam penjelasan pasal 2 UUPK tentang Asas Kepastian Hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Disamping adanya peraturan yang konsisten, juga belum adanya peraturan pelaksana yang mendukung.

2. Pemerintah (pengawasan, kelembagaan & pendanaan)

Pengawasan terhadap pelaku usaha sering kali dianggap kurang efektif. Banyak barang yang beredar di pasaran tidak disertai dokumen resmi, dan pengawasan terhadap produk-produk tersebut masih lemah. Hal ini menyebabkan banyak konsumen menjadi korban dari praktik bisnis yang

tidak bertanggung jawab. Kementerian Perdagangan (Kemendag) mencatat bahwa meskipun mereka menerima ribuan laporan pengaduan, masih ada banyak kasus yang tidak teratasi secara optimal

Kelembagaan, Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dibentuk untuk menangani sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, keberadaan lembaga-lembaga ini sering kali tidak cukup kuat untuk memberikan perlindungan yang efektif. BPSK berfungsi sebagai mediator tetapi sering kali tidak memiliki kekuatan untuk menegakkan keputusan mereka secara mandiri. Selain itu, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) juga diakui oleh pemerintah tetapi sering kali terhambat oleh masalah legal standing dalam mengajukan gugatan di pengadilan

Pendanaan, Pendanaan untuk program-program perlindungan konsumen juga menjadi masalah. Sumber daya yang terbatas dapat membatasi kemampuan lembaga-lembaga terkait dalam melaksanakan sosialisasi, pengawasan, dan penegakan hukum. Tanpa dukungan pendanaan yang memadai, upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hak-hak konsumen dan mekanisme perlindungannya akan terhambat.

Secara keseluruhan, meskipun ada kerangka hukum yang ada untuk melindungi konsumen di Indonesia, berbagai kelemahan dalam regulasi,

pengawasan, kelembagaan, dan pendanaan menyebabkan peluang terjadinya kasus perlindungan konsumen tetap tinggi. Upaya perbaikan dalam semua aspek ini diperlukan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di tanah air.

3. Produsen

Terfokus pada keuntungan, orientasi jangka pendek dan tau kelemahan konsumen. Perusahaan yang berorientasi pada keuntungan jangka pendek sering kali mengabaikan kepuasan pelanggan demi pencapaian laba cepat. Tindakan ini dapat menyebabkan pengabaian terhadap umpan balik konsumen dan keluhan, yang pada gilirannya dapat merusak reputasi perusahaan dan mengurangi loyalitas pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan dapat menyebar dengan cepat, di mana seorang pelanggan yang tidak puas dapat menginformasikan pengalaman buruknya kepada banyak orang, berpotensi merugikan perusahaan lebih jauh.

Pemahaman Terhadap Kelemahan Konsumen, produsen yang memahami kelemahan konsumen seperti kurangnya pengetahuan tentang produk atau ketidakmampuan untuk membandingkan pilihan dapat memanfaatkan situasi ini untuk keuntungan mereka. Misalnya, mereka bisa menawarkan produk dengan informasi yang tidak lengkap atau menyesatkan, sehingga konsumen merasa terpaksa memilih produk tersebut tanpa mempertimbangkan alternatif lain.

Secara keseluruhan, peluang terjadinya kasus perlindungan konsumen dari produsen yang berfokus pada keuntungan jangka pendek sangat mungkin terjadi. Hal ini terutama disebabkan oleh kurangnya perhatian terhadap kebutuhan dan kepuasan pelanggan serta pemanfaatan kelemahan konsumen dalam memahami produk. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menyeimbangkan antara orientasi pasar terhadap pelanggan dan pesaing agar dapat membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan konsumen.

4. Pengetahuan dan kesadaran hukum konsumen masih rendah.¹⁰⁴

Konsumen ketika berhadapan dengan pelaku usaha sering kali berada dalam posisi yang lemah ditambah lagi dengan minimnya pengetahuan konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen. Kondisi ini menjadikan pelaku usaha sering kali bersikap semena-mena terhadap konsumen, misalnya ketika konsumen membeli sesuatu barang dengan nota pembelian di mana di nota itu tertulis bahwa barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan, ketika barang yang dibeli ternyata ada cacat bawaan yang baru diketahui dan ingin ditukarkan oleh konsumen dengan barang yang baik maka beberapa pelaku usaha berlindung dibalik kalimat yang tercetak di nota bahwa barang yang dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan. Fenomena ini bagi sebagian orang merupakan hal yang meragukan, apakah memang barang yang ternyata rusak tidak dapat lagi

¹⁰⁴ Renti Maharani Karti, Komisi komunikasi dan edukasi BPKN, Universitas Pertamina Jakarta, November 2023 (Zoom <https://bit.ly/3LNANMP>)

ditukar karena di dalam nota tertulis bahwa barang tidak dapat ditukar atau dikembalikan.

Persaingan yang ketat di antara pelaku usaha di era pasar bebas juga memberikan dampak negatif bagi konsumen. Kadang kala pelaku usaha menghalalkan segala cara untuk mendapatkan konsumen misalnya dalam mengiklankan produk yang dijualnya beberapa pelaku usaha membuat iklan yang menipu supaya produk yang dijualnya laku. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen benar-benar dalam posisi lemah yang sangat rentan mendapatkan perlakuan yang semena-mena dari pelaku usaha.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa konsumen sangat perlu untuk mendapat perlindungan. Salah satu bentuk perlindungan adalah diperlukannya aturan untuk melindungi konsumen ketika berhadapan dengan pelaku usaha. Terkait dengan hal ini maka di Indonesia sudah ada aturan yang mengatur yaitu Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang disahkan dan diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dan efektif berlaku setelah satu tahun kemudian. Dalam konsideran huruf d UUPK disebutkan bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Adapun yang dimaksudkan dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen yang cakupannya dapat dibedakan ke dalam dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

UUPK mengatur tentang apa saja yang menjadi hak konsumen yang tertuang dalam Pasal 4 UUPK, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
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.

Sedangkan di dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) disebutkan mengenai kewajiban 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.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sudah memberikan kepastian hukum kepada konsumen mengenai hak-haknya sebagai konsumen. Hanya saja dalam kenyataannya konsumen tidaklah

mudah untuk mendapatkan dan mempertahankan hak-hak yang sebenarnya sudah dijamin oleh undang-undang tersebut. Salah satu yang menjadi kendala adalah kesadaran hukum konsumen akan hak-haknya. Kesadaran hukum adalah, perasaan hukum dan keyakinan hukum individu di dalam masyarakat. Kesadaran hukum inilah yang seharusnya membentuk budaya hukum dan kesadaran hukum masyarakat. Kesadaran hukum dan budaya hukum saling memengaruhi, kesadaran hukum membentuk budaya hukum dan sebaliknya budaya hukum cerminan kesadaran hukum.

Setidaknya ada dua hal yang terkait dengan kesadaran hukum konsumen ini pertama terkait dengan pengetahuan konsumen, sebagian konsumen tidak mengetahui dan menyadari akan hak-haknya sehingga menerima begitu saja perlakuan yang tidak adil dari pelaku usaha dan menganggapnya itu sebagai sesuatu hal yang biasa saja. Mereka tidak mengetahui bahwa hak-hak mereka sudah dijamin oleh undang-undang. Kedua terkait dengan perilaku konsumen, sebagian konsumen sebenarnya mengetahui tentang hak-haknya sebagai konsumen hanya saja tidak ingin direpotkan dengan tindakan pelaku usaha yang nakal sehingga konsumen tersebut tidak mempermasalahkan perbuatan pelaku usaha yang melanggar haknya. Hal ini berimplikasi terhadap keberulangan pelanggaran-pelanggaran oleh pelaku usaha karena mereka merasa aman, tidak ada yang menuntutnya. Sikap acuh dari konsumen ini tentunya berimplikasi pada terciptanya budaya pelanggaran terhadap hak konsumen di mana

masyarakat menganggap hal yang biasa terhadap pelanggaran hak konsumen oleh pelaku usaha.

