

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa dampak signifikan terhadap aktivitas ekonomi, khususnya dalam kemudahan transaksi jual beli yang tidak lagi dibatasi oleh waktu dan tempat. Melalui *gadget*, konsumen dapat dengan cepat memperoleh barang yang diinginkan. Fenomena ini secara kasat mata menguntungkan karena memberikan akses terhadap pilihan barang yang lebih variatif untuk memenuhi kebutuhan. Namun, di balik kemudahan tersebut, konsumen berada dalam posisi yang rentan. Sebagai target utama strategi promosi yang agresif, konsumen dapat dengan mudah terjebak dalam pola konsumsi yang merugikan, baik dalam bentuk barang maupun jasa yang tidak selalu sesuai dengan harapan atau kebutuhan.

Pasal 1457 KUH Perdata mendefinisikan jual beli sebagai suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Pada masa lalu, konsep jual beli dilakukan melalui barter sebagai bentuk tukar-menukar barang sebelum adanya uang. Dengan kemajuan teknologi, transaksi jual beli kini berkembang pesat dengan berbagai metode pembayaran, mulai dari tunai, cicilan, hingga pemesanan atau *indent*, serta menggunakan alat pembayaran elektronik seperti kartu debit dan kartu kredit.

Pasal 1458 KUH Perdata menyatakan bahwa jual beli bersifat konsensual, yang artinya jual beli dianggap telah terjadi sejak tercapainya kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai kebendaan yang diperjualbelikan serta harganya. Hal ini berlaku meskipun kebendaan tersebut belum diserahkan atau pembayaran belum dilakukan. Dalam perjanjian tersebut, pembeli berkewajiban untuk membayar harga yang telah disepakati, sementara penjual terikat untuk menyerahkan kebendaan yang dijual.

Tujuan utama dari transaksi jual beli adalah pengalihan hak milik atas barang yang dipertukarkan. Hal ini sejalan dengan ketentuan Pasal 584 KUH Perdata, yang menegaskan bahwa hak milik atas suatu kebendaan hanya dapat diperoleh melalui pemilikan, perlekatan, kadaluwarsa, pewarisan (baik menurut undang-undang maupun surat wasiat), serta penunjukan atau penyerahan berdasarkan suatu peristiwa perdata yang dilakukan oleh pihak yang berwenang atas kebendaan tersebut. Oleh karena itu, pengalihan hak milik harus dilaksanakan sesuai ketentuan hukum yang berlaku untuk menjamin kepastian dan keabsahan dalam setiap transaksi.

Hingga kini, pertumbuhan ekonomi terus menunjukkan peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Diskusi mengenai dunia bisnis telah menjadi topik yang sering diperbincangkan. Kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan manusia mendorong berkembangnya aktivitas komersial di berbagai wilayah, yang terealisasi dalam bentuk usaha perdagangan atau transaksi jual beli.

Seiring dengan masuknya generasi milenial ke dunia kerja, persaingan di berbagai bidang pekerjaan semakin ketat. Hal ini berdampak pada peningkatan permintaan akan kenyamanan, termasuk dalam hal pakaian olahraga yang kini dirancang lebih praktis dan mudah dikenakan. Sebagai makhluk sosial, manusia sangat bergantung pada kemajuan ekonomi dan teknologi untuk mendukung keberlangsungan hidup. Dalam konteks roda ekonomi, pelaku usaha memiliki tanggung jawab atas ketidaksesuaian barang dan/atau jasa yang mereka tawarkan. Tanggung jawab ini tetap berlaku, kecuali jika ada ketentuan lain yang disepakati dalam perjanjian.

Seiring dengan kemajuan teknologi, transaksi antara konsumen dan pelaku bisnis menjadi semakin mudah dilakukan. Pembelian dan pembayaran kini dapat dilakukan secara *virtual* tanpa perlu pertemuan langsung. Konsumen dapat dengan cepat menemukan berbagai jenis pelaku usaha hanya dengan menggulir layar perangkat yang terhubung dengan internet. Dalam upaya menarik minat konsumen, terutama kaum hawa, pelaku bisnis sering memanfaatkan strategi pemasaran seperti penjualan busana khas. Taktik penjualan ini memengaruhi faktor-faktor penting, seperti variasi harga dan jumlah stok barang, meskipun kualitas produk yang ditawarkan mungkin serupa.

