

**SKRIPSI**

**PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN  
DALAM TRANSAKSI ONLINE**

**Oleh:**

**DITA ANGGRAENI  
NPM.1702090004**



**Jurusan Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1443 H / 2022 M**

# **PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Oleh:

**DITA ANGGRAENI**  
NPM.1702090004

Pembimbing: Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag

Jurusan Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1443 H / 2022 M**

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan  
Saudara Dita Anggraeni**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_  
Tempat

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **DITA ANGGRAENI**  
NPM : 1702090004  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)  
Judul : **PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI ONLINE**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.  
*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, Desember 2021  
Pembimbing,



**Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI ONLINE**

Nama : **DITA ANGGRAENI**

NPM : 1702090004

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy)

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syariah Institut  
Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Desember 2021  
Pembimbing,



**Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dowantara Kampus 15A Iningsulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507- Fax: (0725) 47296- Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor: B.0048/In.021/0/PP.09/01/2022

Skripsi dengan Judul: **PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE**, disusun Oleh: **DITA ANGGRENI**, NPM:1702090004, Jurusan: Hukum Ekonomi Syari'ah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syariah pada Hari/Tanggal: Selasa/28 Desember 2021.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Prof.Dr.Hj.Enizar,M.Ag

Penguji I : Isa Ansori, S.Ag.,S.S.,M.H.I

Penguji II : Muhamad Nasrudin, MH

Sekretaris : Siti Mustaghfiroh, M.Phil



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Syariah



**H. Husnul Fatarib, Ph.D**  
NIP.19740104 199903 1 004

## **ABSTRAK**

### **PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE**

**Oleh:  
DITA ANGGRAENI**

Transaksi online berkembang di dalam masyarakat sebagai dampak dari adanya perkembangan teknologi. Banyak pelaku usaha dan konsumen melakukan transaksi jual beli melalui online. Realitasnya konsumen masih ada yang dirugikan dengan menggunakan transaksi online, hal ini disebabkan karena konsumen masih banyak yang menggunakan transaksi online dengan tidak berhati-hati tidak melihat penilaian atau komentar pada toko. Pihak yang dirugikan tidak melaporkan atau mengadu ketika terjadi sesuatu permasalahan dalam melakukan transaksi online. Padahal konsumen dalam melakukan transaksi online dilindungi oleh Undang-undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi serta Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan oleh Undang-undang No. 8 Tahun 1999 yang mengatur tentang perlindungan terhadap konsumen. Konsumen mempunyai kewajiban untuk membaca dan mencari informasi ketika melakukan pembelian dalam transaksi online dan melaporkan permasalahan yang terjadi ketika melakukan pembelian dalam transaksi online. Pentingnya budaya hukum pada konsumen dalam transaksi online karena budaya hukum unsur yang penting dalam sistem hukum, karena budaya hukum memperlihatkan pemikiran masyarakat dalam menentukan bagaimana hukum tersebut ditaati atau tidak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah budaya hukum konsumen dalam transaksi online. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisa data menggunakan metode analisis kualitatif.

Hasil dari penelitian yaitu problema budaya hukum konsumen terlihat dari sikap konsumen yang masih kurang berhati-hati dalam melakukan pembelian pada transaksi online, kurangnya pengetahuan konsumen antara membedakan akun-akun penipuan atau bukan pada transaksi online dan kesadaran hukum konsumen dalam transaksi online masih cukup rendah karena lebih memilih diam ketika mengalami permasalahan – permasalahan ketika melakukan transaksi online.

## ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DITA ANGGRAENI

NPM : 1702090004

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2021  
Yang Menyatakan,



**Dita Anggraeni**  
NPM.1702090004

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ  
فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ۖ (سورة الحجرات, ٦)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. (Q.S. Al-Hujurat: 6)*



## **PERSEMBAHAN**

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kepada orang tua yang saya cintai, Ayahanda Suhardi dan Ibunda Agustina tercinta, yang tak pernah lelah memberikan do'a serta dukungan demi kelancaran studi ini.
2. Kakak-kakakku tersayang Lilik Reviviviana S.Kom, Herdiyanto dan keponakanku Akhtar Zain Andirly tersayang yang selalu memberikan semangat.
3. Kepada Nur Hasan sosok orang yang baik,selalu ada serta selalu memberi semangat.
4. Teman dan sahabat yang selalu ada serta memberi semangat.
5. Almamater tercinta Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

## KATA PENGANTAR

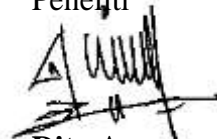
Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN METRO.
2. Bapak H. Husnul Fatarib, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Syariah
3. Bapak Muhamad Nasrudin, M.H, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Hukum Ekonomi Syariah.

Metro, Desember 2021  
Peneliti



**Dita Anggraeni**  
NPM.1702090004

## DAFTAR ISI

	<b>Hal.</b>
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Penelitian Relevan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Budaya Hukum .....	13
1. Pengertian Budaya Hukum .....	13
2. Budaya Hukum dalam Sistem Hukum .....	15
3. Macam-Macam Budaya Hukum .....	18
4. Faktor yang Mempengaruhi Budaya Hukum .....	19
B. Transaksi Online .....	25
1. Pengertian Transaksi Online.....	25
2. Dasar Hukum Transaksi Online .....	26
3. Jenis-Jenis Transaksi Online .....	27
4. Karakteristik Transaksi Online.....	28
C. Jaminan Negara Terhadap Konsumen .....	29

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	35
	B. Sumber Data .....	36
	C. Teknik Pengumpulan Data .....	37
	D. Teknik Analisa Data .....	38
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Hasil Penelitian.....	40
	1. Sikap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online .....	40
	2. Pengetahuan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online.....	46
	3. Kesadaran Hukum Konsumen.....	50
	B. Pembahasan .....	54
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan.....	60
	B. Saran .....	60
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Lulus Uji Plagiasi
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi
10. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Budaya hukum adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan antara perilaku sosial yang dalam kaitannya dengan hukum. hukum dapat dilihat sebagai suatu gejala yang dapat diamati dalam kehidupan masyarakat melalui pola tingkah laku warganya. Berkaitan dengan hal tersebut persoalan mendasar tentang budaya hukum adalah persoalan yang berkaitan dengan hukum sebagai sistem hukum, dimana hukum dinilai dari sisi yang berbeda.<sup>1</sup>

Salah satu persoalan saat ini adalah rendahnya budaya hukum dalam masyarakat. Contohnya budaya hukum yang berhubungan dengan konsumen online. Budaya hukum sebagai pembentuk sistem hukum. budaya hukum adalah nilai, pemikiran, serta harapan atas kaidah atau norma dalam kehidupan sosial masyarakat.<sup>2</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman, kreasi dan inovasi dalam berbagai bidang juga mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Perkembangan yang cukup mencolok adalah dalam penemuan dan pengembangan perangkat teknologi informasi dan telekomunikasi. Perkembangan perangkat teknologi tersebut berimplikasi pada berbagai lini

---

<sup>1</sup> Ade Saptomo, *Budaya Hukum Dalam Masyarakat Plural Dan Problem Implementasinya, Dalam Dialektika Pembaruan Sistem Hukum* (Jakarta: Setjen Komisi Yudisial, 2012), 200.

<sup>2</sup> Iman Pasu Marganda Hardiato Purba, "Pengertian Budaya Hukum Masyarakat Untuk Menghasilkan Kewarganegaraan Transformatif" *Jurnal Civics* Volume 14 Nomor 2 (Oktober 2017): 146-47.

dan aspek kehidupan manusia, tidak terkecuali aktifitas ekonomi dan aktifitas bisnis.berbagai kegiatan bisnis dilakukan dengan menggunakan perangkat teknologi modern agar lebih cepat, efektif dan efisien. Penggunaan perangkat teknologi ini mulai dari proses penawaran, transaksi dan pada proses pengiriman barang.<sup>3</sup>

Pada zaman era teknologi seperti ini perkembangan internet diIndonesia sangat berkembang dengan pesat. Internet menyangkut komunikasi antarmanusia di seluruh dunia melalui jaringan komunikasi elektronik yang dimungkinkan karena adanya koneksitas jaringan komputer.<sup>4</sup>

Internet dapat dimanfaatkan oleh siapapun dan untuk kepentingan apapun. Internet juga dapat dijadikan sebagai media informasi dan juga untuk melakukan bisnis, maka kemudian berkembanglah apa yang dikenal dengan istilah bisnis online.<sup>5</sup>

Perkembangan teknologi informasi telah merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi online.

Dengan adanya masa pandemi covid-19 saat ini pemerintah menganjurkan untuk tidak berada pada kerumuman, dan tetap menjaga jarak. Kemudahan berbelanja secara online selama pandemi membuat transaksi

---

<sup>3</sup>Imam Mustofa, *Kajian Fikih Kontemporer* (Yogyakarta: Idea Press, 2019), 93.

<sup>4</sup>Muhammad Rustam, "Internet Dan Penggunaannya" Vol. 21 No. 1 (Januari-Juni 2017) (N.D.): 18.

<sup>5</sup>James R Situmorang, "Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya" Vol.8, No.1: hal. 73-87, (ISSN: 0216-1249) (2012).

online semakin populer dan menjadi pilihan untuk berbelanja. Transaksi online merupakan cara baru dalam informasi. Transaksi online berkembang dimasyarakat sebagai dampak dari adanya perkembangan teknologi serta meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Banyak pelaku usaha dan konsumen melakukan transaksi jual beli melalui online.<sup>6</sup>

Konsumen lebih banyak melakukan Transaksi online melalui Media sosial karena dalam media sosial sangat banyak sekali online shop. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini.<sup>7</sup> media sosial adalah salah satu alat yang dimana seseorang dapat terhubung dengan segala hal dan yang terpenting adalah media sosial juga sebagai alat berbagi informasi yang cepat. Media sosial membawa dampak yang signifikan untuk keberlangsungan hidup para kaum millenials jaman sekarang, hal ini terjadi karena masyarakat terutama anak muda sekarang telah tumbuh dan sangat terintegrasi dengan perangkat dan situs-situs jaringan yang interatif. Media sosial adalah sebuah media online yang dapat mendukung hubungan antar individu dengan menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif.<sup>8</sup>

Pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan transaksi online mempunyai dampak negatif pada konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi online dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap

---

<sup>6</sup>Rifan Adi Nugraha, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online" Vol. 08 No. 02 (2015): 91.

<sup>7</sup>Erika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media sosial (Communications and Social Media)" volume III Nomor 1 Edisi Juli 2011 (t.t.): 69.

<sup>8</sup>Dhifa Nabila, *Peradaban Media Sosial di Era Industri* (malang: Pt.citra intrans selaras, 2020), 8–9.



muka secara langsung serta tidak saling mengenal dengan kata lain transaksi online dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi online antara lain, yaitu bahwa kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman barang juga rawan terjadi yaitu barang yang telah dipesan dan dibayar oleh konsumen tidak dikirim oleh pelaku usaha. dalam hal ini maka banyak konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha.<sup>9</sup>

Untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada pembeli selaku konsumen. Undang-undang perlindungan konsumen yang telah mengatur hak dan kewajiban bagi pihak konsumen dan pelaku usaha bahkan juga mengatur tentang larangan terhadap perbuatan yang tidak dapat dilakukan oleh pelaku usaha. Perlindungan konsumen merupakan cara untuk melindungi konsumen yang diberikan oleh hukum atau undang-undang untuk mencegah adanya pelanggaran atau hal-hal yang dapat merugikan konsumen.

Secara umum hak dasar konsumen yang harus dilindungi yaitu hak untuk mendapat informasi, hak untuk memilih dan hak untuk didengar. dalam aktivitas transaksi online konsumen harus dilindungi, dalam perlindungan konsumen hak-hak konsumen banyak yang tidak dilindungi oleh perlindungan hukum. Kemudian dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 5 kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Tetapi faktanya ketika

---

<sup>9</sup>Rifan Adi Nugraha, "Perlindungan Hukum," t.t., 92.

konsumen mengalami kerugian konsumen lebih memilih diam dengan tidak melakukan upaya penyelesaian hukum sengketa, konsumen tidak mentaati aturan tersebut. kemudian juga masyarakat masih banyak yang tidak berhati-hati dalam melakukan transaksi online, dalam hal ini konsumen dipengaruhi dengan berkaitannya dengan budaya hukum yang ada pada lingkungan setempat.

Budaya hukum merupakan tanggapan umum yang sama dari masyarakat tertentu terhadap gejala-gejala hukum. tanggapan itu merupakan kesatuan pandangan terhadap nilai-nilai dan perilaku hukum.<sup>10</sup>

Hukum memiliki hubungan yang timbal balik dengan masyarakatnya, dimana hukum merupakan sarana/alat untuk mengatur masyarakat dan bekerja didalam masyarakat itu sendiri sedangkan masyarakat dapat menjadi sarana/alat sosial yang memungkinkan hukum dapat diterapkan dengan sebaik-baiknya.