Dua hal yang telah disebutkan terkait dengan kesadaran hukum konsumen akan hak-haknya ini mempengaruhi tegaknya hukum perlindungan konsumen. Ada beberapa hal yang bisa menjadi alternatif bagi konsumen ketika terjadi pelanggaran oleh pelaku usaha adalah konsumen hendaknya terlebih dahulu mengetahui dan memahami akan hak dan kewajibannya kemudian konsumen tidak berdiam diri ketika terjadi pelanggaran oleh pelaku usaha. Konsumen dapat melakukan komplek secara langsung kepada pelaku usaha misalnya minta ganti terhadap barang yang cacat dan minta penjelasan yang benar mengenai produk yang akan dibeli. Apabila komplek langsung kepada pelaku usaha tidak berhasil maka konsumen dapat melaporkannya kepada LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat). Di samping itu, konsumen juga dapat melaporkannya kepada BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), BPSK adalah lembaga non struktural yang berkedudukan di kabupaten/kota yang berfungsi sebagai alternatif bagi konsumen untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan dengan prinsip mudah, sederhana, dan cepat dengan mengedepankan prinsip musyawarah untuk mencapai mufakat. Konsumen juga dapat mengadukan halnya kepada Pos Layanan Informasi dan Pengaduan Konsumen di nomor hotline: 021341839, website: siswaspk.kemendag.go.id, email: pengaduan.konsumen@kemendag.go.id. Apabila ternyata permasalahan antara konsumen dengan pelaku usaha tidak

dapat diselesaikan melalui alternatif penyelesaian sengketa maka permasalahan tersebut dapat diselesaikan secara litigasi melalui pengadilan.

Dalam wawancara dengan pimpinan Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI) Semarang yang juga menyatakan tentang hambatan perlindungan konsumen yaitu kesadaran masyarakat dalam menegakan hukum, budaya *Nrimo* masih kental pada Masyarakat Indonesia terutama Kabupaten Semarang Jawa Tengah mereka lebih banyak *nrimo* daripada menuntut haknya.¹⁰⁵ Tingkat kesadaran hukum di kalangan konsumen masih rendah. Banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-hak mereka, sehingga mereka tidak dapat menuntut perlindungan yang seharusnya mereka terima, rendahnya pendidikan konsumen, belum ada pihak yang menyentuh bagaimana mempersiapkan konsumen Indonesia menghadapi pasar bebas dan persepsi pelaku usaha yang keliru dengan perlindungan konsumen akan menimbulkan kerugian merupakan sala satu faktor ketidak sadaran di kalangan konsumen mengenai perlindungan bagi mereka.

Kesadaran hukum konsumen akan hak-haknya sangat penting sekali karena akan menciptakan budaya hukum yang sangat positif yang dapat meminimalisir terjadinya pelanggaran hak dalam hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha. Artikel singkat ini terbatas hanya melihat dari perspektif konsumen yang sebenarnya hanya merupakan salah satu

¹⁰⁵Bakhtiar, Pimpinan Lembaga perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Semarang, Juli 2024

aspek penyebab terabaikannya hak-hak konsumen sehingga melihat permasalahan ini dari perspektif lain misalnya dari perspektif pelaku usaha adalah juga sangat penting sekali agar dapat melihat permasalahan ini dengan lebih komprehensif sehingga dapat menemukan solusi yang tepat.

Belum Efektifnya Proses Penyelesaian Sengketa Perlindungan Konsumen.

Undang-undang perlindungan konsumen membagi penyelesaian sengketa konsumen menjadi dua bagian yaitu :

1. Pertama penyelesaian sengketa diluar pengadilan terdiri dari:

- a. penyelesaian sengketa secara damai, oleh para pihak sendiri; dan
- b. penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, selanjutnya disebut (BPSK), dengan menggunakan mekanisme, yaitu Konsiliasi, Mediasi dan Arbitrase.

2. Kedua adalah Penyelesaian Sengketa melalui Pengadilan

Penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan, diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi, mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Jika telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa. Ini

berarti penyelesaian sengketa melalui pengadilan tetap dibuka setelah para pihak gagal menyelesaikan sengketa mereka di luar pengadilan.

Masyarakat sering dirugikan dan tidak mengetahui cara untuk melindungi dirinya. Setelah lahirnya Undang-undang perlindungan konsumen peraturan perundang-undangan belum memadai untuk menyelesaikan masalah konsumen. Penerapan dalam menjatuhkan sanksi belum berjalan sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana, serta pemberian ganti kerugian dalam penyelesaian secara pidana maupun perdata. Dari penelitian ini telah dilakukan analisis, terhadap kasus-kasus perlindungan konsumen, untuk mencapai penyebab atau hambatan-hambatan yang menyebabkan belum efektifnya penyelesaian sengketa konsumen terhadap tindakan-tindakan oknum pelaku usaha yang melakukan kecurangan dan pelanggaran undangundang perlindungan konsumen dan undangundang terkait dengan perlindungan konsumen, penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan baik kepada konsumen, pelaku usaha maupun kepada pemerintah dan penegak hukum itu tersendiri.

Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang diharapkan dapat menjadi senjata bagi konsumen pencari keadilan, dalam implementasinya ternyata masih sulit dilakukan. Hal ini disebabkan ketentuan hukumnya tidak sesuai sebagaimana

diharapkan, yaitu untuk menyelesaikan sengketa konsumen secara cepat, sederhana dan murah. Disamping itu tidak adanya konsistensi pada pasal-pasal dalam UUPK, adanya pertentangan antara pasal yang satu dengan pasal yang lainnya, maupun adanya konflik horizontal dengan produk perundang-undangan yang lainnya. Sebagai ilustrasi akan disampaikan beberapa kendala-kendala dan permasalahan yang timbul, yang membingungkan dalam implementasinya.

1)Kendala Pendanaan

Pendanaan juga dapat berpengaruh pada kinerja Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen BPSK. Pada tahun 2002 BPSK masih menerima anggaran dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), namun tidak lagi pada tahun 2003. Dana operasional untuk BPSK kemudian dialokasikan kepada pemerintah daerah melalui Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah (APBD). Namun ternyata pemerintah daerah, pemerintah kabupaten dan kota tidak memasukkan dana operasional BPSK ke dalam APBD. Mengingat kenyataan bahwa otonomi daerah sampai saat ini belum berjalan lancar, maka beberapa BPSK belum menerima dana operasional. Departemen perindustrian dan perdagangan/Deperindag telah mengajukan dana operasional BPSK kepada Departemen keuangan, namun ternyata dana tersebut diminta dialihkan pada dana alokasi umum (DAU). Untuk pengembangan sumber daya manusia BPSK,

Deperindag telah melakukan pelatihan-pelatihan secara bertahap dengan sumber dana yang terbatas. Sebagai konsekwensi karena biaya pelaksanaan BPSK tidak hanya dibebankan kepada APBN, tetapi juga APBD dan seiring dengan semangat otonomi daerah, maka mulai tahun anggaran 2003 seluruh biaya pelaksanaan BPSK dibebankan kepada APBD.

2) Kendala sumber daya manusia Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Anggota BPSK terdiri dari 3 unsur yaitu unsur pemerintah, unsur konsumen dan unsur pelaku usaha. Keterwakilan unsur-unsur ini oleh undang-undang dimaksudkan untuk menunjukkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen serta menunjukkan bahwa perlindungan konsumen menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Masing-masing BPSK memiliki sedikitnya 9 sampai 15 anggota disesuaikan dengan volume dan beban kerja BPSK, yang terdiri dari 3 unsur tersebut secara berimbang, yakni :

- a. Unsur pemerintah yang berasal dari wakil instansi yang ruang lingkup tugasnya meliputi bidang industry, perdagangan kesehatan, pertambangan, pertanian, kehutanan, perhubungan dan keuangan.

b. Unsur pelaku usaha yang berasal dari asosiasi atau organisasi pengusaha yang berada di daerah kota atau daerah kabupaten setempat.

c. Unsur konsumen yang berasal dari LPKSM yang terdaftar dan diakui oleh walikota atau bupati atau kepala dinas setempat.