Salah satu tantangan utama bagi pelaku usaha dalam meraih laba adalah persaingan harga. Konsumen cenderung memilih lokasi usaha yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas setara, yang dapat

mengalihkan minat dari pelaku usaha lain yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih tinggi. Pelaku usaha kerap kali menggunakan cara penjualan dalam memasarkan barangnya, yaitu dengan cara menurunkan harga suatu barang dengan jumlah yang telah ditentukan. Kemudahan cara ini tentu saja tidak luput dari kekurangan, seperti barang yang dijanjikan tidak sesuai dengan barang yang sebenarnya didapatkan, adanya syarat-syarat tersembunyi, dan tentu saja banyaknya keluhan yang tidak dihiraukan oleh pelaku usaha. UUPK juga telah dilanggar oleh cara penjualan dengan syarat-syarat tersembunyi.

Namun, pembelian *online* juga harus mematuhi prinsip kehati-hatian, jika anda membuat keputusan yang buruk, pelanggan pasti akan menderita penipuan atau pengiriman barang palsu. Hal serupa diungkapkan oleh Nurul Fibrianti¹ melalui jurnal internasionalnya yang menyatakan bahwa :

“But on the other hand, the consumer buyer, user, user of goods sold online is the party whose position is weak are often the victims of fraudulent businesses.”

Kenyamanan dalam bertransaksi *online* telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia dan

¹Nurul Fibrianti “*Pengabdian Hukum Indonesia*”, Universitas Negeri Semarang, hlm. 101-113.

mendorong munculnya aktivitas bisnis korporasi di berbagai wilayah dan domain. Namun, aktivitas perdagangan melalui *platform* seperti *Marketplace Facebook* atau *Instagram* sering kali dipandang negatif akibat kurangnya tanggung jawab dari pelaku usaha. Berdasarkan latar belakang tersebut, penting untuk mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik penjualan produk obral secara *online*, yang menjadi perhatian utama para akademisi untuk diteliti lebih mendalam.

Dalam Pasal 1458 KUH Perdata, “Jual beli yang berdasarkan suka sama suka berarti bahwa transaksi dianggap selesai antara kedua belah pihak ketika mereka mencapai kesepakatan atas barang dan harganya, tanpa memperhatikan apakah barang sudah diserahkan atau pembayaran sudah dilakukan”. Berdasarkan pengaturan ini, pembeli diharuskan membayar uang pembelian, sedangkan penjual berkewajiban menyerahkan objek yang dijual.

Pasal 584 KUH Perdata menyebutkan bahwa suatu peristiwa hukum dapat digunakan untuk memperoleh hak milik atas sesuatu. UUPK menyebutkan bahwa penjual (selanjutnya disebut pelaku usaha) dan pembeli (selanjutnya disebut konsumen) mempunyai hak dan kewajiban dalam perkara perdata ini.

Sebelum membahas hak dan tanggung jawab konsumen serta pelaku usaha, penting merujuk pada Pasal 1 angka 2 UUPK. Undang-undang ini mendefinisikan pelaku usaha sebagai setiap orang atau badan usaha, dalam bentuk apa pun, yang beroperasi di wilayah Negara

Kesatuan Republik Indonesia, baik secara mandiri maupun bekerja sama dengan pihak lain berdasarkan perjanjian, dalam berbagai sektor ekonomi. Sementara itu, konsumen didefinisikan sebagai setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau masyarakat, dan bukan untuk tujuan usaha.

UUPK tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa dalam transaksi komersial, baik pelaku usaha maupun konsumen mempunyai hak dan kewajiban, sehingga terjalinlah persamaan hukum. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang selanjutnya disebut “UUD 1945”, menyatakan bahwa segala warga negara bersamaan kedudukannya di dalam hukum dan pemerintahan dan wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu dengan tidak ada kecualinya.

Penerapannya menunjukkan posisi sepihak pelaku korporasi dan konsumen, dengan konsumen menempati pihak yang lebih lemah. Sehubungan dengan maksud untuk melindungi konsumen, kita harus mempertimbangkan kepentingan konsumen mana yang memerlukan perlindungan yang dinyatakan sebagai hak.² Dalam transaksi komersial, konsumen sebagai pengguna barang dan/atau jasa mempunyai hak-hak yang dilindungi oleh peraturan perundang-undangan. Pasal 4 UUPK mengatur hak-hak konsumen adalah:

²Janus Sidabalok “*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*”, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm.31.