Hukum sangat berkaitan erat dengan kebudayaan. Hukum sendiri merupakan produk kebudayaan, karena sejatinya produk hukum adalah produk ciptaan manusia. Hukum diciptakan memiliki karakteristik yang berbeda-beda dari satu daerah ke daerah lainya sesuai dengan kebudayaan setempat. artinya kebudayaan membentuk hukum yang artinya hukum akan terus berubah sesuai dengan perkembangan zaman dan dinamika manusia ini terlahir dalam proses kebudayaan yang berbeda.<sup>11</sup> Kesadaran hukum erat kaitanya dengan berbagai

---

<sup>10</sup> Amrizal Siagian, "Nikah Usia Dini Di Masyarakat Dalam Perspektif Kajian Budaya Hukum" Vol.1 No.1 (Juni 2020): 17.

<sup>11</sup> Syafruddin Makmur, "Budaya Hukum Dalam Masyarakat Multikultur" Salam; Jurnal Sosial dan budaya syar'i Vol.II No.2 (Desember 2015): 392.

faktor, khususnya sikap para pelaksana hukum artinya parapenagak hukum memiliki peranan yang besar dalam membina masyarakat.

Suatu masyarakat jika diperhatikan memiliki persamaan walaupun sifat-sifat individu berbeda-beda, namun akan memberikan reaksi yang sama terhadap suatu hal tertentu. Dengan adanya reaksi yang sama itu maka memiliki sikap yang umum sama. Hal-hal yang merupakan milik bersama tersebut dinamakan kebudayaan.

Maka budaya hukum merupakan salah satu dari kebudayaan manusia yang demikian luas. Budaya hukum adalah tanggapan umum yang sama dari masyarakat tertentu terhadap gejala-gejala hukum. Budaya hukum menunjukkan tentang pola perilaku individu sebagai anggota masyarakat yang menggambarkan tanggapan (orientasi) yang sama terhadap kehidupan hukum yang dihayati masyarakat yang bersangkutan.<sup>12</sup>

Budaya hukum merujuk pada nilai, gagasan dan sikap masyarakat yang berkaitan dengan hukum. Budaya hukum merupakan pencerminan dari sistem hukum, karena mengandung potensi untuk dipakai sebagai sumber informasi guna menjelaskan sistem hukum. Budaya hukum terdiri dari nilai-nilai dan sikap-sikap yang secara bersama-sama mengikat sistem hukum dalam kebudayaan masyarakat secara keseluruhan.<sup>13</sup>

Budaya hukum masyarakat merupakan salah satu faktor yang menentukan tentang terlaksananya suatu sistem hukum, karena budaya hukum

---

<sup>12</sup> Rabiatul Syariah, "Keterkaitan Budaya Hukum Dengan Pembangunan Hukum Nasional" *jurnal equality* Vol.13 No.1 Februari 2008 (t.t.): 33–34.

<sup>13</sup> M. Muhtarom, "Pengaruh Budaya Hukum Terhadap Kepatuhan Hukum Dalam Masyarakat" *Suhuf*, Vol.27 No.2 (2 November 2015): 124–25.

tidak lain adalah keseluruhan sikap dari masyarakat dan sistem nilai yang ada dalam masyarakat yang akan menentukan bagaimana seharusnya hukum itu berlaku dalam masyarakat.<sup>14</sup> Budaya hukum adalah tidak lain dari keseluruhan sikap dari masyarakat dari sistem nilai yang ada dalam masyarakat yang menentukan bagaimana seharusnya hukum itu berlaku dalam masyarakat.<sup>15</sup>

Belanja online telah menjadi kebiasaan masyarakat sehingga menjadi sesuatu yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Didalam permasalahan transaksi online yang sudah banyak terjadinya penipuan terhadap konsumen, kehadiran pemerintah diharapkan senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi dimasyarakat. Pada era globalisasi ini perubahan telah terjadi diberbagai bidang kehidupan, termasuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memegang peranan penting dalam pembangunan. Teknologi informasi dan komunikasi telah merubah perilaku masyarakat.

Dengan pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi merupakan salah satu penyebab perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum. budaya hukum/kultur hukum mencakup nilai-nilai dalam masyarakat yang mendasari hukum yang berlaku. Budaya hukum juga bisa mempengaruhi tingkat penggunaan pengadilan, yakni sikap mengenai apakah akan dipandang benar atau salah, berguna atau sia-sia apabila

---

<sup>14</sup>Wahyudy Falarungi, "Penegakan Hukum Terhadap Penjualan Pakaian Merek Palsu Dipasar Senteral Kota Makasar" *Journal Of Lex Philosophy (JLP)* Volume 1 (2 Desember 2020): 161.

Yusnita Eva, *Dari Komunal Ke Individual Perubahan Budaya Hukum Masyarakat Adat Minangkabau* (PT Rajagrafindo Persada, 2016), 12.

permasalahan diselesaikan dipengadilan. Sebagian orang juga takut menggunakan apa yang sebenarnya menjadi haknya dan Sikap konsumen dalam menentukan pilihan ketika berbelanja melalui transaksi online.

Seperti permasalahan-permasalahan yang sering terjadi dalam transaksi online adalah barang tidak sesuai dengan gambar, kualitas barang berbeda dan barang tidak dikirim oleh pelaku usaha, konsumen diblokir dengan pelaku usaha atau dengan online shop tersebut. Dengan adanya permasalahan-permasalahan yang ada pada transaksi online konsumen tetap saja terus memilih berbelanja dengan melalui transaksi online, dan ketika mengalami kerugian atau tertipu oleh pelaku usaha yang tidak mengirimkan barang setelah konsumen melakukan pembayaran, konsumen lebih memilih diam dan bersikap untuk tidak melaporkan hal tersebut.

Banyak konsumen yang dirugikan dengan menggunakan transaksi online, faktanya masyarakat masih banyak yang menggunakan transaksi online untuk membeli fashion seperti, pakaian, jilbab, dan sepatu .melihat kasus-kasus penipuan pada transaksi online sudah cukup banyak tetapi masyarakat masih banyak yang berminat untuk berbelanja melalui transaksi online.kesadaran hukum dari pada konsumen pada transaksi online masih cukup rendah. Seperti halnya budaya hukum pada konsumen dalam transaksi online, budaya hukum merupakan unsur yang penting dalam sistem hukum, karena budaya hukum memperlihatkan pemikiran dan kekuatan masyarakat yang menentukan bagaimana hukum tersebut ditaati atau dihindari.

Mengingat dalam kegiatan transaksi online yang telah menjadi kebiasaan masyarakat, sebenarnya banyak kasus penipuan yang terjadi dan penyimpangan yang merugikan konsumen. Namun ironisnya budaya hukum konsumen yang lebih memilih untuk tetap bertingkah laku sesuai dengan apa yang telah menjadi nilai-nilai dan pandangan dalam kehidupan mereka, sehingga konsumen masih banyak yang melakukan transaksi online dengan tidak berhati-hati dan juga tidak mengikuti aturan yang ada. Terkait dengan hal ini apakah konsumen sudah melihat penilaian pada toko jika ingin membeli sesuatu, apakah yang menjadi dasar konsumen untuk melakukan transaksi online, bagaimana budaya hukum konsumen dalam transaksi online. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sebuah skripsi dengan judul **“Problematika Budaya Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini yaitu Bagaimanakah budaya hukum konsumen dalam transaksi online?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk Budaya Hukum konsumen Terhadap Transaksi Online.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Secara teoritis

Penelitian diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan tentang problematika budaya hukum terhadap konsumen. maupun sebagai bahan referensi penelitian berikutnya tentang Problematika Budaya Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online.

### b. Secara praktis

Sebagai bahan masukan bagi pemerintah dalam menangani masalah tentang problem antara perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi online.

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat tentang pemahaman dalam mengkaji secara luas kepada pihak-pihak yang terkait masalah ini dan serta memberi manfaat masukan bagi pihak-pihak yang terkait dengan masalah penelitian ini.

## D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah hasil karya penelitian dari orang lain yang secara substantif berkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan oleh seorang peneliti.<sup>16</sup>Sebelum tulisan dikaji, ada beberapa tulisan sebelumnya yang berkaitan dengan pokok masalah yang akan diteliti, adapun beberapa penelitiannya ialah sebagai berikut:

1. M. Muhtarom, dalam jurnal *Suhuf*, Vol.27 No.2 yang berjudul “Pengaruh Budaya Hukum Terhadap Kepatuhan Hukum Dalam Masyarakat”.

---

<sup>16</sup>Tim Penyusun Skripsi IAIN METRO, *Pedoman Penulisan Skripsi* (Metro: IAIN METRO 2018, t.t.), 30.

Tahun 2015

Berdasarkan pembahasan dari jurnal tersebut membahas tentang pengaruh budaya hukum terhadap kepatuhan masyarakat terhadap hukum dan bagaimana pola hubungan antara budaya hukum dengan tingkat kepatuhan hukum didalam masyarakat. Sedangkan peneliti ini membahas tentang bagaimana kultur hukum/ budaya hukum yang terjadi pada konsumen dalam melakukan transaksi online.<sup>17</sup>

2. Skripsi dari Isnawati 2019 dengan judul Online Shop (Studi Kasus Budaya Komsutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar).

Berdasarkan pembahasan dari skripsi tersebut meneliti tentang mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar dalam memanfaatkan online shop, sedangkan peneliti ini membahas sikap konsumen dalam menentukan pilihan ketika melakukan transaksi online dan bagaimana budaya hukum yang terjadi dalam masyarakat (konsumen) dalam melakukan transaksi online .<sup>18</sup>

3. Skripsi dari Ulina Dheani Artanti 2020 dengan judul Modus operandi dan problematika penegakan hukum tindak pidana penipuan online. Peneliti ini membahas tentang mengenai kasus penipuan dalam transaksi, problematika yang dihadapi penegak hukum dalam menangani kasus tindak pidana penipuan online. Sedangkan penelitian ini membahas tentang bagaimana

---

<sup>17</sup>M.Muhtarom, "Pengaruh Budaya Hukum Terhadap Kepatuhan Hukum Dalam Masyarakat" *Suhuf*, Vol.27 No.2 (November 2015).

<sup>18</sup> "Skripsi Dari Isnawati 2019 Dengan Judul Online Shop (Studi Kasus Budaya Komsutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)," T.T.



budaya hukum yang terjadi pada masyarakat (konsumen), sikap konsumen yang mengalami penipuan dalam melakukan transaksi online .<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> “Skripsi Ulina Dheani Artanti, ‘Modus Operani Dan Problematika Penegakan Hukum Tindak Pidana Penipuan Online, ’ Fakultas Hukum Univesitas Muhammadiyah Magelang, ” T.T.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Budaya Hukum**

##### **1. Pengertian Budaya Hukum**

Konsep mengenai budaya hukum pertama kali digagas oleh Lawrence M. Friedman pada tahun 1969, budaya hukum menurut Friedman adalah keseluruhan sikap warga masyarakat yang akan menentukan bagaimana seharusnya hukum itu berlaku dalam masyarakat.<sup>1</sup>

Hampir sama dengan yang disampaikan Maculay bahwa budaya hukum terdiri dari nilai-nilai dan sikap-sikap yang secara bersama-sama mengikat sistem hukum dan yang menentukan tempat sistem hukum dalam kebudayaan masyarakat secara keseluruhan.<sup>2</sup>

Berbeda dengan yang dikemukakan oleh Soekanto, budaya hukum menurut Soekanto merupakan budaya non-material atau spiritual. Inti budaya hukum sebagai budaya non-material atau spiritual adalah nilai-nilai yang merupakan konsepsi-konsepsi abstrak mengenai apa yang baik (sehingga harus dianuti) dan apa yang buruk (sehingga harus dihindari).

---

<sup>1</sup> Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung, "Jurnal Hukum" Vol.XVI, No.1 (Maret 2006): 2.

<sup>2</sup> M. Muhtarom, "Pengaruh Budaya Hukum Terhadap Kepatuhan Hukum Dalam Masyarakat," 125.

Menurut Darmodiharo dan Shidarta budaya hukum identik dengan pengertian kesadaran hukum, yaitu kesadaran hukum dari subyek hukum secara keseluruhan.<sup>3</sup>

Budaya hukum bukanlah apa yang secara disebut opini publik para antropolog, budaya itu tidak sekedar berarti himpunan fragmen-fragmen tingkah laku (pemikiran) yang saling terlepas, istilah budaya diartikan sebagai keseluruhan nilai sosial yang berhubungan dengan hukum.<sup>4</sup>

Budaya hukum diartikan keseluruhan sistem nilai serta sikap yang mempengaruhi hukum. Budaya hukum adalah tanggapan umum yang sama dari masyarakat tertentu terhadap gejala-gejala hukum.<sup>5</sup>

Budaya hukum merupakan tanggapan umum yang sama dari masyarakat tertentu terhadap gejala-gejala hukum.tanggapan itu merupakan kesatuan pandangan terhadap nilai-nilai dan perilaku hukum. Jadi budaya hukum menunjukkan pola perilaku individu sebagai anggota masyarakat yang menggambarkan tanggapan (orientasi) yang sama terhadap kehidupan yang dihayati masyarakat yang bersangkutan.<sup>6</sup>

Maka dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa budaya hukum merupakan sebagian dari sikap dan perilaku yang mempengaruhi sistem hukum dalam masyarakat setempat atau keseluruhan faktor budaya yang

---

<sup>3</sup> M.Syamsudin, "Budaya Hukum Ilmuwan Tentang Hak Cipta: Suatu Penelitian Hukum Empiris" Jurnal Hukum.No.19 Vol.9 (Februari 2002): 151–52.