4.3 Solusi dari hambatan perlindungan konsumen terhadap kerugian belanja *online* melalui *E-commerce* di Kabupaten Semarang

1. Solusi dari hambatan yang pertama ketidak jelasan dan ktegasan hukum :

a. Penegakan hukum harus kencang dan lebih tegas demi terlindunginya hak-hak para konsumen

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD NRI 1945) Pasal 1 ayat 3, yang berbunyi “Negara Indonesia adalah Negara Hukum”. Yang unsur-unsur bertujuan jelas untuk memberikan kepastian hukum sebagai salah satu perlindungan hukum dalam transaksi elektronik. Di antaranya peraturan yang terkait dengan penelitian ini meliputi:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
3. Undang-Undang 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
4. PP No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

5. Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.

b. Revisi Undang-undang terbaru ¹⁰⁶

Perkembangan zaman sangat pesat di era digital sekarang yang harusnya juga diimbangi dengan pertautan perundang-undangan yang lebih modern juga, dilihat dari tahun peraturan perundang-undang yaitu tahun 1999 masih di pakai sampai sekarang. Tubagus Haryo (Pengurus YLKI) turut menyampaikan aspirasinya untuk segera melakukan revisi Undang-Undang Konsumen, menteri komunikasi dan digital harus lebih tegas di era pemerintahan yang baru ini. Dari sisi perlindungan konsumen Pemerintah dan Presiden harus melanjutkan revisi UUPK, era sekarang ekonomi digital, *online market*, *pinjol* berbasis digital dan Undang-Undang kita Negara Indonesia belum menyentuh itu, Undang-undang kita Undang-Undang jadul tahun 1999, jadi PR pertaman pemerintah harus segera melakukan revisi UUPK (Undang-Undang Perlindungan Konsumen) kalau tidak semua yang dibahas pada skripsi ini tentang *belanja online*, jika payungnya tidak cukup kuat bagaimana konsumen bisa terlindungi apalagi konteks digital sekarang semakin kompleks.

c. Para menteri harus sinergi mereka juga harus berkolaborasi dengan DPR terpilih untuk menyelesaikan terkait perlindungan konsumen.

d. Penyelesaian Sengketa yang Efisien

¹⁰⁶ Tubagus Haryo, pengurus harian YLKI (www.radiopelitikasih.com) Jakarta, Oktober 2024.

Alternatif Penyelesaian Sengketa: Memperkuat mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan, seperti mediasi dan arbitrase, untuk memberikan solusi yang lebih cepat dan biaya yang lebih rendah bagi konsumen

Prosedur Sederhana: Menyederhanakan prosedur penyelesaian sengketa agar lebih mudah diakses oleh masyarakat, terutama bagi konsumen dengan latar belakang ekonomi lemah

e. Penggunaan Teknologi dalam Perlindungan Konsumen

Integrasi Teknologi: Memanfaatkan teknologi seperti blockchain untuk melacak keaslian produk dan aplikasi mobile untuk memverifikasi informasi produk sebagai bagian dari regulasi perlindungan konsumen.

2. Solusi dari hambatan yang kedua Pemerintah (pengawasan, kelembagaan & pendanaan) yaitu: ¹⁰⁷

a. Peningkatan Kapasitas Lembaga Pengawas

Penguatan Peran Lembaga: Meningkatkan kapasitas dan sumber daya lembaga pengawas seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) agar lebih efektif dalam menjalankan tugasnya.

¹⁰⁷ Renti Maharani Karti, Komisi komunikasi dan edukasi BPKN, Universitas Pertamina Jakarta, November 2023 (Zoom <https://bit.ly/3LNANMP>)

Reformasi BPSK: Mengubah BPSK menjadi pengadilan sengketa konsumen yang berfungsi lebih baik dan memiliki kekuatan hukum yang lebih jelas.

b. Penggabungan BPSK dengan BPKN: Wacana untuk menggabungkan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dapat menjadi solusi untuk meningkatkan efisiensi anggaran dan memperkuat perlindungan konsumen. Dengan penggabungan ini, diharapkan pengelolaan sumber daya menjadi lebih terintegrasi dan efektif.

Peningkatan Anggaran: Mengingat BPSK saat ini mengalami kesulitan dalam mendapatkan anggaran yang memadai dari pemerintah daerah, perlu ada bantuan anggaran dari Pemerintah Pusat. Ini penting agar BPSK dapat beroperasi secara optimal dalam menyelesaikan sengketa konsumen.

Reformasi Kebijakan: Sinkronisasi antara Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Pemerintahan Daerah perlu dilakukan untuk menciptakan kepastian hukum dan memperkuat anggaran BPSK. Hal ini akan membantu BPSK menjalankan tugasnya sebagai lembaga independen yang berwenang menyelesaikan sengketa konsumen.

3. Solusi dari hambatan yang ketiga produsen curang yang terfokus pada keuntungannya, orientasi jangka pendek dan memperdaya kelemahan konsumen, yaitu: ¹⁰⁸

a. Pengembangan Sistem E-Commerce yang Aman

Implementasi Payment Gateway yang Aman: Menggunakan sistem pembayaran yang terpercaya dan aman untuk mengurangi risiko penipuan saat bertransaksi online. Portal Informasi Penipuan: Mendirikan portal seperti www.cekrekening.id untuk membantu masyarakat memverifikasi rekening bank dan melaporkan penipuan

b. Mendorong Tanggung Jawab Produsen

Standar Kualitas Produk: Memastikan bahwa semua produk memenuhi standar kualitas tertentu sebelum dipasarkan, serta memberikan sanksi bagi produsen yang melanggar

Transparansi Informasi: Produsen harus diwajibkan untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk, termasuk bahan, cara penggunaan, dan garansi

c. Membangun Hubungan Baik antara Produsen dan Konsumen

Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM): Perusahaan harus mengembangkan sistem CRM untuk mendengarkan umpan balik

¹⁰⁸ Renti Maharani Karti, Komisi komunikasi dan edukasi BPKN, Universitas Pertamina Jakarta, November 2023 (Zoom <https://bit.ly/3LNANMP>)

konsumen, sehingga mereka dapat meningkatkan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan pasar

Program Loyalitas: Menerapkan program loyalitas untuk mendorong konsumen kembali berbelanja dengan memberikan insentif bagi pelanggan setia.

Dengan menerapkan langkah-langkah ini, diharapkan dapat mengurangi hambatan pemerintah dalam mensejahterakan konsumen dan menghindarkan dari dampak negatif praktik curang produsen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pasar.

4. Solusi dari hambatan yang keempat mengenai kurangnya kesadaran dan pengetahuan hukum dalam masyarakat, yaitu: ¹⁰⁹

Kesadaran hukum merupakan konsep penting yang mencerminkan pemahaman individu atau masyarakat tentang norma-norma hukum yang berlaku. Kesadaran hukum adalah pemahaman dan kesadaran yang dimiliki individu atau masyarakat terhadap hukum serta peranannya dalam kehidupan sosial. Menurut Prof. Dr. RM. Sudikno Mertokusumo, SH. Kesadaran Hukum adalah kesadaran bahwa hukum itu melindungi kepentingan manusia dan oleh karena itu harus dilaksanakan serta pelanggarnya akan terkena sanksi. Pada hakekatnya kesadaran hukum adalah kesadaran akan adanya atau terjadinya “kebatilan” atau “onrecht”,

¹⁰⁹ Bakhtiar, Pimpinan Lembaga perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Semarang, Juli 2024

tentang apa hukum itu atau apa seharusnya hukum itu. Kesadaran hukum adalah sumber segala hukum. Dengan perkataan lain kesadaran hukum itu ada pada setiap manusia, karena setiap manusia berkepentingan kalau hukum itu dilaksanakan, dihayati karena dengan demikian kepentingannya akan terlindungi. Kesadaran hukum konsumen adalah kesadaran bahwa hukum itu melindungi kepentingan konsumen dan oleh karena itu harus dilaksanakan serta pelanggarnya akan terkena sanksi. Ini mencakup pengetahuan tentang aturan hukum, nilai-nilai yang mendasarinya, dan harapan akan konsistensi antara aturan hukum dan rasa aman di masyarakat, Kesadaran ini juga melibatkan pengakuan bahwa hukum berfungsi sebagai kerangka kerja untuk mengatur perilaku individu dan interaksi sosial, serta untuk mencapai keadilan dan melindungi hak asasi manusia.