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam penggunaan produk dan/atau layanan.
- b. Hak untuk memilih serta memperoleh barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar, persyaratan, dan jaminan yang ditetapkan.
- c. Hak atas informasi yang akurat, transparan, dan jujur mengenai status serta garansi produk dan/atau layanan.
- d. Hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, serta inisiatif dalam penyelesaian permasalahan guna menjamin perlindungan konsumen yang memadai hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- f. Hak untuk menerima perlakuan yang tepat dan adil tanpa bias atau ketidakjujuran.
- g. Hak untuk mendapatkan uang, ganti rugi, atau produk baru jika barang dan/atau jasa tidak sesuai dengan kesepakatan atau bermasalah dengan cara pembuatannya.
- h. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

UUPK menyebutkan bahwa konsumen yang membeli barang dan/atau jasa mempunyai kewajiban yang harus dipenuhi. Ketentuannya diatur dalam UUPK:

- a. Meninjau atau mematuhi norma dan protokol informasi tentang

- pemanfaatan barang dan/atau jasa untuk menjamin keselamatan dan keamanan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
 - c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
 - d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

UUPK mengatur hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha sebagai berikut:

1. Hak pelaku usaha adalah:
 - a. Hak untuk memperoleh imbalan yang sesuai dengan ketentuan serta nilai tukar barang dan/atau jasa yang dipertukarkan.
 - b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang dilakukan dengan itikad buruk.
 - c. Hak untuk membela diri secara memadai dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur hukum.
 - d. Konsumen memiliki hak untuk memulihkan reputasi apabila secara hukum terbukti bahwa kerugian yang dialami tidak disebabkan oleh barang dan/atau jasa yang diberikan.
 - e. Konsumen juga berhak atas hak-hak lain sebagaimana diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Kewajiban pelaku usaha adalah:
 - a. Memiliki tujuan terpuji dalam menjalankan kegiatan bisnis.

- b. Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang tepat, transparan, dan jujur mengenai kondisi serta garansi barang dan/atau jasa, termasuk petunjuk penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c. Melayani konsumen secara tepat, jujur, dan tanpa diskriminasi.
- d. Menjamin mutu produk dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau dipertukarkan sesuai dengan standar barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi konsumen kesempatan untuk menilai barang dan jasa tertentu, termasuk garansi dan jaminan untuk produk yang diproduksi atau dipertukarkan.
- f. Memberikan kompensasi, restitusi, dan/atau penggantian atas kerugian yang terjadi akibat penggunaan dan konsumsi barang dan/atau jasa yang dipertukarkan.
- g. Memberikan ganti rugi, penggantian, dan/atau substitusi apabila barang dan/atau jasa yang diperoleh atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan kontrak.

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat sering terlibat dalam kegiatan jual beli. Kemajuan di berbagai aspek kehidupan telah mendorong munculnya perdagangan yang semakin dinamis. Hal ini memberikan dampak positif, seperti terciptanya lingkungan yang mendukung badan usaha untuk meraih kesuksesan lebih besar. Namun, di sisi lain, kemajuan ini juga memicu maraknya praktik bisnis yang tidak etis dalam upaya mengejar keuntungan. Hal ini bermula dari anggapan

bahwa operasi perusahaan wirausaha seringkali dilakukan secara tidak jujur, suatu fenomena yang secara hukum dikenal sebagai persaingan tidak sehat atau persaingan tidak sehat.³

Bisnis menggunakan banyak strategi untuk menarik lebih banyak orang membeli produk dan layanan mereka. Salah satu strategi ini adalah melakukan penjualan, Penjualan adalah kegiatan yang melibatkan pembelian banyak barang dengan harga lebih rendah untuk menyingkirkan stok berlebih dan mengosongkan ruang penyimpanan. Kegiatan ini juga disebut diskon.⁴

Pelaku usaha berupaya keras untuk memastikan barang dagangan mereka laris dan diminati banyak orang, sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Sebagian besar konsumen cenderung mempertimbangkan keterjangkauan harga dan kualitas barang atau jasa yang diperoleh. Namun, dalam situasi tertentu, seperti saat obral, konsumen sering kali membeli barang secara terburu-buru tanpa memeriksa persyaratan kualitas atau status kedaluwarsa produk yang ditawarkan.