<sup>4</sup> Syafruddin Makmur, "Budaya Hukum Dalam Masyarakat Multikultur" Salam; Jurnal Sosial Dan Budaya Syar'i Vol.II No.2 (December 2015): 395.

<sup>5</sup> Muh.Sudirman Sesse, "Budaya Hukum Dan Implikasinya Terhadap Pembangunan Hukum Nasional" Jurnal Hukum Diktum Volume 11, Nomor 2 (Juli 2013): 173.

<sup>6</sup> Ika Darmika, "Budaya Hukum (Legal Culture) dan pengaruhnya Terhadap Penegakan Hukum Di Indonesia" Jurnal Hukum to-ra Vol 2 No.3, Desember 2016 (t.t.): 430.

menentukan bagaimana sistem hukum memperoleh tempatnya yang logis dalam kerangka budaya milik masyarakat umum.

## 2. Budaya Hukum dalam Sistem Hukum

Manusia dalam kehidupan bermasyarakat telah dibekali untuk berlaku dengan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya tertentu. Nilai-nilai budaya yang dijunjung tinggi (dianggap bernilai), oleh suatu masyarakat belum tentu dianggap dijunjung tinggi oleh masyarakat lainya. Nilai budaya tercakup lebih konkrit dalam norma-norma sosial yang diajarkan kepada setiap warga masyarakat supaya dapat menjadi pedoman berlaku pada waktu melakukan berbagai peranan dalam berbagai situasi sosial.<sup>7</sup>

Budaya atau kebudayaan merupakan hasil karya rasa dan cipta masyarakat. Hasil karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan materil yang diperlukan manusia untuk memanfaatkan alam sekitarnya untuk memenuhi segala keperluan hidupnya. Budaya hukum adalah keseluruhan sikap masyarakat yang bersifat umum dan nilai dalam masyarakat yang akan menentukan bagaimana seharusnya hukum itu berlaku dalam masyarakat, sikap dan nilai tersebut memberikan pengaruh baik positif seperti jujur amanah dan bertanggung jawab, dan pengaruh negatif seperti tidak amanah tidak jujur dan tidak bertanggung jawab, tidak memperhatikan hak dan kewajiban terhadap tingkah laku yang berkaitan dengan hukum.

---

<sup>7</sup>Anak Agung Gede, *Memahami Hukum Dan Kebudayaan* (Bali: Pustaka Ekspresi, 2016), 46.

Budaya hukum sangat berpengaruh menentukan tingkah laku dalam menerima atau menolak hukum, mematuhi atau tidak mematuhi hukum. budaya hukum yang dalam bentuknya sebagai kebiasaan, hukum dianggap tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. hukum dibentuk dan diberlakukan oleh dan didalam masyarakat.<sup>8</sup>

Sistem hukum itu merupakan hubungan yang kait mengait antara manusia, masyarakat, kekuasaan dan aturan-aturan. Dalam hal ini hukum berperan sebagai sarana penegak tertib hukum, sebagai saran penegak keadilan, dan sebagai penunjang gagasan pemerataan kesejahteraan.<sup>9</sup>

Budaya hukum merupakan bagian atau sub system dari sistem hukum, yang berhubungan dengan gagasan, sikap, kepercayaan, harapan-harapan, maupun pandangan-pandangan tentang hukum yang berisikan nilai-nilai.<sup>10</sup>

Budaya hukum merupakan sikap dan nilai-nilai dari individu-individu dan kelompok-kelompok masyarakat yang mempunyai kepentingan-kepentingan yang kemudian diproses menjadi tuntutan-tuntutan berkaitan dengan hukum. kepentingan dan tuntutan tersebut merupakan kekuatan sosial yang sangat menentukan berjalan atau tidaknya sistem hukum.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup>Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung, "Jurnal Hukum" Vol.Xvi, No.1, Maret 2006 (N.D.): 2-3.

<sup>9</sup>Muh.Sudirman Sesse, "Budaya Hukum Dan Implikasinya Terhadap Pembangunan Hukum Nasional," T.T., 178.

<sup>10</sup>Jawardi, "Strategi Pengembang Budaya Hukum" Jurnal Penelitian Hukum Deure, Issn 1410-5632 Vol.1 (Maret 2016): 77.

<sup>11</sup>M.syamsudin, "Budaya Hukum ilmuwan tentang hak cipta: suatu penelitian hukum empiris," 153.

Dari konsep budaya hukum maka budaya hukum dengan sistem hukum saling berkaitan, budaya hukum merupakan salah satu komponen dari sistem hukum, komponen budaya hukum merupakan variabel penting dalam sistem hukum karena dapat menentukan bekerjanya sistem hukum.

Hukum akan menjadi efektif jika tujuan keberadaanya dan penerapannya dapat mencegah perbuatan-perbuatan yang tidak diinginkan dapat menghilangkan kekacauan.hukum yang efektif secara umum dapat membuat apa yang dirancang dapat diwujudkan. Jika suatu aturan hukum dimengerti dan ditaati oleh sebagian besar masyarakat maka akan dikatakan aturan hukum yang bersangkutan adalah efektif.

Ditemukan oleh Soerjono Soekanto, bahwa suatu sikap tindak perilaku hukum dianggap efektif, apabila sikap tindakan atau perilaku lain menuju pada tujuan yang dikehendaki , artinya apabila pihak lain tersebut mematuhi hukum. undang-undang dapat menjadi efektif jika peranan yang dilakukan pejabat penegak hukum semakin mendekati apa yang diharapkan oleh undang-undang dan sebaiknya menjadi efektif jika peranan yang dilakukan oleh penegak hukum jauh dari apa yang diharapkan undang-undang.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 1982), 115.

### 3. Macam-Macam Budaya Hukum

Macam-macam budaya hukum dalam wujud perilaku manusia dalam kehidupan masyarakat yaitu :

a. Budaya parokial (parochia culture)

Para masyarakat parokial (picik), cara berpikir para anggota pada masyarakatnya masih terbatas, tanggapannya terhadap hukum hanya terbatas dalam lingkungannya sendiri.

b. Budaya subjek (subject culture)

Dalam masyarakat budaya subjek (takluk), cara berfikir anggota masyarakat sudah ada perhatian, sudah timbul kesadaran hukum yang umum terhadap keluaran dari penguasa yang lebih tinggi.

c. Budaya partisipant (subject culture)

Pada masyarakat budaya partisipan (berperan serta), cara berfikir dan berperilaku anggota masyarakatnya berbeda-beda .ada yang masih budaya takluk, namun sudah banyak yang merasa berhak dan berkewajiban berperan serta karena ia merasa sebagai bagian dari kehidupan hukum yang umum.<sup>13</sup>

Dari ketiga macam budaya hukum diatas merupakan sebagian cara berfikir dan berperilaku anggota masyarakat yang mempengaruhi sistem hukum dalam masyarakat setempat.

---

<sup>13</sup>Muh.Sudirman Sesse, "Budaya Hukum, " N.D., 172.

#### 4. Faktor yang Mempengaruhi Budaya Hukum

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi antara lain :

##### a. Faktor Hukumnya Sendiri

Penyelenggaraan hukum sesungguhnya merupakan proses penyerasian antara nilai kaidah dan pola perilaku nyata yang bertujuan untuk mencapai kedamaian.

Dengan demikian, tidak berarti setiap permasalahan sosial hanya dapat diselesaikan dengan hukum yang tertulis, karena tidak mungkin ada peraturan perundang-undangan yang dapat mengatur seluruh tingkah laku manusia, yang isinya jelas bagi setiap warga masyarakat yang diatur nya dan serasi antara kebutuhan.

Untuk menerapkan peraturan dengan fasilitas yang mendukungnya. Pada hakikatnya, hukum itu mempunyai unsur-unsur antara lain hukum perundang-undangan, hukum traktat, hukum yuridis, hukum adat, dan hukum ilmuwan atau doktrin.

Salah satu faktor gangguan/hambatan terhadap penegakan hukum yang berasal dari undang-undang disebabkan karena ketidakjelasan arti kata-kata didalam undang-undang yang mengakibatkan kesimpangsiuran didalam penafsiran serta penerapannya.<sup>14</sup>

Secara ideal unsur-unsur itu harus harmonis, artinya tidak sating bertentangan baik secara vertikal maupun secara horizontal

---

<sup>14</sup> Petter Rendra Bulurditty, "Penegakan Hukum Terhadap Penyelenggaraan Izin Mendirikan Bangunan Kota Salatiga" (Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2018), 16.



antara perundang-undangan yang satu dengan yang lainnya, bahasa yang dipergunakan harus jelas, sederhana, dan tepat karena isinya merupakan pesan kepada warga masyarakat yang terkena perundang-undangan itu.<sup>15</sup>

b. Faktor Penegak Hukum

Faktor penegak hukum yaitu pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum. Faktor penegak hukum yakni apakah para penegak hukum sudah betul-betul melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan baik. Dalam berfungsinya hukum, mentalitas atau kepribadian petugas penegak hukum memainkan peranan penting, kalau peraturan sudah baik, tetapi kualitas petugas kurang baik, ada masalah.

Oleh karena itu, salah satu kunci keberhasilan dalam penegakan hukum adalah mentalitas atau kepribadian penegak hukum dengan mengutip pendapat J.E. Sahetapy yang mengatakan : "Dalam rangka penegakan hukum dan implementasi penegakan hukum bahwa penegakan keadilan tanpa kebenaran adalah suatu kebijakan.

Penegakan kebenaran tanpa kejujuran adalah suatu kemunafikan. Dalam kerangka penegakan hukum oleh setiap lembaga penegakan hukum (inklusif manusianya) keadilan dan kebenaran harus dinyatakan, harus terasa dan terlihat, harus diaktualisasikan". Di dalam konteks di atas yang menyangkut kepribadian dan mentalitas penegak

---

<sup>15</sup> Yuniko Fitriani, "Pentingnya Budaya Hukum Dalam Masyarakat, " T.T., 11–12.

hukum, bahwa selama ini ada kecenderungan yang kuat di kalangan masyarakat untuk mengartikan hukum.<sup>16</sup>

c. Faktor Sarana Atau Fasilitas

Tanpa adanya sarana atau fasilitas tertentu maka tidak mungkin penegak hukum akan berlangsung dengan lancar. sarana atau fasilitas tersebut antara lain mencakup tenaga manusia yang berpendidikan dan terampil. Organisasi yang baik, peralatan yang memadai, keuangan yang cukup dan seterusnya.

Kepastian dan kecepatan penanganan perkara senantiasa tergantung pada sumber daya yang diberikan di dalam program-program pencegahan dan pemberantasan kejahatan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Oleh karena itu, sarana atau fasilitas mempunyai peranan yang sangat penting di dalam penegakan hukum. Tanpa adanya sarana atau fasilitas tersebut, tidak akan mungkin penegak hukum menyerasikan peranan yang seharusnya dengan peranan yang aktual.<sup>17</sup>

d. Faktor Kesadaran Hukum Masyarakat

Penegakan hukum berasal dari masyarakat dan bertujuan untuk mencapai kedamaian masyarakat. Oleh karena itu dari sudut pandang tertentu masyarakat dapat mempengaruhi penegakan hukum. penegakan hukum bukanlah merupakan suatu kegiatan yang berdiri

---

<sup>16</sup> Yuniko Fitriani, 12–13.

<sup>17</sup> Petter Rendra Bulurditty, “Penegakan Hukum Terhadap Penyelenggaraan Izin Mendirikan Bangunan Kota Salatiga,” 17–18.

sendiri melainkan mempunyai hubungan timbal balik yang erat dengan masyarakat.

Untuk mencapai kedamaian harus ada kepatuhan dari masyarakat dan kepatuhan tersebut ditentukan oleh kesadaran hukum. kesadaran hukum merupakan nilai-nilai yang terdapat dalam diri manusia tentang hukum yang ada atau tentang hukum yang diharapkan akan ada. Dalam melaksanakan penegakan hukum selain faktor kesadaran hukum masyarakat perlu memperhatikan nilai-nilai budaya masyarakat setempat.

Misalnya seperti pada penerapan kekerasan. Penerapan kekerasan harus dapat dicegah karena dapat memberikan gambaran yang keliru mengenai hukum yang identik dengan penegak hukum. disinilah letak masalah faktor masyarakat didalam kaitanya dengan penegak hukum. anggapan masyarakat bahwa hukum identik dengan penegak hukum (atau sebaliknya) mengakibatkan harapan-harapan yang tertuju pada peran aktual penegak hukum menjadi terlampau banyak.<sup>18</sup>

e. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karya manusia di dalam pergaulan hidup.<sup>19</sup> adanya budaya "malu" atau budaya perasaan bersalah dari warga masyarakat. Dalam kebudayaan sehari-hari, orang begitu sering

---

<sup>18</sup> Petter Rendra Bulurditty, 18–19.