Adapun mengenai ciri utama dari kesadaran hukum itu sendiri meliputi:

- 1) Pengetahuan Norma Hukum: Individu memahami norma-norma hukum yang berlaku di lingkungan mereka, termasuk aturan dan perundang-undangan.
- 2) Pemahaman Hak dan Kewajiban: Kesadaran hukum mencakup pemahaman tentang hak-hak yang dimiliki serta kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi sesuai dengan peraturan hukum

- 3)Kepatuhan Terhadap Hukum: Individu yang memiliki kesadaran hukum cenderung mematuhi norma-norma hukum dan menghindari tindakan yang bertentangan dengan hukum
- 4)Partisipasi dalam Proses Hukum: Kesadaran hukum mendorong individu untuk berpartisipasi aktif dalam proses hukum, baik sebagai pelapor, saksi, atau peserta dalam peradilan
- 5)Sikap Kritis terhadap Hukum: Individu dengan kesadaran hukum sering memiliki sikap kritis terhadap perubahan atau penyempurnaan hukum, melihatnya sebagai instrumen yang dapat diperbaharui sesuai perkembangan masyarakat.

Adapun solusi yang komprehensif mengenai Kurangnya kesadaran hukum masyarakat mengenai hak-hak mereka dalam bertransaksi melalui e-commerce diantaranya:

1. Pendidikan dan Penyuluhan Hukum

- a. Program Edukasi: Mengadakan program penyuluhan hukum di sekolah-sekolah, universitas, dan komunitas untuk memberikan pemahaman tentang hak-hak konsumen dalam transaksi online. Misalnya, kegiatan yang dilakukan di SMA Negeri 1 Palu menunjukkan peningkatan pengetahuan siswa tentang perlindungan hukum bagi konsumen setelah mengikuti penyuluhan.

b. Materi Pembelajaran: Mengintegrasikan materi tentang e-commerce dan perlindungan konsumen dalam kurikulum pendidikan formal, agar generasi muda lebih memahami hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen.

2. Penguatan Regulasi dan Penegakan Hukum

a. Regulasi yang Komprehensif: Memperkuat regulasi perlindungan konsumen yang ada, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi secara efektif.

b. Penegakan Hukum yang Efektif: Meningkatkan kapasitas penegak hukum untuk menindak pelanggaran hak konsumen di e-commerce. Penegakan hukum yang tegas akan memberikan sinyal bahwa pelanggaran tidak akan ditoleransi.

3. Kampanye Kesadaran Masyarakat

a. Kampanye Publik: Melakukan kampanye kesadaran melalui media sosial, televisi, dan radio untuk mengedukasi masyarakat tentang hak-hak mereka sebagai konsumen di dunia digital. Ini dapat mencakup informasi mengenai cara melaporkan pelanggaran dan mendapatkan bantuan hukum

b. Kolaborasi dengan Sektor Swasta: Bekerja sama dengan platform e-commerce untuk menyediakan informasi yang jelas tentang kebijakan perlindungan konsumen mereka, serta cara-cara untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul selama transaksi.

4. Fasilitasi Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa

- a. Sistem Pengaduan yang Mudah Diakses: Menyediakan saluran pengaduan yang mudah diakses bagi konsumen untuk melaporkan pelanggaran hak mereka. Ini bisa berupa aplikasi mobile atau hotline khusus yang dikelola oleh pemerintah atau lembaga perlindungan konsumen
- b. Mediasi dan Arbitrase: Mendorong penggunaan mediasi atau arbitrase sebagai alternatif penyelesaian sengketa untuk mengatasi masalah antara konsumen dan pelaku usaha tanpa harus melalui proses pengadilan yang panjang.

Dengan menerapkan langkah-langkah ini secara terintegrasi, diharapkan kesadaran hukum masyarakat terhadap hak-hak mereka dalam bertransaksi melalui e-commerce dapat meningkat, sehingga menciptakan lingkungan berbelanja online yang lebih aman dan terpercaya.

Adapun solusi dari hambatan selanjutnya yaitu tentang Pemanfaatan Teknologi, teknologi informasi dapat digunakan untuk meningkatkan pengawasan dan transparansi dalam transaksi e-commerce. Misalnya, platform dapat menyediakan fitur untuk melaporkan pelanggaran secara langsung. Penggunaan teknologi informasi dalam e-commerce sangat penting untuk meningkatkan pengawasan dan transparansi dalam transaksi. Berikut adalah beberapa cara bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan dalam konteks ini:

1. Penerapan Teknologi untuk Pengawasan dan Transparansi

a. Fitur Pelaporan Langsung Platform e-commerce dapat menyediakan fitur yang memungkinkan konsumen untuk melaporkan pelanggaran secara langsung, seperti penipuan atau produk yang tidak sesuai. Fitur ini membantu menciptakan lingkungan yang lebih aman bagi konsumen dan mendorong penjual untuk mematuhi standar etika

b. Komunikasi antara Konsumen dan Penjual

Fitur komunikasi, seperti chat atau forum diskusi, memungkinkan konsumen untuk berinteraksi langsung dengan penjual. Ini memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mengklarifikasi informasi mengenai produk, seperti komposisi dan prosedur pengiriman, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan dan transparansi.

c. Penggunaan Teknologi Blockchain

Teknologi blockchain dapat digunakan untuk melacak pergerakan produk dari sumber hingga ke konsumen. Dengan sistem ini, setiap transaksi dicatat dalam buku besar digital yang tidak dapat diubah, memberikan transparansi yang lebih besar mengenai asal-usul dan kualitas produk

.d. Sertifikasi Pihak Ketiga

Menggunakan sertifikasi dari lembaga independen dapat membantu memastikan keaslian produk dan kepatuhan terhadap standar yang ditetapkan. Ini juga memberi konsumen jaminan tambahan bahwa produk yang mereka beli memenuhi kriteria tertentu

.e. Portal Pelaporan Penipuan

Portal seperti www.cekrekening.id menyediakan sarana bagi masyarakat untuk melaporkan nomor rekening yang diduga terlibat dalam penipuan. Ini memperkuat upaya pengawasan dengan melibatkan masyarakat dalam proses pelaporan.¹¹⁰

2. Manfaat dari Transparansi

- a. Keputusan Pembelian yang Lebih Baik: Konsumen dapat membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan informasi yang jelas mengenai produk.
- b. Reputasi Bisnis yang Lebih Kuat: E-commerce yang transparan dapat membangun reputasi positif dengan menunjukkan komitmen terhadap keaslian dan keamanan produk.
- c. Perlindungan Konsumen: Dengan adanya regulasi dan fitur pelaporan, hak-hak konsumen lebih terlindungi dalam ekosistem e-commerce

Secara keseluruhan, pemanfaatan teknologi informasi dalam e-commerce tidak hanya meningkatkan pengawasan dan transparansi tetapi juga berkontribusi pada perlindungan konsumen dan menciptakan ekosistem.

¹¹⁰ www.cekrekening.id tentang penyedia sarana pelaporan penipuan

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan di atas maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

Pengaturan perlindungan konsumen telah diatur, adapun undang-undang yang mengaturnya:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- c. Undang-Undang 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- d. PP No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- e. Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.

Pihak yang diwajibkan oleh Undang-Undang untuk melindungi konsumendi Indonesia yaitu Pemerintah, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Di daerah Semarang khususnya kabupaten mempunyai salah satu cabang yang diberi nama Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI). Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI), merupakan salah satu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah, yang dalam kegiatannya menjalankan fungsi- fungsi perlindungan konsumen, sebagaimana di maksud dalam Undang Undang

Megara Republik Indonesia, Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI), Pertama kali didirikan di Kota Malang, pada Tahun 2013, dan kemudian membuka beberapa kantor perwakilan termasuk di Kota Semarang (Bakhtiar, 25 Juli 2024).