Kegiatan penjualan yang efektif dapat menurunkan harga dan meningkatkan efisiensi operasi perusahaan. Namun, masalah muncul ketika kegiatan penjualan dilakukan tanpa integritas dan akurasi. Persaingan yang ketat sering kali mendorong badan usaha untuk

³Sirait, N. N. "Asosiasi dan Persaingan Usaha Tidak Sehat" Pustaka Bangsa Press, Medan, 2003, hlm. 20.

⁴Eka Setiawan, "Obral," *KBBI Online*, <https://kbbi.web.id/obral>, diakses pada 1 Februari 2025 pukul 15:19 WIB.

merasionalisasi berbagai metode, yang pada akhirnya menciptakan lingkungan persaingan yang tidak sehat. Taktik penjualan yang digunakan oleh badan usaha untuk memajukan kepentingan mereka sering kali berdampak merugikan konsumen.

Kegiatan penjualan di Indonesia harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian karena kegiatan tersebut diatur oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Badan usaha yang melakukan penjualan melalui pembelian, penjualan, atau lelang dilarang melakukan penipuan atau menyesatkan konsumen.

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/ menyesatkan konsumen dengan:

- a. Menegaskan bahwa produk dan/atau layanan sesuai dengan kriteria kualitas tertentu.
- b. Menegaskan bahwa barang atau jasa bebas dari cacat tersembunyi.
- c. Tidak berencana untuk menjual barang yang disediakan tetapi lebih memilih untuk menjual barang alternatif.
- d. Gagal menyediakan barang dalam jumlah tertentu atau cukup dengan tujuan memasarkan komoditas alternatif.
- e. Gagal memberikan layanan dalam kapasitas tertentu atau kuantitas yang memadai dengan tujuan memasarkan layanan alternatif.
- f. Menaikkan harga atau tarif komoditas dan/atau jasa sebelum melakukan penjualan.

Undang-undang tersebut menggarisbawahi kewajiban badan

usaha untuk mematuhi peraturan yang berlaku sebelum melakukan transaksi. Penyelidikan terkait bertujuan untuk menilai apakah setelah penjualan besar-besaran, badan usaha terus meraih keuntungan dari barang dagangannya, atau apakah mereka telah menaikkan harga secara preemptif untuk memastikan keuntungan selama periode penjualan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kerugian sambil mempertahankan margin laba yang sama seperti sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka penulis dalam penelitian ini tertarik untuk mengambil judul Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Melalui Politik Dumping Pada Jual Beli Online Menurut Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Perlindungan hukum bagi konsumen melalui politik dumping terhadap kegiatan obral dalam jual beli menurut UUPK?
2. Bagaimana Upaya bagi konsumen ketika dirugikan pada kegiatan obral dalam jual beli yang bersifat mengelabui atau menyesatkan di media *online*?

C. Keaslian penelitian

Kebenaran penelitian ini didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang relevan, khususnya peraturan kesehatan, dan data empiris

yang relevan dengan pokok bahasan “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Melalui Politik Dumping Pada Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, dan ini beberapa contoh kesamaan dari tesis ini.

Beberapa hasil penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1 . Keaslian penelitian

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Bentuk Penelitian	Rumusan Masalah	Kebaharuan
1.	Agustin Nurindah Permatasari	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Mengalami Perbedaan Harga	Normatif dengan pendekatan perundang-undangan	Bagaimana tindakan konsumen yang dirugikan karena perbedaan harga	<p>a. Penelitian ini tentang upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat perbedaan harga sebagaimana diatur dalam UUPK.</p> <p>b. Penelitian ini membahas faktor-faktor yang menyebabkan bentuk pertanggung jawaban pihak supermarket dalam permasalahan perbedaan harga antara label</p>

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Bentuk Penelitian	Rumusan Masalah	Kebaharuan
					harga dan mesin kasir yang dialami oleh konsumen.
2.	Sistyananda	Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Produk Barang Di Toko <i>Online</i>	Metode Penelitian Non Doktrinal	Bagaimana langkah hukum bagi konsumen yang di rugikan dalam perbedaan harga.	<p>a. Studi ini secara eksklusif membahas perlindungan hukum bagi konsumen produk dan layanan di lingkungan ritel daring.</p> <p>b. Penelitian ini hanya membahas tantangan yang dihadapi dalam perlindungan hukum konsumen yang membeli produk dan layanan dari pengecer daring.</p>