<sup>19</sup>Ika Darmika, "Budaya Hukum (Legal Culture) Dan Pengaruhnya Terhadap Penegakan Hukum Di Indonesia," 435.

membicarakan soal kebudayaan. Kebudayaan menurut Soerjono Soekanto, mempunyai fungsi yang sangat besar bagi manusia dan masyarakat, yaitu mengatur agar manusia dapat mengerti bagaimana seharusnya bertindak, berbuat, dan menentukan sikapnya kalau mereka berhubungan dengan orang lain.<sup>20</sup>

Kebudayaan (sistem) hukum pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang mendasari hukum yang berlaku, nilai-nilai yang merupakan konsepsi-konsepsi abstrak mengenai apa yang seharusnya dianggap baik (sehingga dianuti) dan apa yang dianggap buruk (sehingga dihindari).<sup>21</sup>

Dengan demikian, kebudayaan adalah suatu garis pokok tentang perikelakuan yang menetapkan peraturan mengenai apa yang harus dilakukan, dan apa yang dilarang.<sup>22</sup>

Kelima faktor diatas saling berkaitanya dengan eratnya, karena menjadi hal pokok dalam penegakan hukum. penerapanya pun harus dilaksnakan oleh penegak hukum dan penegakan hukumnya sendiri juga merupakan panutan oleh masyarakat luas.

Pada umumnya kesadaran masyarakat terhadap hukum yang tinggi mengakibatkan para warga masyarakat mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sebaliknya, apabila kesadaran

---

<sup>20</sup> Yuniko Fitrian, "Pentingnya Budaya Hukum Dalam Masyarakat, " 14.

<sup>21</sup> Petter Rendra Bulurditty, "Penegakan Hukum Terhadap Penyelenggaran Izin Mendirikan Bangunan Kota Salatiga, " 20.

<sup>22</sup> Yuniko Fitrian, "Pentingnya Budaya Hukum Dalam Masyarakat, " 14.

warga masyarakat terhadap hukum sangat rendah, maka derajat kepatuhannya terhadap hukum juga tidak tinggi.

Menurut Soerjono Soekanto mengemukakan empat kesadaran hukum, yaitu :

a. Pengetahuan Tentang Hukum

Dalam hal ini, merupakan pengetahuan seseorang berkenaan dengan perilaku tertentu yang diatur oleh hukum tertulis, yakni tentang apa yang dilarang dan apa yang diperbolehkan.

b. Pengetahuan Tentang Isi Hukum

Yang dimaksud adalah bahwa sejumlah informasi yang dimiliki oleh seseorang mengenai isi dan aturan hukum (tertulis), yakni mengenai isi, tujuan, dan manfaat dari peraturan tersebut.

c. Sikap Hukum

Merupakan suatu kecenderungan untuk menerima atau menolak hukum karena adanya penghargaan atau keinsafan bahwa hukum tersebut bermanfaat atau tidak bermanfaat bagi kehidupan manusia. Dalam hal ini , sudah ada elemen apresiasi terhadap aturan hukum.

d. Pola Perilaku Hukum

Yang dimaksud adalah tentang berlaku atau tidaknya suatu aturan hukum dalam masyarakat. Jika berlaku suatu aturan hukum, sejauh mana berlakunya itu dan sejauh mana masyarakat mematuhi.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Achmad Ali, *Menjelajahi Kajian Empiris Terhadap Hukum* (Jakarta: PT. Yarsif Watampone, 1998), 198.

Intinya adalah kesadaran hukum warga masyarakat sebenarnya menyangkut faktor-faktor apakah suatu ketentuan hukum tertentu diketahui, dipahami, ditaati, dan dihargai. Apabila warga masyarakat hanya mengetahui adanya suatu ketentuan hukum, maka tingkat kesedaran hukumnya lebih rendah dari mereka yang memahinya dan seterusnya.

## **B. Transaksi Online**

### **1. Pengertian Transaksi Online**

Transaksi online merupakan istilah yang sering di gunakan atau didengar saat ini yang berhubungan dengan internet. Transaksi online merupakan salah satu aplikasi kemajuan teknologi informasi yang penggunaannya sangat intens akhir-akhir ini.<sup>24</sup>

Transaksi online adalah transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli secara online melalui media internet tanpa bertatap muka secara langsung. Transaksi online menjadi pilihan karena memiliki keunggulan antara lain, lebih praktis, mudah dan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun.<sup>25</sup> Transaksi online adalah transaksi yang dilakukan penjual dan pembeli secara online melalui media internet, tidak ada perjumpaan langsung antara pembeli dan penjual.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup>Hotlan Siagian, "Analisi Website Quality, Trust Dan Loyalty Online Shop" Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.8, No.2 (October 2014): 55.

<sup>25</sup>Desak Putu Pradnyamitha, "Keabsahan Transaksi Online Di Tinjau Dari Hukum Perikatan," 2-3.

<sup>26</sup>Achmad, "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Transaksi Online Menggunakan Koonfirmasi Faktor Analisis" Faktor Exacta 11 (1):7-16, 2018 (T.T): 7.

Transaksi online merupakan transaksi jual beli yang dilakukan secara online, dalam arti antara penjual dan pembeli tidak dapat bertatap muka secara langsung, melainkan melalui bantuan internet . transaksi online memiliki keuntungan dan kekurangan. Keuntungan transaksi online adalah efisiensi, yaitu pembeli dapat dengan mudah mengakses dan membeli barang kebutuhannya tanpa keluar rumah. Kekurangan transaksi online adalah bahwa calon pembeli tidak dapat melihat secara langsung barang yang akan dibelinya. Hal ini menyebabkan pembeli sulit melihat deskripsi barang secara akurat, meliputi warna tekstur, ukuran dan sebagainya.<sup>27</sup>

Berdasarkan uraian diatas, transaksi online adalah kegiatan jual beli secara online antara pembeli dan penjual tanpa bertatap muka atau bertemu langsung, hanya dengan melalui media internet.

## **2. Dasar Hukum Transaksi Online**

Dasar Hukum Transaksi Online yaitu :

- a. Pada Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE). Pasal 1 ayat 2 transaksi elektronik yaitu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Dalam pasal 1 ayat (2) transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang

---

<sup>27</sup>Binti Mahtumah, *Administrasi Transaksi* (jakata 2018: Gramedia Widiasarana Indonesia, t.t.), 36.

dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>28</sup>

- c. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam pasal 1 ayat (1) perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>29</sup>

Berdasarkan ketiga dasar hukum diatas bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan perbuatan hukum melalui komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya.

### **3. Jenis-Jenis Transaksi Online**

Transaksi online (e-commerce) dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu:<sup>30</sup>

- a. Business to Business (B2B)

Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan.

---

<sup>28</sup>“Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 Ayat 2, ” T.T.

<sup>29</sup> “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1, ” t.t.

<sup>30</sup>Sugeng Santoso, “Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata Dan Hukum Islam” Ahkam, Volume 4, Nomor 2 (November 2016): 223.



b. Business to Consumer (B2C)

Transaksi antara perusahaan dan konsume/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi.

c. Consumer to Consumer (C2C)

Transaksi jual beli yang terjadi antara individu dengan individu yang akan saling menjual barang. Jenis transaksi ini meliputi seluruh transaksi elektronik produk antar konsumen.<sup>31</sup>

Dengan adanya jenis transaksi online ini dimungkinkan mengingat perdagangan melalui jaringan komputer menjanjikan efisiensi, baik dari segi waktu dan biaya serta kenyamanan dalam berinteraksi bagi konsumen, dibandingkan dengan pola bertransaksi secara tradisional.<sup>32</sup>

#### 4. Karakteristik Transaksi Online

Karakteristik Transaksi Online antara lain:

a. Transaksi tanpa batas

Dengan kecanggihan digital, bahwa batasan-batasan dalam hal penjualan produk tidak dibatasi lagi.

---

<sup>31</sup>Martini Dwi, "Perdagangan Elektronik (E-Commerce) Dalam Perspektif Islam" Vol.8, No.2 (2014): 207.

<sup>32</sup>Sugeng Santoso, "Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata Dan Hukum Islam," 224.

b. Transaksi anonim

Dalam transaksi online (e-commerce) penjual barang secara penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka dan tidak perlu memerlukan identitas asli selama pembayaran telah diotoritaskan.

c. Produk digital/non digital

Dengan menggunakan e-commerce bisa menawarkan produk yang lebih beragam lagi tidak hanya satu atau dua jenis barang saja tetapi bisa lebih dari itu.

d. Barang tak berwujud

Dengan menggunakan e-commerce bisa menawarkan produk yang lebih beragam lagi tidak hanya satu atau dua jenis barang saja tetapi bisa lebih dari itu.<sup>33</sup>

Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya transaksi online merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.<sup>34</sup>

### **C. Jaminan Negara Terhadap Konsumen**

Dalam upaya memberikan perlindungan terhadap konsumen Negara menjamin penduduknya yang melakukan transaksi online dengan jaminan peraturan Undang-undang yang melindungi masyarakat dalam melakukan

---

<sup>33</sup>Tesa Nurul Safrianti, "Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Dikabupaten Tegal" Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal (2020): 19–20.

<sup>34</sup> Panggih P. Dwi Atmojo, "Internet Untuk Bisnis I" Jogjakarta: Training (2002): 6.

pembelian melalui transaksi online. Masyarakat yang melakukan pembelian disebut dengan konsumen. Istilah konsumen berasal dari kata consumer (inggris-amerika), atau consument/ konsumen (belanda).

Secara harafiah arti kata consumer adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang dengan tujuan sebagai pengguna barang atau jasa. Begitu pula kamus Bahasa Inggris Indonesia memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen.<sup>35</sup> Dalam arti umum konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu. Konsumen merupakan salah satu pihak dalam hubungan dan transaksi ekonomi yang hak-haknya sering diabaikan (oleh sebagian pelaku usaha). Akibatnya hak-hak konsumen perlu dilindungi.

Konsumen adalah orang yang memakai barang-barang hasil industri (bahan pakaian, makanan dan lain sebagainya).<sup>36</sup> Konsumen adalah pengguna barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain.<sup>37</sup> Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>38</sup>

Jaminan Negara Untuk Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online yaitu Undang-undang No 11 tahun 2008 tentang informasi dan

---

<sup>35</sup> Celine Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 22.

<sup>36</sup> Nasution Az, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Diadit Media, 2001), 73.

<sup>37</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktek* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 76.

<sup>38</sup> Elsi Kartika Dan Advendi Simangungsong, *Hukum Dalam Ekonomi* (Jakarta: PT Grasindo, 2017), 159.

elektronik yang terdapat pada pasal 28 ayat 1 yang menyatakan bahwa “ setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”.maka setiap orang atau pelaku usaha dilarang dengan sengaja menyebarkan berita bohong dan menyesatkan konsumen. Kemudian setiap orang yang melakukan pelanggaran bertanggung jawab atas segala kerugian dan konsekuensi hukum yang timbul.<sup>39</sup>

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) dalam pasal 27 penyelenggara sistem elektronik wajib melindungi penggunanya dan masyarakat luas dari kerugian yang ditimbulkan oleh sistem elektronik yang diselenggarakan. Maka pelaku usaha yang menyediakan produk melalui sistem elektronik harus memberikan informasi yang benar dan lengkap terkait ketentuan kontrak, produsen, dan produk yang disediakan, apabila pelaku usaha tidak mematuhi kontrak atau terdapat bahaya yang tersembunyi, konsumen dan/atau penerima kontrak harus diberikan batas waktu pengembalian barang yang dikirim dan/ atau jasa yang diberikan.

Selain itu, adapula Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 4 hak konsumen adalah:

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

---

<sup>39</sup> “Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,” t.t.

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.

Dalam pasal 5 kewajiban konsumen adalah:

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.<sup>40</sup>

Upaya penyelesaian dapat melalui jalur litigasi dan jalur non litigasi. Dalam UUPK menjelaskan bahwa jalur litigasi ditempuh dengan mengajukan gugatan ke pengadilan. Sedangkan jalur non litigasi dalam penyelesaian sengketa konsumen ditempuh melalui konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. konsiliasi merupakan penyelesaian sengketa yang ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak, mediasi merupakan suatu proses untuk mendamaikan para pihak yang bersengketa dan arbitrase merupakan penyelesaian sengketa dimana para pihak menyerahkan sepenuhnya kepada majelis badan penyelesaian sengketa konsumen. dari ketiga cara yang dapat ditempuh dimana tujuannya ialah untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita konsumen.<sup>41</sup>

Adapun lembaga-lembaga perlindungan konsumen yaitu :

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

Badan perlindungan konsumen nasional dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen, yang berkedudukan di ibu kota Negara RI dan bertanggung jawab kepada presiden. BPKN

---

<sup>40</sup> “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 Dan Pasal 5, ” T.T.

<sup>41</sup> Nurul Fibrianti, “Perlindungan Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi” JHAPER: VOL.1 No. 1 (2015): 116.

mempunyai fungsi memberikan saran dan juga pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkkn perlindungan konsumen.