Hambatan perlindungan konsumen terhadap kerugian belanja online melalui E-commerce di Kabupaten Semarang yaitu meliputi: Ketidak jelas dan ketidak tegasan hukum karena lahirnyapun dalam keadaan tekanan karena prosesnya yang harus masuk *World Trade Organization* (WTO) dan lain sebagainya sehingga menyebabkan sumber daya manusia (SDM) belum siap. Yang kedua Kalau di lihat dari denda, pidana dan hukuman yang ada di Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sekarang bisa dikatakan kurang tegas, kita bisa lihat polisi dan penegak hukum mereka enggan menggunakan UUPK karena Berlapis. Penegakan hukum harus kencang dan lebih tegas demi terlindunginya hak-hak para konsumen, selain itu perkembangan zaman sangat pesat di era digital sekarang yang harusnya juga diimbangi dengan pertautan perundang-undangan yang lebih modern juga, diliat dari taun peraturan perundang-undang yaitu tahun 1999 masih di pakai sampai sekarang. Tubagus Haryo (Pengurus YLKI) turut menyampaikan aspirasinya untuk segera melakukan revisi Undang-Undang Konsumen, menteri komunikasi dan digital harus lebih tegas di era pemerintahan yang baru ini.

Hambatan yang selanjutnya yaitu mengenai pemerintah yairu, pengawasan terhadap pelaku usaha sering kali dianggap kurang efektif. Banyak barang yang beredar di pasaran tidak disertai dokumen resmi, dan pengawasan terhadap produk-

produk tersebut masih lemah. Solusinya yaitu dengan Peningkatan Kapasitas Lembaga Pengawas, Penggabungan BPSK dengan BPKN, Peningkatan Anggaran mengingat BPSK saat ini mengalami kesulitan dalam mendapatkan anggaran yang memadai dari pemerintah daerah, perlu ada bantuan anggaran dari Pemerintah Pusat. Ini penting agar BPSK dapat beroperasi secara optimal dalam menyelesaikan sengketa konsumen.

Hambatan yang ketiga yaitu mengenai produsen yang terpusat pada keuntungannya, orientasi jangka pendek dan memperdaya kelemahan konsumen demi kepentingan sendiri, solusi dari hal-hal tersebut yaitu Pengembangan Sistem E-Commerce yang Aman, Mendorong Tanggung Jawab Produsen dan Membangun Hubungan Baik antara Produsen dan Konsumen.

Upaya dari hambatan yang terakhir yaitu kurangnya kesadaran hukum dalam masyarakat, adapun solusi yang komprehensif mengenai Kurangnya kesadaran hukum masyarakat mengenai hak-hak mereka dalam bertransaksi melalui e-commerce diantaranya:

1. Pendidikan dan Penyuluhan Hukum

- a. Program Edukasi
- b. Materi Pembelajaran

2. Penguatan Regulasi dan Penegakan Hukum

- a. Regulasi yang Komprehensif: Memperkuat regulasi perlindungan konsumen yang ada, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU

ITE), untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi secara efektif.

b. Penegakan Hukum yang Efektif: Meningkatkan kapasitas penegak hukum untuk menindak pelanggaran hak konsumen di e-commerce. Penegakan hukum yang tegas akan memberikan sinyal bahwa pelanggaran tidak akan ditoleransi.

3. Kampanye Kesadaran Masyarakat

a. Kampanye Publik: Melakukan kampanye kesadaran melalui media sosial, televisi, dan radio untuk mengedukasi masyarakat tentang hak-hak mereka sebagai konsumen di dunia digital. Ini dapat mencakup informasi mengenai cara melaporkan pelanggaran dan mendapatkan bantuan hukum

b. Kolaborasi dengan Sektor Swasta: Bekerja sama dengan platform e-commerce untuk menyediakan informasi yang jelas tentang kebijakan perlindungan konsumen mereka, serta cara-cara untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul selama transaksi.

4. Fasilitasi Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa

a. Sistem Pengaduan yang Mudah Diakses: Menyediakan saluran pengaduan yang mudah diakses bagi konsumen untuk melaporkan pelanggaran hak mereka. Ini bisa berupa aplikasi mobile atau hotline khusus yang dikelola oleh pemerintah atau lembaga perlindungan konsumen

b. Mediasi dan Arbitrase: Mendorong penggunaan mediasi atau arbitrase sebagai alternatif penyelesaian sengketa untuk mengatasi masalah antara konsumen dan pelaku usaha tanpa harus melalui proses pengadilan yang panjang.

2. Saran

a. Peningkatan Sosialisasi: Pemerintah dan aparat hukum perlu melakukan sosialisasi yang lebih intensif mengenai peraturan yang ada, termasuk penjelasan tentang manfaat dan tujuan dari peraturan tersebut. Ini penting agar masyarakat memahami dan menyadari pentingnya mematuhi peraturan, seperti UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

b. Pemberian Sanksi Tegas: Diperlukan sanksi yang lebih tegas untuk pelanggaran peraturan. Tanpa adanya konsekuensi yang jelas, masyarakat cenderung mengabaikan peraturan.

c. Kajian Ulang Peraturan: Pemerintah sebaiknya melakukan evaluasi terhadap peraturan yang ada untuk memastikan bahwa peraturan tersebut benar-benar memberikan manfaat bagi masyarakat. Jika suatu peraturan dirasakan tidak memiliki dampak positif atau sudah jadul perlu dipertimbangkan untuk direvisi dan diperbaharui atau dicabut.

d. Meningkatkan kesadaran masyarakat memerlukan pendekatan multifaset yang mencakup edukasi, penyediaan fasilitas yang memadai, serta kerjasama antara berbagai pihak. Tanpa langkah-langkah ini, tantangan terhadap kesehatan dan lingkungan akan terus berlanjut

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Zainuddin Ali. 2011. *“Metode Penelitian Hukum”* Jakarta : Sinar Grafika.
- Ali Zainuddin. Op.Cit halaman 107
- Asyhadie Zaeni. 2016. *“Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia”*.
Jakarta: Rajawali.
- Asyhadie Zaeni. 2016. *“Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia”*
Jakarta: Rajawali Pers.
- Az. Nasution, Op.Cit., hal. 30.
- Bwaramedia.com/2022/12/15/warga-semarang-menjadi-korban-penipuan-jual-beli-online/
- Cahya, Nilam Cahya. 2024. *“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen”*. Jakarta: UNEALAWREVIEW.
- Colin Peter. 2006. *“Business English Dictionaty”*. London: Linguaphone.
- Diniyati, Hilda Hilmiah Diniyati. 2013. *“Perlindungan Hukum bagi Investor dalam Pasar Modal (Studi pada Gangguan Sistem Transaksi di Bursa Efek Indonesia)”*, (Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Garner Bryan A.. 2004. *“Black’s Law Dictionary”*. St. Paul Minnesota: Eight Edition.
- Garner, Bryan A. 2009. *Black’s Law Dictionary, ninth edition, Kansil, Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Harahap M. Yahya. 1986. *“Segi-Segi Hukum Perjanjian”*. Bandung: Alumni.
- Hardani, Dkk. 2020. *“Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif”*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Hartono, Sri Redjeki. 2008. makalah Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam buku *Hukum “Perlindungan Konsume”*. *Ibid.* hal. 34, dalam buku *Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.

Haryo Haryo. Oktober 2024. pengurus harian YLKI .Jakarta:
(www.radiopelitakasih.com).

HS Salim, Erlies Septiana Nurbaini. 2013. *“Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi”*. cet. 1, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Ibid, halaman.196-197.

Indrajit, R. E.. 2001. *”E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya”*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.

Irwan Prasetya. 2000. *“Logika dan Prosedur Penelitian, Pengantar Teori dan Panduan Praktis Penelitian Sosial bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula”*. Jakarta: STIA LAN.

Kotler Philip. 1980. *“Principles of Marketing”*. Engglewood Cliffs New Jersey: Pretince-Hall Inc.

Kristiyanti Celina Tri Siwi. 2011. *“Hukum Perlindungan Konsumen”*. Jakarta : Sinar Grafika.

M. Syamsudin. 2007. *“Operasionalisasi Penelitian Hukum”*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Maharani Renti Karti. Nov 2023. Komisi komunikasi dan edukasi BPKN, Universitas Pertamina. Jakarta: (Zoom <https://bit.ly/3LNANMP>)

Mahfud, Moh MD. 1999. *Hukum dan Pilar-Pilar Demokrasi*. Yogyakarta: Gama Media.