## 2. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Tugas lembaga perlindungan konsumen swadya (LPKSM) lebih mengacu pada pemberian informasi kepada masyarakat terkait hak dan kewajiban sebagai konsumen.

## 3. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Undang-undang No.8 Tahun 1999 membentuk suatu lembaga dalam hukum perlindungan konsumen, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Nasional (BPSK).pasal 1 butir 11 UUPK menjelaskan bahwa BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. BPSK sebenarnya dibentuk Untuk menyelesaikan kasus-kasus sengketa konsumen yang berskala kecil.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Hamsinar, “Analisa Perlindungan Hak Konsumen Terhadap Transaksi E-Commerce Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif (Studi Pada Shopee),” Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 2019, 27–29.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian terkait Problematika Budaya Hukum Konsumen Terhadap Transaksi Online adalah jenis penelitian lapangan atau biasa disebut dengan (*field research*). Penelitian field research merupakan suatu penelitian yang dilakukan dilapangan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajari suatu kasus.<sup>1</sup> Penelitian ini dilakukan dengan melakukan penelitian pada Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah IAIN Metro.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejernih mungkin, tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti.<sup>2</sup> Deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan masalah atau peristiwa.<sup>3</sup>

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif suatu cara yang digunakan untuk menggambarkan tentang faktor-faktor problematika budaya hukum konsumen pada transaksi online.

---

<sup>1</sup>Cholid Narbuko, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), 40.

<sup>2</sup>Burhan Bungin, *Metodologi penelitian sosial & ekonomi* (Jakarta: kencana Media Grub, 2013), 10.

<sup>3</sup>Husein Umar, *Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali pers, 2011), 22.



## **B. Sumber data**

Sumber data adalah cara untuk memperoleh data dari sebuah objek seperti manusia, benda dan lainnya yang dapat memberikan peneliti sebuah informasi mengenai apa yang diteliti.<sup>4</sup> Sumber data pada umumnya terbagi menjadi sumber data primer dan sekunder.

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer merupakan data pokok dalam sebuah penelitian. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data.<sup>5</sup> Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan sebagian konsumen yang sering membeli secara online pada media sosial instagram dan facebook.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua setelah sumber data primer. Sumber data sekunder disebut juga sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data, misal orang lain atau lewat dokumen.<sup>6</sup> sumber data sekunder merupakan segala data yang tidak berasal dari sumber data primer yang memberikan dan melengkapi serta mendukung informasi terkait dengan objek penelitian baik berbentuk buku, karya tulis, dokumentasi, artikel yang berhubungan dengan objek

---

<sup>4</sup>Ibrahim, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 69.

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), 137.

<sup>6</sup>Burhan Bungin, *Metodologi penelitian sosial & ekonomi*, 129.

penelitian.<sup>7</sup> Adapun bahan sekunder seperti dokumentasi (screenshot) dan komentar-komentar konsumen dimedia social instagram dan facebook.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, teknik yang digunakan antara lain :

#### 1. Wawancara

Wawancara/interview adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interview) untuk memperoleh informasi dari terwawancara, interview digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang, misalnya untuk mencari data tentang suatu variabel.<sup>8</sup>

Wawancara dibedakan menjadi tiga macam yaitu:

- a. Wawancara bebas (*unguided interview*), yaitu dimana pewawancara bebas menanyakan apa saja tetapi mengingat akan data apa yang akan dikumpulkan.
- b. Wawancara terpimpin (*guided interview*), yaitu wawancara yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederetan pertanyaan lengkap dan terperinci.
- c. Wawancara bebas terpimpin, yaitu kombinasi antara wawancara bebas dan wawancara terpimpin.<sup>9</sup>

Metode dalam penelitian ini menggunakan wawancara bebas terpimpin dengan demikian Peneliti menggunakan wawancara dengan beberapa

---

<sup>7</sup>Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 159.

<sup>8</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 198.

<sup>9</sup>Sutrisno Hadi, *Metodologi Penelitian Jilid 2* (Yogyakarta: Andi Offset, 1994), 205.

atau sebagian orang konsumen yang sering membeli secara online. Wawancara dilakukan guna memperoleh informasi mengenai Problematika Budaya Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online.

## **2. Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah pengumpulan data secara tertulis maupun tercetak. dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, screenshot, agenda dan sebagainya.<sup>10</sup> Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dokumen tentang Problematika Budaya Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online dengan cara melihat komentar-komentar konsumen dalam media sosial.

## **D. Teknik Analisa Data**

Teknik analisa data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami.<sup>11</sup> Analisis data juga diartikan sebagai proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif, karena data yang diperoleh merupakan informasi dalam bentuk deskriptif. Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan mengolah data, mengorganisasi data dan mengelompokkannya ke dalam satu kesatuan yang dikelola, mencari pola yang

---

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, 274.

<sup>11</sup> Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survey* (jakarta: LP3ES, 1989), 263.

baru, temukan hal-hal penting dan pelajari hal tersebut dan putuskan apa yang akan dibagikan dengan orang lain.<sup>12</sup>

Penelitian kualitatif ini mempunyai cara berfikir induktif yaitu mengambil kesimpulan yang dimulai dari pernyataan-pernyataan atau fakta yang khusus menuju kepada kesimpulan yang bersifat umum.<sup>13</sup> Cara berfikir ini digunakan untuk mencari tahu budaya hukum konsumen dalam transaksi online.

---

<sup>12</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 248.

<sup>13</sup> Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah Makalah, Skripsi, Tesis, Disertasi* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011), 7.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Sikap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online**

Transaksi online menjadi salah satu pilihan dalam memenuhi kebutuhan. Kemudahan menggunakan media sosial dimanfaatkan oleh produsen atau pelaku usaha untuk menjual produk atau mempromosikan barang dagangannya. Karena masyarakat zaman sekarang lebih banyak memakai media sosial sehingga otomatis masyarakat tertarik dengan promosi penjualan produknya dan produsen atau pelaku usaha tersebut mendapat keuntungan lebih dengan memanfaatkan media sosial.

Terlihat dari mencari berbagai informasi melalui internet maupun media sosial, bisnis online atau online shop adalah salah satu inovasi terbaru dalam pembelian yang memiliki sistem belanja secara online dengan menggunakan transaksi online . membeli barang secara online memberikan kemudahan dan manfaat yang dirasakan konsumen saat berbelanja dengan transaksi online.

Media sosial merupakan media yang dianggap dapat mempromosikan dengan berbagai design menarik, media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon yang secara langsung dengan penggunaannya. Pemasaran melalui media sosial akan mempengaruhi faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi konsumen akan mempengaruhi minat beli konsumen. Menggunakan media sosial dengan maksud

memasarkan produk atau jasanya, memberikan informasi tertentu kepada konsumen dan mempromosikan produk yang dihasilkannya. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan image produk dan berakhir pada peningkatan penjualan.

Banyak konsumen menggunakan media sosial karena dalam media sosial seperti instagram dan facebook terdapat banyak sekali online shop yang menjual fashion seperti pakaian, gamis, sepatu, tas dan jilbab . Konsumen biasanya membeli barang berupa fashion dengan melalui transaksi online karena transaksi online memberikan kemudahan karena tidak harus bertatap muka secara langsung. Biasanya konsumen berselancar mencari barang yang dibutuhkan atau tanpa sengaja melihat promosi atau iklan pada transaksi online media sosial. Namun dalam transaksi online banyak sekali permasalahan-permasalahan yang menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

Sikap konsumen dalam membeli sesuatu pada transaksi online konsumen harus berhati-hati. Alasan Konsumen memilih melakukan transaksi online karena dalam bertransaksi online memberikan kemudahan seperti yang dikatakan oleh Indah suranti seorang mahasiswa sebagai konsumen yang sering melakukan pembelian barang melalui transaksi online, alasan konsumen melakukan pembelian melalui transaksi online adalah karena transaksi online memberikan kemudahan karena tidak harus bertatap muka secara langsung, hanya memilih gambar yang disukai lalu

memesan, tidak harus keluar rumah hanya tinggal menunggu pesanan datang.<sup>1</sup> Kemudian Devilia seorang mahasiswa sebagai konsumen mengatakan alasan berminat membeli barang secara online adalah karena berbagai faktor, termasuk faktor kemudahan, faktor promosi dan iklan, faktor harga, faktor gaya hidup yang mengikuti zaman, dan adanya faktor lingkungan sekitar.<sup>2</sup>

Dengan kecanggihan teknologi dan informasi untuk memasarkan atau mempromosikan barang melalui internet media sosial yang berkembang saat ini. teknologi informasi menjadi alat yang dipakai produsen atau perusahaan untuk perilaku konsumen dalam melakukan akitifitas pemasaran secara online. Konsumen mengkonsumsi internet semakin besar dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara online.

Dalam melakukan pembelian secara online konsumen terkadang tidak melihat kolom komentar pada akun online shop tersebut, dan kurang berhati-hati dalam menentukan pilihan pada online shop media sosial instagram maupun facebook.

Belanja online dengan transaksi online dapat dilakukan dengan semakin mudah, ketika konsumen tertarik dengan barang yang di tuju, konsumen cukup melakukan pemesanan dengan menghubungi penjual sesuai dengan ketentuan.

---

<sup>1</sup> Indah Suranti, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

<sup>2</sup> Devilia, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

Dalam Memilih dan menentukan pilihan produk yang dibutuhkan , konsumen melakukan pembelian melalui transaksi online sudah menjadi kebiasaan saat ini. Akun-akun olshop penipu pada media sosial akan memberikan iklan dengan harga yang jauh lebih murah, harga miring, promo, potongan dan diskon, agar konsumen berminat berbelanja pada olshop tersebut. Dengan promo harga yang lebih miring konsumen akan tergiur dengan promo-promo yang ada sehingga sebagian konsumen melakukan pembelian tanpa melihat komentar-komentar yang ada dan tanpa mencari informasi terlebih dahulu.

Pada akun online shop di media sosial instagram yang bernama Weddingheels\_id menjual sepatu dan tas dengan memberikan harga yang lebih miring, serta adanya potongan. Komentar konsumen pada akun tersebut Honey\_ed berkomentar “saya pernah tertipu dengan akun ini, salahnya saya tidak mencari informasi terlebih dahulu pada toko ini “. <sup>3</sup>

Komentar dari Hanny\_ww berkomentar “ saya sudah transfer, tapi keesokan harinya wa saya diblokir, barang tidak sampai, uangpun tidak kembali”. <sup>4</sup>

Selanjutnya komentar dari Katabaru\_id berkomentar “ saya tidak mencari informasi pada toko ini, memang salah saya tidak melihat komentar pada toko, akhirnya saya tertipu”. <sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Honey\_Ed, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>4</sup> Hanny\_Ww, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>5</sup> Katabaru\_Id, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.



Selanjutnya komentar dari Boonthrift.id “hati-hati aja kalo dilihat harganya sangat murah bener-bener ga masuk akal jangan percaya, barang tidak sesuai dengan gambar”<sup>6</sup>.

Pada akun online shop dimedia sosial instagram yang bernama Galaxycollection\_id menjual aneka ragam tas, sepatu, pakaia, dan jilbab. Akun ini memberikan promo besar-besaran dan hargapun lebih miring. Komentar konsumen dalam akun tersebut Rizkymardhia80 berkomentar “saya tergiur dengan harga murah akhirnya tertipu dengan barang tidak dikirim dan saya diblok”.<sup>7</sup>

Komentar dari Wonders.oils “pantesan murah banget, orang penipu”.<sup>8</sup>

Komentar dari Thelans\_89 “tergiur harga murah, dan saya tertipu”.<sup>9</sup>

Selanjutnya komentar dari Dessus “tergiur dengan promo malah tertipu”.<sup>10</sup>

Pada online shop media sosial facebook dengan akun yang bernama Branded fashion menjual barang-barang branded seperti tas, baju, dan sepatu, akun ini memberikan promo beli 1 gratis 1 untuk menarik minat konsumen, komentar pada akun ini dibatasi, komentar konsumen dalam akun tersebut Maulidaans berkomentar “dari sebelum order udah curiga, tetapi saya tetap mentransfer”.<sup>11</sup>

---

<sup>6</sup> Boonthrift.Id, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>7</sup> Rizkymardhia80, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>8</sup> Wonders.Oils, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>9</sup> Thelans\_89, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>10</sup> Dessus, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>11</sup> Maulidaans, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

Komentar dari Kiki Aulia “ saya merasa orang yang paling beruntung karena mendapatkan baju beli 1 gratis 1, ternyata saya ditipu setelah saya transfer barang tidak dikirim “. <sup>12</sup>

Selanjutnya sikap mahasiswa sebagai konsumen dalam menentukan pilihan ketika melakukan transaksi online, Hastin Ratnasari seorang mahasiswa sebagai konsumen mengatakan ketika melakukan pembelian melalui transaksi online, ketika ada harga yang lebih murah konsumen memilih harga yang lebih murah, tetapi ketika barang yang dipesan sampai ternyata kualitas barang tidak sesuai dengan gambar. <sup>13</sup>

Fatma seorang mahasiswa sebagai konsumen mengaku ketika berbelanja online lebih memilih online shop yang menawarkan banyak promo dengan diskon yang sangat besar, konsumen mengaku teledor dengan tidak memperhatikan adakah komentar-komentar pada toko tersebut, konsumen langsung tergiur dengan promo yang diberikan dengan toko sehingga melakukan pembelian, tanpa mencari informasi dan komentar-komentar terlebih dahulu yang ada pada toko. Konsumen mengalami kerugian karena barang yang dipesan tidak dikirim oleh penjual dan konsumen diblokir. <sup>14</sup>

Lerita seorang mahasiswa sebagai konsumen mengatakan pernah membeli pada online shop yang memberikan harga murah dan konsumen tergiur dengan harga yang lebih murah dan diskon yang diberikan oleh

---

<sup>12</sup> Kiki Aulia, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>13</sup> Hastin Ratna Sari, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

<sup>14</sup> Fatma, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

pelaku usaha tetapi ketika sampai kualitas barang sangat tidak memuaskan.<sup>15</sup>

Tiara seorang mahasiswa sebagai konsumen mengatakan pernah membeli barang secara online, memilih toko yang sedang mengadakan promo besar-besaran, tetapi konsumen mengalami kerugian karena barang tidak dikirim dan justru konsumen diblokir.<sup>16</sup>

Artinya dalam hal ini sikap konsumen kurang berhati-hati dalam memilih toko dan tidak mencari informasi terlebih dahulu dan tidak melihat komentar-komentar yang ada ketika akan memilih produk yang dibeli. Dalam hal ini konsumen seharusnya dapat membedakan antara akun olshop penipuan atau bukan ketika ingin membeli sesuatu melalui transaksi online media sosial, agar tidak mengalami kerugian ketika melakukan transaksi online.