- Martono Nanang. 2016. *“Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*
Jakarta: Rajawali Pers.
- Milles dan Huberman. 1992. *“Analisis Data Kualitatif”*. Jakarta: Universitas
Indonesia Pres.
- Miru Ahmad. 2011. *“Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di
Indonesia”*. Jakarta: Rajawali-Pers.
- Moelong Lexy J.1991. *“Metode Penelitian Kualitatif”*. Bandung: Rosyda Karya.
- Mr. J.H. Nieuwenhuis. 1985. Terjemahan Djasadin Saragih *“Pokok-Pokok Hukum
Perikatan”*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Muhammad Abdulkadir. 1982. *“Hukum Perikatan”*. Bandung: Alumni.
- Muhammad Abdulkadir. 2004. *“Hukum dan Penelitian Hukum”*. Bandung: Citra
Aditya Bakti.
- N.H.T. Siahaan. 2005. *“Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab
Produk”*. Cet. ke-1, Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Nasution Az, Op. Cit hlm. 22.
- Norman Thomas, W. S., Norman. 2009. *“Kewirausahaan dan Manajemen Usaha
Kecil”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho Susanti Adi. 2011. *“Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau
dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya”*. Jakarta : Kencana.
- Raardjo Rahardjo. 2012. *“Ilmu Hukum”*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Setiawan R. 1977. *“Pokok-Pokok Hukum Perikatan”*. Bandung: Binacipta.
- Silalahi Ulber. 2012. *“Metode Penelitian Sosial”*. Bandung: Refika Aditama.
- Sitompul, Asril. 2014. *” Hukum Internet”*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Sjahputra, Iman. 2010. *“Perlindungan konsumen dalam Transaksi Elektromik”*. Bandung: Alumni.
- Sugiyono. 2017. *“Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif”*. Bandung: Alfabeta.
- Syawali Husni, Sri Imaniya. 2000. *“Hukum Perlindungan Konsumen”*. Bandung: Mandar Maju.
- Usman Rahmadi,.SH. 2000. *“Hukum Ekonomi dalam Dinamika”*. Jakarta: Djambatan.
- Zulham, Op., Cit, hlm. 54.
- Zulham, S.Hi, M.Hum. 2013. *“Hukum Perlindungan Konsumen”*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- KUH Perdata pasal 1372 ayat 2 tentang pertimbangan hakim
- KUH Perdata pasal 1238 tentang wanprestasi.
- KUH Perdata pasal 1243 tentang Penggantian Biaya Kerugian
- KUH Perdata pasal 1365 tentang Perbuatan Melawan Hukum..
- KUH Perdata pasal 1371 ayat 2 tentang ganti rugi.
- Pasal 1 butir 1 UUPK
- Pasal 1458 KUH Perdata Tentang Perjanjian Jual Beli.
- Pasal 28f Undang-undang 1945 Mengatur Hak Berkomunikasi dan Memperole Informasi
- Pasal 4 UUPK No 8 Tahun 1999
- Pasal 49 ayat 1 UUPK No 8 Tahun 1999
- Pasal 8 UUPK No 8 Tahun 1999
- Perlindungan HAM pasal 28A-28j Undang-undang 1945
- Undang-undang no 8 taun 1999 pasal 4 tentang Perlindungan Konsumen

UU NO. 8, LN 1999/NO. 42, TLN. NO. 3821, LL SETKAB : 54 HLM undang-undang tentang perlindungan konsumen

<http://journal.ubaya.ac.id>

<Http://www.shopee.co.id> Jul2022

<https://bpkn.go.id/page/tugas-dan-fungsi>

<https://developers.bri.co.id/id/news/ketahui-perkembangan-e-commerce-di-indonesia-pengertian-jenis-dan-manfaatnya>

<https://ejournal.undip.ac.id>

https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.

https://id.wikipedia.org/wiki/Belanja_daring_online

<https://info.populix.co/articles/ecommerce-indonesia>

<https://jdih.esdm.go.id/storage/document/UU081999.pdf>

<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU.htm>perlindungan>konsumen>

<https://kumparan.com>

<https://pro.hukumonline.com>

<https://repository.uin-suska.ac.id>

<https://www.cips-indonesia.org/post/transformasi-digital-perlu-payung-hukum-perlindungan-konsumenlang=id>

<https://www.gramedia.com/literasi/pelaku-ekonomi/>, <https://kumparan.com/kabar-harian/apa-saja-peran-konsumen-dalam-perekonomian-suatu-negara-1x21IOE9Jdz>,

<https://www.kompas.com/skola/read/2023/07/25/110000069/peran-pelaku-ekonomi-dalam-kegiatan-ekonomi?page=all>

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/3-lembaga-perlindungan-konsumen-di-indonesia-lt62e272415e4f4/>

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/di-mana-pengaturan-kerugian-konsekuensial-dalam-hukum-indonesia--lt4da27259c45b9/>

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukum-perlindungan-konsumen-cakupan-tujuan-dan-dasarnya-lt62dfc65f7966c/>

https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce%20indonesia-capai-78-persen/0/sorotan_media

<https://www.Lazada.co.id> Nov2023

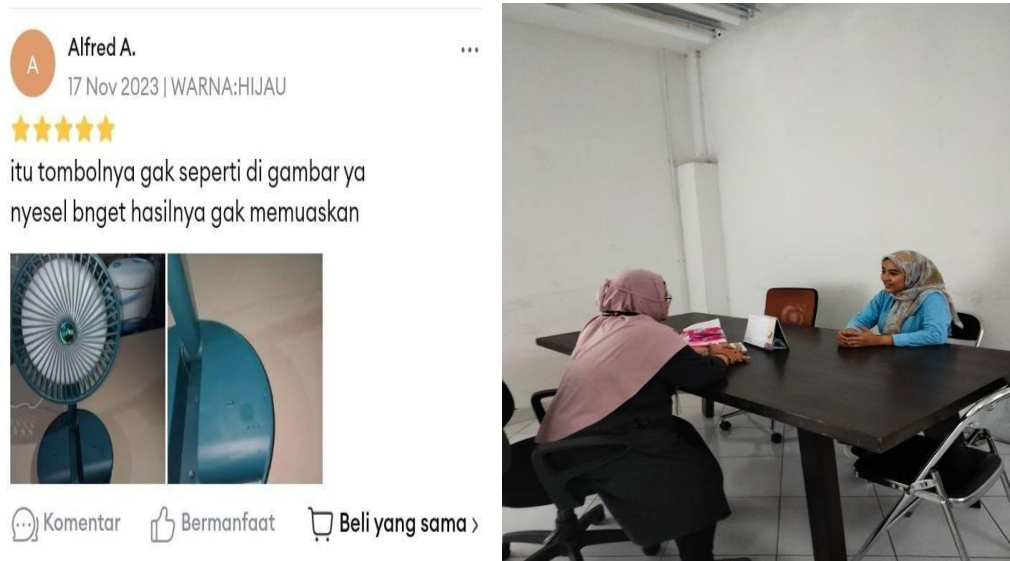
<https://repository.ut.ac.id/4102/1/HKUM4312-M1.pdf>

[Jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UUPenj.htm](http://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UUPenj.htm)>penjelasan>UUR
I-no tahun1999-mengenai perlindungan konsumen