## **2. Pengetahuan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online**

Maraknya jual beli online dengan penawaran yang menggiurkan sehingga mengakibatkan kurangnya pengetahuan hukum konsumen. Online shop merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang melalui internet sehingga pengunjung online shop dapat melihat barang-barang di toko online. pada konsumen online pada komentar-komentar dalam transaksi online media sosial instagram dan facebook banyaknya konsumen yang mengalami kerugian dalam melakukan transaksi online seperti mengalami tertipu, karena kurangnya pengetahuan konsumen.

---

<sup>15</sup> Lerita, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

<sup>16</sup> Tiara, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

Ketika melakukan pembelian secara online sebagian pelaku usaha memberikan informasi kepada konsumen bahwa pembayaran untuk pembelian produk hanya ditransfer ke nomor rekening atas nama yang diberikan oleh pelaku usaha, kemudian pelaku usaha juga akan memberikan informasi kepada konsumen untuk jangan melakukan pembayaran kepada nomor rekening yang bukan nama yang diberikan oleh pelaku usaha, Selain yang diberikan oleh pelaku usaha itu merupakan akun penipu. Sebagian pelaku usaha juga akan memberikan informasi yang jelas mengenai kualitas barang yang dijual.

Artinya dalam hal ini sebagian pelaku usaha sudah memberikan informasi mengenai pembayaran dan kualitas barang kepada konsumen. Pada media sosial instagram akun dengan nama Penipuan\_indonesia dan Penipunolshop.id banyak sekali informasi akun-akun olshop penipu dan banyak sekali komentar-komentar konsumen yang mengalami penipuan.

Akun instagram Penipuan\_indonesia mengunggah olshop penipuan dengan nama Thrift\_Modalusaha akun tersebut adalah akun penipu. Banyak komentar dari konsumen yang sudah tertipu oleh akun ini.

komentar dari Mauliddiya “kena tipu saya”.<sup>17</sup>

Komentar dari Putribeiby “saya baru kemarin ketipu sama akun ini”.<sup>18</sup>

Salah satu komentar konsumen pada akun instagram Penipuan\_indonesia konsumen dengan nama instagram Fitri\_Hoc mengatakan “buat pembeli cari-cari info penjual tidak mau tetapi ketika

---

<sup>17</sup> Mauliddiya, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>18</sup> Putribeiby, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

sudah tertipu baru mencari informasi tentang penipuan, seharusnya dari awal bisa dicek itu akun penipuan atau bukan.”<sup>19</sup>

Selanjutnya penipuanolshop.id mengunggah akun penipu Wandi\_Grosir akun ini menjual grosir pakaian dengan keterangan import murah, sama halnya bahwa akun ini adalah akun penipu, banyak komentar konsumen yang mengatakan bahwa akun ini penipu, salah satunya komentar dari :

Rudiawan “ saya kemarin baru saja ketipu “. <sup>20</sup>

Komentar dari Wakidah\_88 “ saya barusan kena tipu juga”.<sup>21</sup>

Komentar dari Syifa .Nanda “ No wa saya diblokir, akun ini akun penipu”.<sup>22</sup>

Pada media sosial facebook terdapat grub bernama Informasi Akun Palsu dan Penipuan Online, grub ini berisi tentang informasi-informasi akun penipu.

Salah satu pengguna facebook dengan nama Aline Rafa Almahyra mengunggah sebuah postingan akun penipu dengan nama Hafira Suari Batiko, akun ini menjual pakaian gamis. Ketika konsumen memesan dan melakukan pembayaran pelaku usaha tidak mengirimkan barang tersebut justru konsumen diblok oleh pelaku usaha.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Penipuan\_Indonesia, “Akun Penipuan Pada Media Sosial Instagram, ” 18 November 2021.

<sup>20</sup> Rusdiawan91, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>21</sup> Wakidah\_88, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>22</sup> Syifa.Nanda, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>23</sup> Akun Facebook, “Informasi Akun Palsu, ” Media Sosial, Facebook, 18 November 2021.

Kemudian dengan konsumen Novia seorang mahasiswa menurut konsumen dalam transaksi online sangat banyak permasalahan penipuan, terkadang konsumen kurang berhati-hati dalam melakukan transaksi online, sehingga mengalami kerugian.<sup>24</sup>

Fatma seorang mahasiswa sebagai konsumen, konsumen pernah mengalami kerugian dalam membeli pakaian pada transaksi online karena kualitas barang yang tidak sesuai, menurut konsumen dalam transaksi online banyak terjadi penipuan dikarenakan kurangnya pengetahuan konsumen tentang akun-akun penipu pada media sosial.<sup>25</sup>

Fabbel Afrida seorang mahasiswa sebagai konsumen mengatakan dalam melakukan transaksi online banyak permasalahan-permasalahan yang membuat kerugian konsumen, konsumen mengatakan tidak mengetahui informasi-informasi tentang akun penipuan pada media sosial, sehingga konsumen pernah mengalami kerugian karena barang yang dipesan tidak dikirim.<sup>26</sup>

Pada media sosial sudah dishare akun-akun penipuan agar konsumen tidak tertipu dengan akun-akun palsu dan sebagian pelaku usaha sudah memberikan informasi kepada konsumen dalam melakukan transaksi online. tetapi meskipun sudah ada pemberitahuan tentang akun-akun penipu dan sebagian pelaku usaha yang memberikan informasi konsumen masih saja tertipu dengan akun yang penipu.

---

<sup>24</sup> Novia, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

<sup>25</sup> Fatma, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

<sup>26</sup> Fabbel Afrida, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen, 18 November 2021.

Artinya konsumen dalam bertransaksi online pada media sosial konsumen masih kurang berhati-hati dan dapat memilih antara olshop penipu atau bukan.

### **3. Kesadaran Hukum Konsumen**

Banyaknya permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam transaksi online media sosial. Dikarenakan kesadaran hukum konsumen masih cukup rendah. Rendahnya kesadaran hukum konsumen ketika melakukan transaksi online, tanpa melihat komentar-komentar pada online shop tersebut kemudian tanpa mencari informasi pada online shop. Sehingga mengakibatkan ketidakpuasan kualitas barang atau tidak sesuai dengan pesanan.

Kemudian sebagian konsumen ketika melakukan transaksi online tidak melihat terlebih dahulu komentar-komentar pada online shop tersebut, apakah komentar-komentar pada online shop tersebut berisi komentar-komentar yang bersifat positif atau tidak.

Komentar-komentar pada akun instagram dan pada akun facebook yang memberi Informasi Penipuan Online dan Penipuan Online, banyaknya konsumen berkomentar memberikan informasi bahwa sudah pernah tertipu oleh pelaku usaha dengan tidak mengirimkan barang setelah melakukan pembayaran, lalu pembeli diblokir sehingga tidak dapat menghubungi pelaku usaha tersebut. Sebagian konsumen pada media sosial yang mengalami kerugian pada transaksi online lebih memilih diam tetapi memberikan informasi juga dengan komentar dimedia sosial hati-

hati dengan akun yang sudah menipu konsumen media sosial agar konsumen lainnya tidak tertipu dengan akun penjual yang sama.

Indah suranti sebagai konsumen, pernah mengalami kerugian ketika berbelanja melalui transaksi online, konsumen membeli pakaian dengan ketentuan pelaku usaha akan mengirimkan barang ketika konsumen sudah melakukan pembayaran, tetapi nyatanya konsumen sudah melakukan pembayaran tetapi barang tidak dikirim. Sikap konsumen ketika mengalami kerugian hanya memilih untuk diam dan tidak melaporkan permasalahan tersebut kepada penegak hukum. Konsumen beranggapan akankah ditindaklanjuti jika melaporkan kepada aparat penegak hukum, karena jumlah kerugian tidak terlalu besar.<sup>27</sup>

Devilia sebagai konsumen mengatakan lalai dalam memilih toko online sehingga mengalami kerugian dan konsumen lebih memilih diam ketika mengalami kerugian dalam melakukan pembelian barang melalui transaksi online. Konsumen lebih memilih diam karena malu untuk melapor karena jumlah kerugian tidak banyak, dan jika ingin mengadupun konsumen tidak tahu harus mengadu kemana.<sup>28</sup>

Novia sebagai konsumen mengatakan pernah membeli barang melalui transaksi online, dan barang yang datang tidak sesuai dengan pesanan, kualitas barang pun sangat mengecewakan. Konsumen lebih

---

<sup>27</sup> Indah Suranti, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen.

<sup>28</sup> Devilia, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen.



memilih untuk bersikap diam karena kurang mengetahui harus mengadu kemana.<sup>29</sup>

Fabbel Afrida seorang mahasiswa sebagai konsumen dalam membeli barang secara online konsumen pernah mengalami kerugian tetapi konsumen lebih memilih diam, dan tidak melaporkan kepada aparat penegak hukum dikarenakan konsumen malu dan beranggapan bahwa jumlah kerugian tidak cukup besar.<sup>30</sup>

Tiara sebagai konsumen pernah mengalami penipuan pada transaksi online karena tidak melihat terlebih dahulu komentar pada toko online tersebut. Tiara mengaku tergiur dengan harga yang lebih murah karena untuk dijual kembali. Konsumen mengalami kerugian karena pelaku usaha tidak mengirimkan barang yang sudah dipesan oleh konsumen. Ketika mengkonfirmasi kepada pelaku usaha tetapi tidak ada respon. Konsumen juga mengaku tidak tahu harus mengadu kemana dan Konsumen menjadi lebih memilih diam tidak melaporkan kejadian tersebut kepada penegak hukum. karena takut untuk melapor kepada aparat penegak hukum dan beranggapan belum tentu juga akan ditindaklanjuti.<sup>31</sup>

Sebagian sesama konsumen saling mengingatkan dari komentar-komentar konsumen yang memberikan informasi akun penipuan, seperti komentar dari pengguna akun Visna.re mengatakan “stunners boutique penipu hati-hati barang tidak dikirim dan sering berganti nama”.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Novia, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen.

<sup>30</sup> Fabbel Afrida, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen.

<sup>31</sup> Tiara, Wawancara Dengan Mahasiswa Sebagai Konsumen.

<sup>32</sup> Visna.Re, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

komentar dari pengguna akun a\_juni95 berkomentar “pretty\_home\_clothes baru kena tipu olshop itu, banyak korbanya, udah transfer minta resi justru di blokir”.<sup>33</sup>

komentar dari pengguna akun Deanaveby\_ berkomentar “habis ketipu baju kaftan dengan akun kaftan.homemade saya pesan barang dan nomor saya diblokir setelah saya transfer”.<sup>34</sup>

Kemudian komentar dari pengguna akun Dishavara mengatakan “ayput.id akun penipu, tidak bisa ditag komentar juga dibatasi, tolong diblacklist kasihan kalau ada yang lebih banyak tertipu”.<sup>35</sup>

Dari wawancara dengan konsumen dan melihat komentar-komentar pada media sosial untuk memberikan informasi kepada konsumen lainnya untuk berhati-hati dalam melakukan transaksi online agar tidak tertipu.

Masih rendahnya kesadaran konsumen dalam mencari informasi, kurangnya membaca sebelum membeli, tidak melihat penilaian pada toko dan kesadaran hukum akan melaporkan permasalahan ketika mengalami kerugian, atau kualitas barang yang tidak sesuai, kemudian sikap konsumen yang lebih memilih diam ketika mengalami kerugian, tidak melaporkan kepada aparat penegak hukum, alasan konsumen mengapa tidak melaporkan karena takut untuk melapor dan beranggapan akan sia-sia atau tidak jika melaporkan dan malu karena jumlah kerugian tidak terlalu besar.

---

<sup>33</sup> A\_Juni95, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>34</sup> Deanaveby\_, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

<sup>35</sup> Dishavara, “Konsumen Media Sosial,” 18 November 2021.

## **B. Pembahasan**

Sikap konsumen dalam melakukan transaksi online, konsumen dalam memilih produk dan memilih online shop harus berhati-hati. Karena banyaknya permasalahan-permasalahan pada transaksi online yang dapat merugikan konsumen. menyikapi permasalahan-permasalahan yang terjadi pada transaksi online, pemerintah membuat beberapa aturan perundang-undangan tentang perlindungan kepada konsumen dalam melakukan transaksi online, yaitu undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. Pasal 1 ayat 2 transaksi elektronik yaitu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Tujuan Undang-Undang ITE bertujuan untuk melindungi hak pengguna internet.

Peraturan pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik (PP PSTE). Dalam pasal 1 ayat (2) transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.

Kemudian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dalam pasal 1 ayat (1) perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Konsumen dalam melakukan transaksi online sebagian konsumen ada yang langsung memesan tanpa mencari informasi pada toko, tanpa membaca komentar-komentar yang ada. Kemudian ada juga konsumen yang membaca

terlebih dahulu komentar-komentar pada akun online shop, mencari informasi pada akun online shop ketika akan melakukan transaksi online.

Dalam undang-undang dan peraturan yang ada konsumen telah diperingatkan dengan kewajiban konsumen dalam undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 5 huruf a yaitu konsumen berkewajiban untuk Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

Dalam Melakukan transaksi online konsumen dapat melakukan Sistem pembayaran dengan cara pembayaran via transfer dan metode COD (cash on delivery) sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh pelaku usaha. Kekhawatiran konsumen dalam melakukan transaksi online adalah ketidaksesuaian barang yang dipesan, kualitas barang berbeda dengan pesanan, barang tidak dikirim ketika sudah melakukan pembayaran. Permasalahan konsumen dalam transaksi online adalah konsumen pernah mengalami kerugian dimana setelah konsumen melakukan pembayaran penjual atau pelaku usaha tidak mengirimkan barang yang dipesan oleh konsumen. Ketika ingin menghubungi penjual justru konsumen diblokir dan akun tiba-tiba menghilang. Dalam aturan yang ada, konsumen dilindungi dalam undang-undang konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 7 dengan kewajiban pelaku usaha adalah:

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatannya.
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dari data tentang pengetahuan hukum konsumen, menunjukkan bahwa konsumen dalam melakukan transaksi online tidak memahami hak dan kewajiban konsumen, tidak mengetahui hak-hak konsumen sehingga konsumen ketika sering mengalami permasalahan pada transaksi online dan ketika mengalami permasalahan pada transaksi online memilih untuk diam,

dan tidak melaporkan permasalahan yang terjadi. Sedangkan konsumen mempunyai hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang, hak atas informasi yang benar, mempunyai hak untuk mendapatkan perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. dan hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam aturan yang mengatur tentang transaksi online konsume harus cerdas dalam berbelanja pada undang-undang perlindungan konsumen berbunyi bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan-kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Data tentang kesadaran hukum konsumen dalam memilih pelaku usaha atau online shop yang amanah, dan bukan akun penipu . sebagian konsumen ada yang memilih online shop berdasarkan komentar-komentar yang ada pada toko online tersebut dan mencari informasi terlebih dahulu. Sebagian konsumen juga ada yang langsung tergiur dengan promosi yang ditawarkan oleh pelaku usaha atau iklan yang menggoda, kemudian tanpa melihat komentar pada online shop dan tanpa mencari informasi pada online shop tersebut. Maka ini akan menimbulkan permasalahan-permasalahan yang terjadi pada transaksi online, seperti barang dan kualitas barang yang tidak sesuai, barang yang datang tidak sesuai dengan barang yang dipesan, terjadinya kasus penipuan sudah membayar pesanan dengan mentransfer tetapi

barang tidak dikirim dan konsumen diblokir sehingga tidak dapat menghubungi pelaku usaha.

Dalam hal ini konsumen memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi dari pelaku usaha ketika mengalami kerugian dalam melakukan transaksi online atas ulah dari pelaku usaha tersebut, maka konsumen sesuai pasal 4 huruf h dalam undang-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. Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidanakan berdasarkan pasal 62 pada undang-undang perlindungan konsumen.

Kesadaran konsumen pada media sosial untuk memberikan informasi di media sosial agar konsumen lainya tidak mengalami kerugian dan agar konsumen lainya tidak mengalami hal yang sama. Konsumen pada media sosial memberi informasi tetapi konsumen juga tidak melaporkan kepada aparat penegak hukum ketika mengalami kerugian. Mahasiswa sebagai konsumen ketika mengalami kerugian yang lebih memilih diam ketika mengalami kerugian. Tidak mengadu ataupun melaporkan kepada aparat penegak hukum. sedangkan Info tentang penipuan itu sangat penting untuk melindungi konsumen dari akun penipuan pada media sosial.

Budaya hukum konsumen dalam transaksi online adalah konsumen tetap melakukan apa yang menurut konsumen benar . dan lebih memilih diam ketika mengalami kerugian pada transaksi online. Budaya hukum konsumen

adalah bagaimana sikap konsumen dalam mentaati peraturan yang ada, sikap konsumen yang akan mempengaruhi bekerjanya sistem hukum.

Melaporkan kasus penipuan lembaga perlindungan konsumen dengan aparat penegak hukum terbuka lebar dan dijamin. Akan tetapi kesadaran hukum masyarakat masih cukup rendah sehingga ketika merasa tertipu masyarakat lebih memilih untuk diam dan tidak mengadu atau melaporkan permasalahan tersebut kepada aparat penegak hukum, hal ini dikarenakan menurut konsumen belum tentu akan ditindaklanjuti ketika melapor, kerugian tidak terlalu besar sehingga malu untuk melapor, dan takut berhubungan dengan hal yang berhubungan dengan aparat penegak hukum.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Menjawab pertanyaan peneliti budaya hukum konsumen yang diteliti sebagian besar kesadaran hukum konsumen masih cukup rendah. Hal ini terbukti dari ketika memilih online shop pada media sosial, sikap konsumen yang kurang berhati-hati tidak memperhatikan hak dan kewajibannya sebagai konsumen dengan masih tergoda pada harga murah, tanpa melihat komentar pada online shop dan tanpa mencari informasi terlebih dahulu, kemudian kurangnya pengetahuan konsumen membedakan antara akun penipu atau bukan, sehingga terjadinya permasalahan-permasalahan pada transaksi online yang membuat konsumen mengalami kerugian. Dan kesadaran hukum sebagian konsumen ketika mengalami kerugian atau penipuan pada transaksi online memilih untuk diam dan tidak melaporkan kepada pengaduan konsumen atau aparat penegak hukum.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka peneliti memiliki beberapa saran:

1. Konsumen kiranya lebih bijak dalam memilih toko dan berhati-hati dalam melakukan transaksi online.
2. Meningkatkan sosialisasi atau penyuluhan hukum dimedia elektronik, terhadap peraturan atau perundang-undangan yang tentunya sangat

bermanfaat bagi masyarakat dan peraturan tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

3. Perlu adanya informasi pada media elektronik mengenai apa saja yang harus dilakukan konsumen jika tertipu dalam transaksi online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Achmad . *Menjelajahi Kajian Empiris Terhadap Hukum*. Jakarta: Pt. Yarsif Watampone, 1998).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rieneka Cipta, 2010,
- Atmojo, Panggih P. Dwi. "Internet Untuk Bisnis I" Jogjakarta: Training. 2002:
- Az, Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Diadit Media, 2001.
- Bungin, Burhan. *Metodologi penelitian sosial & ekonomi*. Jakarta: kencana Media Grub, 2013.
- Eva, Yusnita. *Dari Komunal Ke Individual Perubahan Budaya Hukum Masyarakat Adat Minangkabau*. PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Gede, Anak Agung. *Memahami Hukum Dan Kebudayaan*. Bali: Pustaka Ekspresi, 2016.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research Jilid* . Yogyakarta: Andi Offset, 1994
- Ibrahim. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Kartika. Elsi dan Advendi Simangungsong. *Hukum Dalam Ekonomi*. Jakarta: PT Grasindo, 2017.
- Kristiyanti, Celine Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Mahtumah, Binti. *Administrasi Transaksi*. Jakarta 2018: Gramedia Widiasarana Indonesia. t.t.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mustofa, Imam. *Kajian Fikih Kontemporer*. Yogyakarta: Idea Press, 2019.
- Nabila, Dhifa. *Peradaban Media Sosial di Era Industri*. Malang: PT. Citra Intrans selaras, 2020.
- Narbuko, Cholid. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010.
- Saptomo, Ade. *Budaya Hukum Dalam Masyarakat Plural Dan Problem Implementasinya. Dalam Dialektika Pembaruan Sistem Hukum*. Jakarta: Setjen Komisi Yudisial, 2012

- Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES, 1989.
- Sudjana, Nana. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah Makalah. Skripsi. Tesis. Disertasi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Soekanto, Soerjono. *Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers, 1982.
- Tim Penyusun Skripsi IAIN Metro. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Metro: IAIN Metro 2018. t.t.
- Umar, Husein. *Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

## **Jurnal**

- Achmad. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Transaksi Online Menggunakan Koonfirmasi Faktor Analisis" *Faktor Exacta* 11. 1:7-16, 2018. T.T.
- Amrizal Siagian. "Nikah Usia Dini Di Masyarakat Dalam Perspektif Kajian Budaya Hukum" *Vol.1 No.1. Juni 2020: 17.*
- Darmika, Ika. "Budaya Hukum. Legal Culture dan pengaruhnya Terhadap Penegakan Hukum Di Indonesia" *Jurnal Hukum to-ra Vol 2 No.3. Desember 2016. t.t.*
- Dwi, Martini. "Perdagangan Elektronik. E-Commerce Dalam Perspektif Islam" *Vol.8. No.2. 2014.*
- Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung. "Jurnal Hukum" *Vol.XVI. No.1. Maret 2006:*
- Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung. "Jurnal Hukum" *Vol.Xvi. No.1. Maret 2006. N.D.*
- Falarungim Wahyudy. "Penegakan Hukum Terhadap Penjualan Pakaian Merek Palsu Dipasar Senteral Kota Makasar" *Journal Of Lex Philosophy. JLP Volume 1. 2 Desember 2020:*
- Jawardi. "Strategi Pengembang Budaya Hukum" *Jurnal Penelitian Hukum Deure. Issn 1410-5632 Vol.1. Maret 2016*

- Makmur, Syafruddin. "Budaya Hukum Dalam Masyarakat Multikultur" Salam; Jurnal Sosial Dan Budaya Syar'i Vol.II No.2. December 2015
- Muhtarom, M. "Pengaruh Budaya Hukum Terhadap Kepatuhan Hukum Dalam Masyarakat" Suhuf. Vol.27 No.2. 2 November 2015
- Nugraha, Rifan Adi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online" Vol. 08 No. 02. 2015
- Pradnyamitha, Desak Putu. "Keabsahan Transaksi Online Di Tinjau Dari Hukum Perikatan."
- Purba, Iman Pasu Marganda Hardiato. "Pengertian Budaya Hukum Masyarakat Untuk Menghasilkan Kewarganegaraan Transformatif" Jurnal Civics Volume 14 Nomor 2. Oktober 2017.
- Rustam, Muhammad. "Internet Dan Penggunaannya" Vol. 21 No. 1. Januari-Juni 2017. N.D
- Santoso, Sugeng. "Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata Dan Hukum Islam."
- Sesse, Muh. Sudirman. "Budaya Hukum Dan Implikasinya Terhadap Pembangunan Hukum Nasional" Jurnal Hukum Diktum Volume 11. Nomor 2. Juli 2013
- Siagian, Hotlan. "Analisi Website Quality. Trust Dan Loyalty Online Shop" Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.8. No.2. October 2014
- Situmorang, James R. "Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik. Bisnis. Pendidikan Dan Sosial Budaya" Vol.8. No.1: hal. 73-87.. ISSN: 0216-1249. 2012.
- Syamsudin, M. "Budaya Hukum Ilmuwan Tentang Hak Cipta: Suatu Penelitian Hukum Empiris" Jurnal Hukum.No.19 Vol.9. Februari 2002:
- Syariah, Rabiatul. "Keterkaitan Budaya Hukum Dengan Pembangunan Hukum Nasional" jurnal equality Vol.13 No.1 Februari 2008. t.t
- Watie, Erika Dwi Setya. "Komunikasi dan Media sosial. Communications and Social Media" volume III Nomor 1 Edisi Juli 2011. t.t

### **Peraturan Pemerintah**

- "Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Pasal 1 Ayat 2." T.T.

“Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 dan Pasal 5.” t.t.

“Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 1.” t.t.

### **Skripsi**

Dari Isnawati 2019 Dengan Judul Online Shop. Studi Kasus Budaya Komsutif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.” T.T.