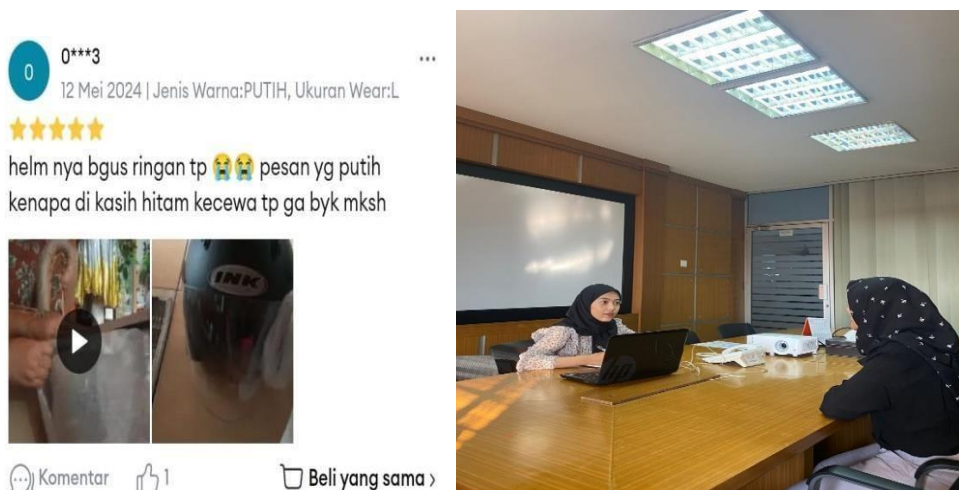
Kompas.id.com

www.cekrekening.id tentang penyedia sarana pelaporan
penipuan www.infopublik.id

INSTRUMEN PENELITIAN



Gambar 1. Wawancara dengan Ibu Retno Sri Rahayu (Konsumen Lazada)



Gambar 2. Wawancara dengan Ibu Qoirun Najah (Konsumen Shopee)



Gambar 3. Wawancara dengan Bpk Bachtiar (Pimpinan LPKNI Semarang)



GAMBAR 4. Bapak Hamid
(Pimpinan LPKSM Kabupaten Semarang)

Hasil Wawancara Konsumen 1

Karakteristik Konsumen:

Nama : Qhoirun Najah

Usia : 28 tahun

Pekerjaan : wiraswasta

Nomor Tlp 085712110923

Alamat rumah : Bawen Rt 02/ Rw 04 Kec. Bawen Kabupaten Semarang

Pertanyaan dan jawaban:

1. Sudah berapa lama ibu berbelanja melalui online shop?

Jawab : Kurang lebih sudah 4 tahun.

2. Apa saja kelebihan dan kekurangan belanja melalui online menurut ibu?

Jawab : Kelebihannya yang pertama yaitu efisiensi waktu, karena saya pekerja dan punya anak masih kecil jadi sangat rempong jika harus sering pergi membeli sesuatu. Kalau kekurangannya ga sekali dua kali tertipu misal barang tidak datang padahal uang sudah sata TF, terkadang juga beli apa datengnya beda dan salah ukuran juga sering terjadi. Gak Cuma sekali beli barang online hasinya mengecewakan, Sudah berhati-hatipun namanya online masih saja ada yg nggak sesuai sama deskripsi produk.

3. Apa yang ibu lakukan ketika terjadi hal mengecewakan tersebut?

Jawab : Yahh mau gimana lagi terima saja, menghubungi penjual pun ga semua merespon adapun yang respon tapi prosesnya ribet jadi males udah.

4. Apa harapan ibu kedepannya di era yang serba online ?

Jawab: Semonga pemerintah tau karena saya yakin ga cuma saya korbannya sehingga bisa di urus teknologi otomatis biar kalau barang tidak sesuai pesanan uang bisal langsung di kembalikan.

Semarang, 10 Agustus 2024

Sumber:



Qhoirun Najah

Konsumen 1

Hasil Wawancara Konsumen 2

Karakteristik Konsumen:

Nama : Retno Sri Rahayu

Usia : 48 tahun

Jabatan : wiraswasta

Nomor Tlp 081327541628

Alamat rumah : Karangjati Rt 01/ Rw 03 Kec. Karangjati, Kabupaten
Semarang

Pertanyaan dan jawaban:

1. Sudah berapa lama ibu berbelanja melalui online shop?

Jawab : Dari tahun 2022, sudah 2 tahun.

2. Apa saja kelebihan dan kekurangan belanja melalui online menurut ibu?

Jawab : Kelebihannya bisa belanja dari rumah, hemat transportasi apalagi jika ada gratis onkir. Kalo kekurangannya Kalo ada salah kirim barang nggak sesuai bingung gimana cara ngembalikannya ribet, barang ga keburu dipakai acaranya besoknya, yaudah saya ikhlasin saja.

3. Apa yang ibu lakukan ketika terjadi hal mengecewakan tersebut?

Jawab : yaudah saya ikhlasin saja, karena saya bingung juga masa harus ngembaliin barang ke penjual, ya kalau di ganti kalau ngga? Mana udah dibayar .

4. Pesan untuk orang diluar sana yang sama yang suka belanja online ?

Jawab: Budayakan membaca, Liat review karena bintang yang berbicara jangan muda percaya gambar dan descriptionnya saja.

Semarang, 10 Agustus 2024

Sumber:



Retno Sri R

Konsumen 2

Hasil Wawancara

Karakteristik responden:

Nama : Bakhtiar Ari Prabowo

Jabatan : Pimpinan LPKNI Semarang

Nomor Tlp 082221217013

Alamat kantor : Jl. Dinar Asri Raya Blok B. 11, Meteseh, Tembalang,
Semarang

Pertanyaan dan jawaban:

1. Mohon dijelaskan sedikit tentang Lembaga Perlindungan Konsumen

Nasional Indonesia (LPKNI):

Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI), merupakan salah satu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah, yang dalam kegiatannya menjalankan fungsi- fungsi perlindungan konsumen, sebagaimana di maksud dalam Undang Undang Megara Republik Indonesia, Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI), Pertama kali didirikan di Kota Malang, pada Tahun 2013, dan kemudian membuka beberapa kantor perwakilan termasuk di Kota Semarang.

2. Jelaskan Inti dari perlindungan Konsumen:

Perlindungan konsumen adalah segala bentuk dan upaya dalam rangka menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

3. Mengapa konsumen perlu dilindungi?

Karena Konsumen merupakan bagian yang sangat penting dalam roda perekonomian, melindungi konsumen secara tidak langsung dapat meningkatkan harkat dan martabat konsumen dalam hal menggunakan jasa / produk yang di hasilkan oleh pelaku usana, serta membentengi dan menyelamatkan dari hal- hal yang beresiko akibat menggunakan barang/ jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha.

4. Apa tujuan utama dari perlindungan konsumen itu sendiri?

Yang utama dari perlindungan konsumen adalah:

- Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif akibat pemakaian barang / jasa yang di hasilkan oleh pelaku usaha

5. Apa saja bentuk dari perlindungan konsumen?

Bentuk perlindungan konsumen terdapat 2(Dua) macam, yaitu:

- Prefentif : perlindungan yang diberikan sebelum konsumen menggunakan barang/ jasa.
- Kuratif : perlindungan yang diberikan setelah konsumen menggunakan barang/ jasa

6. Apa saja hak- hak konsumen?

Secara undang undang, hak konsumen terdiri atas:

- Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa
- Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan jasa yang sesuai
- Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang dan jasa yang akan di beli dan di pergunakan.
- Hak untuk di dengar keluhannya atas barang dan jasa yang di belinya
- Hak untuk mendapatkan advokasi
- Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan di bidang perlindungan konsumen
- Dsb

7. Konsumen seperti apa yang dilindungi oleh LPKNI?

LPKNI membantu konsumen yang mengalami diskriminatif, penintasan, dan ketidak sesuaian atas barang dan jasa yang dibeli/ diperoleh dari pelaku usaha.

8. Siapakah yang bertanggung jawab atas perlindungan konsumen?

Segala bentuk perlindungan konsumen, dibina dan diawasi oleh pemerintah, termasuk pemerintah bekerjasama dengan beberapa elemen yang terkait dengan perlindungan konsumen, baik dari sektor pelaku usaha, masyarakat, LPKSM dan otoritas terkait.

9. Dimana dan bagaimana urutanya bagi konsumen yang akan mengadu jika terjadi permasalahan?

Konsumen dapat melakukan upaya secara mandiri dengan mengajukan gugatan perdata atau tuntutan pidana di pengadilan hukum konsumen

Konsumen juga dapat meminta bantuan kepada beberapa pihak termasuk, LPKNI,, dengan alur: membuat aduan dalam bentuk kronologis, serta memnuat kuasa untuk membantu menyelesaikan permasalahannya.