Ulma Dheani Artanti. ‘Modus Operani Dan Problematika Penegakan Hukum Tindak Pidana Penipuan Online.’ Fakultas Hukum Univesitas Muhammadiyah Magelang.” T.T.

Bulurditty, Petter Rendra. “Penegakan Hukum Terhadap Penyelenggaran Izin Mendirikan Bangunan Kota Salatiga”. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, 2018.

Safrianti, Tesa Nurul. “Pengaruh Transaksi Online. E-Commerce. Modal. Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Dikabupaten Tegal” Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal. 2020:

### **Internet**

Akun Facebook. “Grosir Sprei Homade.” Media Sosial. Facebook. 18 November 2021.

Akun Facebook. “Informasi Akun Palsu.” Media Sosial. Facebook. 18 November 2021.

Penipuan Indonesia, “Akun Penipuan Pada Media Sosial Instagram, ” 18 November 2021.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimil (0725) 47290; Website: www.metro.univ.ac.id; email: syariah.iaimetro@gmail.com

Nomor : B-0709/In.28.2/D.1/PP.00.9/04/2021

01 April 2021

Lampiran : -

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

Prof. Dr. Enizar, M.Ag.

di - Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : DITA ANGGRAENI

NPM : 1702090004

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI  
ONLINE (STUDI KASUS TRANSAKSI ONLINE PADA MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM)

Dengan ketentuan :

1. Membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi.
2. Pembimbing mengoreksi Proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi.
3. Bimbingan Proposal terdiri dari : A). Latar Belakang Masalah, B). Rumusan Masalah, C). Tujuan dan Manfaat Penelitian, D). Penelitian Relevan, E). Landasan Teori, F). Metode Penelitian, G). Outline, H). Rancangan Waktu Penelitian.
4. Membimbing revisi Proposal pasca seminar.
5. Membimbing APD dan menyetujuinya.
6. Membimbing Bab IV dan Bab V.
7. Mengoreksi kelengkapan berkas Skripsi secara keseluruhan sebelum dimunaqsyahkan.
8. Memastikan kevalidan data penelitian kepada Informan/Lembaga tempat penelitian (jika penelitian lapangan).
9. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
10. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
11. Diwajibkan memperhatikan jumlah besaran plagiarisme dengan ambang batas maksimal 25 %, sesuai Surat Edaran Rektor IAIN Metro No.017 tahun 2020.
12. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Wakil Dekan  
Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Siti Zulalika



## **OUTLINE**

### **PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB I        PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan dan Manfaat penelitian
- D. Penelitian Relevan

#### **BAB II        LANDASAN TEORI**

- A. Budaya Hukum
  - 1. Pengetian Budaya Hukum
  - 2. Budaya Hukum Dalam Sistem Hukum
  - 3. Macam-macam Budaya Hukum
  - 4. Faktor yang Mempengaruhi Budaya Hukum
- B. Transaksi Online
  - 1. Pengertian Transaksi Online
  - 2. Dasar Hukum Transaksi Online
  - 3. Jenis-jenis Transaksi Online
  - 4. Karakteristik Transaksi Online
- C. Jaminan Negara Terhadap Konsumen

**BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Hasil Penelitian
  - 1. Sikap Konsumen Dalam melakukan Transaksi Online
  - 2. Pengetahuan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Online
  - 3. Kesadaran hukum konsumen
- B. Pembahasan

**BAB V PENUTUP**

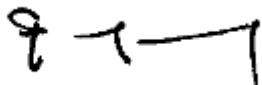
- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

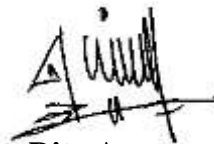
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui  
Pembimbing



**Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag**  
NIP. 196009181987032003

Metro, 16 Agustus 2021  
Mahasiswi



**Dita Anggraeni**  
NPM. 1702090004

## **ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)**

### **PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE**

#### **A. Wawancara**

Wawancara dengan konsumen

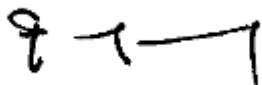
1. Apakah yang menjadi alasan untuk melakukan pembelian barang melalui transaksi online?
2. Faktor apakah yang menyebabkan minat konsumen membeli barang melalui transaksi online?
3. Apakah anda melihat rating penilai terlebih dahulu ketika akan membeli barang melalui transaksi online?
4. Apakah mengetahui banyak kasus penipuan yang ada pada transaksi online?
5. Apakah anda pernah tertipu ketika melakukan transaksi online, jika pernah apa yang anda lakukan ketika tertipu saat membeli barang melalui transaksi online?
6. Apakah berbelanja secara online sudah menjadi kebiasaan, padahal banyaknya kasus penipuan yang terjadi pada transaksi online?
7. Bagaimana tanggapan anda tentang banyak nya kasus penipuan pada transaksi online, apakah dalam hal ini hukum sangat berperan penting?
8. Apakah anda sebagai konsumen transaksi online mengetahui isi aturan-aturan hukum yang bersangkutan dengan transaksi online ?
9. Menurut anda, apakah hukum berperan penting dalam lingkungan sekitar ?

10. Bagaimana pendapat anda tentang ketaatan hukum konsumen dalam menanggapi kasus penipuan pada transaksi online?
11. Mengapa dalam kasus penipuan pada transaksi online konsumen banyak yang tidak mengadu kepada pihak penegak hukum?
12. Bagaimana pendapat anda tentang peraturan hukum yang ada dalam lingkungan sekitar?
13. Kesadaran hukum pada konsumen akan mempengaruhi bekerjanya hukum itu sendiri, apakah konsumen sudah mentaati peraturan hukum yang ada?
14. Faktor apakah yang mempengaruhi konsumen lalai dalam mentaati peraturan hukum dalam bertransaksi online?

## **B. Dokumentasi**

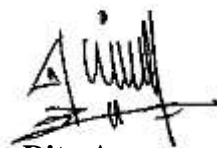
1. Dokumentasi diajukan kepada konsumen berupa screnshoot akun penipuan dalam transaksi online pada media sosial.
2. Chat atau komentar konsumen di media sosial.

Mengetahui  
Pembimbing



**Prof. Dr. Hj. Enizar, M. Ag**  
NIP. 196009181987032003

Metro, 06 November 2021  
Mahasiswa



**Dita Anggraeni**  
NPM. 1702090004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); e-mail: [syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

Nomor : 2522/In.28/D.1/TL.00/11/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
KETUA JURUSAN HUKUM  
EKONOMI SYARIAH IAIN METRO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2521/In.28/D.1/TL.01/11/2021, tanggal 17 November 2021 atas nama saudara:

Nama : **DITA ANGGRAENI**  
NPM : 1702090004  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syaria`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH IAIN METRO, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH IAIN METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 17 November 2021  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Zumaroh S.E.I, M.E.Sy**  
NIP 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); e-mail: [syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: 2521/In.28/D.1/TL.01/11/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro,  
menugaskan kepada saudara:

Nama : **DITA ANGGRAENI**  
NPM : 1702090004  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH IAIN METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH IAIN METRO)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 17 November 2021

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Zumaroh S.E.I, M.E.Sy**  
NIP 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**


Nama : Dita Anggraeni  
NPM : 1702090004


Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy  
Semester/TA : 9/ 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	kamis 2/12 /2021		Perbaiki bab 4 - bab 5 hasil dari APD tidak ada yang masuk.	4
	Selasa 7/12 /2021		Revisi bab 4-5	4
	Sabtu 11/12 /2021		Bimbingan bab 4-5	4
	13/12 /21		Acc ults di Pucua goyelle	4

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

  
**Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003

  
**Dita Anggraeni**  
NPM. 1702090004



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Dita Anggraeni  
NPM : 1702090004

Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy  
Semester/TA : 9/ 2021

No	Hari/ Tanggal	PembimbingI	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 2/08 21		Bimbingan Outline Skripsi	4
	Senin 16/08 21		Revisi outline Skripsi	4
	Jum'at 20/08 21		Bimbingan APD dan laporan bab 1 - APD tidak cocok dg judul baca dulu bab II baru buat APD - harus lebih banyak budaya hukum. budaya hukum di LBM bukan hanya contoh tapi Pengertian lg contoh.	4

Dosen Pembimbing I,

**Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003

Mahasiswa Ybs,

**Dita Anggraeni**  
NPM. 1702090004





**KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Dita Anggraeni  
NPM : 1702090004

Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy  
Semester/TA : 9/ 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 29/10 / 21	Bimbingan APD -Daftar Pertanyaan Penomoran dg angka, huruf g sampai akhir yang ditanya tentang budaya hukum tetapi dibuat dari indikator budaya hukum yang ada pada bab 2. kemudian diturunkan ketisi-kisi Setiap indikator ada 2/3 kisi-kisi	4
	Sabtu 6/11 / 21	Revisi APD Lanjut lapangan.	4

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

**Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003

**Dita Anggraeni**  
NPM. 1702090004



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Dita Anggraeni  
NPM : 1702090004

Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy  
Semester/TA : 9/ 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			Bab I - III	Y
			Acc bab I	
			Acc bab II	Y
			Acc bab III	Y

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

**Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003

**Dita Anggraeni**  
NPM. 1702090004



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dita Anggraeni  
NPM : 1702090004

Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy  
Semester/TA : 9/ 2021

No	Hari/ Tanggal	PembimbingI	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 2/09 21		Revisi APD dan Skripsi bab I - lanjut bab II dan III Yg bukan proposal tapi skripsi diajukan perbab	4
	Senin 04/09 21		- Bimbingan laporan BAB I - III	4
	Senin 18/10 21		- Revisi bab 1-3	4

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

  
**Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003

  
**Dita Anggraeni**  
NPM. 1702090004



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH**

Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Dita Anggraeni  
NPM : 1702090004

Fakultas/Jurusan : Syariah/Hesy  
Semester/TA : 9/ 2021

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 22 / 11 / 2021	Bimbingan Bab 4 dan 5	4
	Selasa 23 / 11 / 2021	Bimbingan Bab 4 - 5.	4
	Rabu 1 / 12 / 2021	Revisi Bab 4 - 5	4

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

  
**Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag**  
NIP. 19600918 198703 2 003

  
**Dita Anggraeni**  
NPM. 1702090004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: [digilib.metrouniv.ac.id](http://digilib.metrouniv.ac.id); [pustaka.iain@metrouniv.ac.id](mailto:pustaka.iain@metrouniv.ac.id)

---

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1416/ln.28/S/U.1/OT.01/12/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Dita Anggraeni  
NPM : 1702090004  
Fakultas / Jurusan : Syari'ah/ Hukum Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1702090004

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 14 Desember 2021  
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.  
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.syariah.metrouniv.ac.id](http://www.syariah.metrouniv.ac.id); e-mail: [syariah.iain@metrouniv.ac.id](mailto:syariah.iain@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)**

No.B-2854/In.28.2/J-HESy/PP.00.9/12/2021

Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : DITA ANGGRAENI  
NPM : 1702090004  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah  
Jenis Dokumen : Skripsi  
Pembimbing : 1. Prof. Dr. Enizar, M.Ag.  
2. -  
Judul : PROBLEMATIKA BUDAYA HUKUM KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI ONLINE

Karya ilmiah yang bersangkutan dengan judul di atas, telah melalui proses uji kesamaan (*similarity check*) menggunakan aplikasi *Turnitin*, dengan hasil presentase kesamaan :22%

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 14 Desember 2021  
Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah,

/ Muhamad Nasrudin, M.H.  
NIP. 19860619 201801 1 001

# FOTO DOKUMENTASI

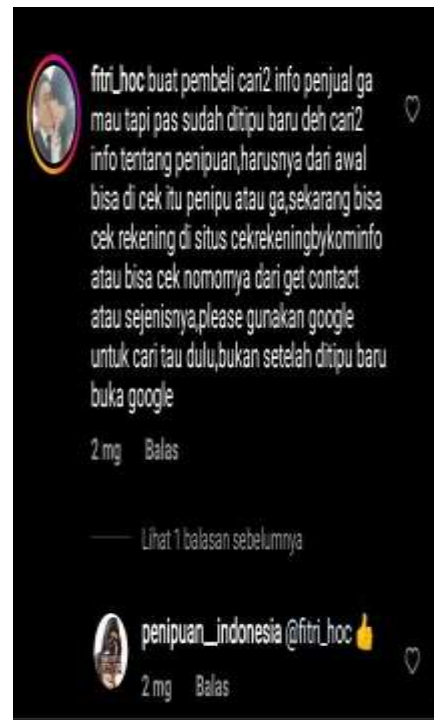








Akun yang memberi informasi-informasi akun palsu/penipu dalam transaksi online



Komentar-Komentar Konsumen Pada Media Sosial

## **RIWAYAT HIDUP**



Dita Anggraeni dilahirkan di Desa Papanrejo, Kecamatan Abung Timur, Kotabumi Kabupaten Lampung Utara pada Tanggal 29 November 1999. Anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Suhardi dan Ibu Agustina. Peneliti menempuh pendidikan di SD Negeri 04 Papanrejo selesai pada Tahun 2011, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 05 Kotabumi selesai pada Tahun 2014, setelah itu melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Kotabumi selesai pada tahun 2017. Dan peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah yang dimulai pada Semester 1 Tahun 2017.