10. Bagaimana tata cara LPKNI dalam melindungi konsumen?

LPKNI dapat melakukan upaya untuk membantu kepentingan konsumen dengan 2 (Dua) cara:

- Mediasi: penyelesaian secara damai dan kekeluargaan

- Litigasi: melaporkan secara pidana dan melakukan gugatan kelompok (class action).

11. Ada tidak pengadilan alternatif dalam perlindungan konsumen?

Di Indonesia terdapat pengadilan di luar pengadilan umum yaitu arbitrase.

(Penyelesaian permasalahan antara konsumen dengan pelaku usaha dengan perdamaian mufakat).

12. Sanksi apa yang diberikan jika terjadi pelanggaran di bidang perlindungan konsumen?

Bagi pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran terhadap hak konsumen, dapat dikenakan sanksi administratif, pidana, dan tuntutan ganti kerugian, sampai dengan pencabutan izin usaha.

13. Adakah tarif dalam penyelesaian masalah jika meminta bantuan ke LPKNI?

Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI) merupakan lembaga swadaya masyarakat, yang dalam menjalankan kegiataannya mendapatkan banyuan dari pemerintah, serta berhak menerima imbalan dari konsumen yang meminta bantuan (Honor), yang besar nya berdasarkan kesepakatan.

14. Apa saja yang menjadi hambatan dalam perlindungan hukum mengenai masalah perlindungan konsumen pak ?

Hambatannya yaitu ada di tidak tegasnya penegakan hukum di Indonesia, Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen yang sekarang ini lahirnyapun dalam keadaan tekanan karena prosesnya yang harus masuk *World Trade Organization* (WTO) dan lain sebagainya sehingga menyebabkan sumber daya manusia (SDM) belum siap. Kalau di lihat dari denda, pidana dan hukuman yang ada di Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sekarang bisa dikatakan kurang tegas, kita bisa lihat polisi dan penegak hukum mereka enggan menggunakan UUPK karena Berlapis.

Kesadaran masyarakat akan hukum di indonesia juga masih kurang, terbukti dengan budaya *Nrimo* masih kental pada Masyarakat Indonesia terutama Kabupaten Semarang Jawa Tengah mereka lebih banyak *nrimo* daripada menuntut haknya.

15. Menurut bapak adakah solusi dari hambatan tersebut ?

Penegakan hukum harus kencang dan lebih tegas demi terlindunginya hak-hak para konsumen, Para mentri harus sinergi mereka juga harus berkolaborasi dengan DPR terpilih untuk menyelesaikan terkait perlindungan konsumen.

Adapun solusi dari hambatan kurangnya kesadaran hukum meliputi:

1. Pendidikan dan Penyuluhan Hukum

a. Program Edukasi: Mengadakan program penyuluhan hukum di sekolah-sekolah, universitas, dan komunitas untuk memberikan pemahaman tentang hak-hak konsumen dalam transaksi online. Misalnya, kegiatan yang dilakukan di SMA Negeri 1 Palu menunjukkan peningkatan pengetahuan siswa tentang perlindungan hukum bagi konsumen setelah mengikuti penyuluhan.

b. Materi Pembelajaran: Mengintegrasikan materi tentang e-commerce dan perlindungan konsumen dalam kurikulum pendidikan formal, agar generasi muda lebih memahami hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen.

2. Penguatan Regulasi dan Penegakan Hukum

a. Regulasi yang Komprehensif: Memperkuat regulasi perlindungan konsumen yang ada, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terlindungi secara efektif.

b. Penegakan Hukum yang Efektif: Meningkatkan kapasitas penegak hukum untuk menindak pelanggaran hak konsumen di e-commerce. Penegakan hukum yang tegas akan memberikan sinyal bahwa pelanggaran tidak akan ditoleransi.

3. Kampanye Kesadaran Masyarakat

a. Kampanye Publik: Melakukan kampanye kesadaran melalui media sosial, televisi, dan radio untuk mengedukasi masyarakat tentang hak-hak mereka sebagai konsumen di dunia digital. Ini dapat mencakup informasi mengenai cara melaporkan pelanggaran dan mendapatkan bantuan hukum

b. Kolaborasi dengan Sektor Swasta: Bekerja sama dengan platform e-commerce untuk menyediakan informasi yang jelas tentang kebijakan perlindungan konsumen mereka, serta cara-cara untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul selama transaksi.

4. Fasilitasi Pengaduan dan Penyelesaian Sengketa

a. Sistem Pengaduan yang Mudah Diakses: Menyediakan saluran pengaduan yang mudah diakses bagi konsumen untuk melaporkan pelanggaran hak mereka. Ini bisa

berupa aplikasi mobile atau hotline khusus yang dikelola oleh pemerintah atau lembaga perlindungan konsumen

b. Mediasi dan Arbitrase: Mendorong penggunaan mediasi atau arbitrase sebagai alternatif penyelesaian sengketa untuk mengatasi masalah antara konsumen dan pelaku usaha tanpa harus melalui proses pengadilan yang panjang.

16. Berapa persentase aduan yang masuk ke LPKNI setiap bulan?

Berdasarkan grafik rata-rata, terdapat lebih kurang 10 sampai dengan 15 aduan yang masuk ke LPKNI.

Semarang, 25 Juli 2024

Sumber:

The image shows a handwritten signature in black ink over a red circular official stamp. The stamp contains the text "LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL INDONESIA" in green capital letters.

Bakhtiar Ari Prabowo

LPK Nasional Indonesia.



LPK NASIONAL INDONESIA (PERSEROAN)
TANDA DAFTAR ANGGOTA LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN
(TDALPK)

NIA/PIN : 000927 / ****

1. Nama : Bakhtiar Ari Prabowo
2. Jabatan : Pimpinan LPKNI Provinsi Jawa Tengah
3. Nomor Telp. / HP : 082221217013 / (024) 76406229
4. Alamat : Jl. Dinar Asri Raya Blok B.11, Meteseh,
Tembalang, Semarang
5. Nama LPK / Wilayah Hukum : LPK Nasional Indonesia Perseroan Provinsi Jawa Tengah
6. Propinsi : Jawa Tengah
7. Jenis Kegiatan : 1. Umum dan Advokasi
2. Pengawasan Bidang Makanan dan Minuman
3. Pengawasan Bank, Finance dan Koperasi
8. Tanda Daftar Anggota Lembaga Perlindungan Konsumen (TDALPK) ini diterbitkan berdasarkan Keputusan Presiden LPKNI No. 01 / KP / 10 /2009 sebagaimana telah dirubah dengan Keputusan Presiden LPKNI No. 40/KP/6/2013 Tentang Standarisasi Kantor dan Pengurus LPKNI :

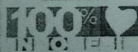
KESATU : Tanda Daftar Anggota Perlindungan Konsumen (TDALPK) ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia berdasarkan salinan Berita Acara RUPS No. 106 tanggal 25 Juni 2013 dihadapan Sigit Nur Rachmat, S.H., MKn Notaris di Kabupaten Malang dan anggota yang bersangkutan adalah Cabang atau Perwakilan sebagai bentuk pengakuan Presiden LPK Nasional Indonesia sesuai dengan ketentuan AD/ART Organisasi dan Anggota LPK Nasional Indonesia menyatakan tunduk serta mentaati perintah pimpinan secara hierarki.

KEDUA : Bahwa sebagai Anggota / Pengurus berwenang berjalan / mewakili organisasi LPKNI Pusat baik secara litigasi maupun non litigasi sebagaimana pasal 3 anggaran dasar perseroan melakukan advokasi / menerima keluhan dan atau pengaduan konsumen dan wajib di administrasikan secara offline dan online sebagaimana peraturan organisasi.

KETIGA : Apabila terjadi penyimpangan dalam menjalankan roda organisasi dan atau tidak mentaati perintah pimpinan atau anggota LPK Nasional Indonesia melanggar pakta integritas maka yang bersangkutan akan diberi sanksi sesuai peraturan yang berlaku dan penerbitan TDALPK ini berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



QR Code ini dapat dibaca
melalui Android



Ditetapkan di : Kantor Pusat
pada tanggal : 18 September 2019
LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN
NASIONAL INDONESIA (PERSEROAN)



NANANG NILSON, S.H., M.H.
Presiden