Berdasarkan penelitian diatas maka dapat dikatakan bahwa penelitian yang dilakukan dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Melalui Politik Dumping Pada Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, Ternyata belum ada peneliti lain yang melakukan atau membuat sesuatu seperti ini dengan judul ini,

meskipun judul penelitian ini terkait dengan sejumlah penelitian lain.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan adanya permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen dalam polik dumping kegiatan obral jual beli menurut UUPK.
2. Untuk memahami Upaya bagi konsumen ketika dirugikan pada kegiatan obral dalam jual beli yang bersifat mengelabui atau menyesatkan di media *online*.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, antara lain:

1) Manfaat Teoritis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu masyarakat memahami hukum dengan lebih baik, khususnya dalam hal perlindungan konsumen dari pelanggaran Pasal 11 huruf f UUPK. Selain itu, dari penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana konsumen yang dirugikan dalam transaksi penjualan dapat menyelesaikan permasalahannya.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kewaspadaan serta ketepatan konsumen dalam bertransaksi,

khususnya terkait dengan praktik potongan harga yang bersifat menipu atau menyesatkan. Selain itu, pelaku usaha diharapkan untuk selalu memperhatikan dan mematuhi ketentuan yang diatur dalam UUPK dalam setiap transaksi jual beli barang.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan sistematis yang digunakan peneliti untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penyusunan tesis ini, metode penelitian yang digunakan mencakup pendekatan yang dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian secara terstruktur dan mendalam. Adapun metode yang diterapkan meliputi:

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini akan menggunakan teknik non-doktrinal, sebagaimana dikemukakan Mukti Fajar DN⁵, yang berlandaskan pada ketentuan perundang-undangan dan kejadian atau peristiwa yang dapat diamati dalam subjek. Penulis mempertimbangkan ilmu-ilmu pelengkap di samping penerapan asas dan norma hukum yang relevan ketika menganalisis masalah dan melakukan penelitian, karena penelitian hukum memungkinkan integrasi semua informasi.

Dalam metode pendekatan non-doktrinal ini, harus dilihat fakta tentang bagaimana suatu hukum itu diberlakukan⁶. Terutama

⁵ Mukti Fajar DN *“Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris”*, Pustaka Pelajar Yogyakarta, 2010, hlm. 192.

⁶ *Ibid.*, hlm. 192

dalam peran “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Melalui Politik Dumping Pada Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Dalam penelitian hukum normatif, hukum sering didefinisikan sebagai isi undang-undang (hukum dalam buku) atau sebagai aturan atau norma yang berfungsi sebagai standar perilaku manusia yang dapat diterima.⁷

1. Jenis Data

Penelitian ini termasuk penelitian hukum non-doktrinal, dan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder sebagai berikut:

a. Data Primer

data primer adalah data penelitian yang dikumpulkan untuk pertama kalinya melalui pengalaman pribadi atau bukti-bukti khusus untuk keperluan penelitian. Sebagian besar data dalam penelitian ini diperoleh melalui berbagai metode, seperti observasi dan wawancara pribadi. Pihak-pihak terkait tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang melakukan jual beli *online* di media sosial/*E-Commerce*.
2. Konsumen yang dirugikan atas pembelian barang.

b. Data Sekunder

Kajian pustaka digunakan untuk mengumpulkan data bagi kajian hukum normatif. Ada dokumen hukum utama, bahan hukum

⁷Amiruddindan H. Zainal Asikin, “*Penghantar Metode Penelitian Hukum*”, PT.Raja, Jakarta, 2010, hlm. 118.

sekunder, dan aspek hukum tersier yang digunakan dalam kajian ini. Semua ini disebut data sekunder atau bahan pustaka:⁸

1. Bahan Hukum Primer

Sumber hukum primer adalah dokumen hukum yang memiliki kewenangan, yang menandakan kewenangannya yang diakui. Unsur hukum primer meliputi undang-undang⁹ yakni, KUH Perdata, UUPK Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

2. Bahan Hukum Sekunder

Publikasi tentang hukum yang bukan dokumen resmi disebut sumber hukum sekunder. Buku teks, kamus hukum, dan majalah hukum merupakan contoh produk hukum.¹⁰

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang bersumber dari kamus, ensiklopedia, majalah, surat kabar, dan sumber lain yang bersifat tersier, berfungsi sebagai pedoman atau penjelasan tambahan untuk bahan hukum primer atau sekunder.

2. Metode Pengumpulan Data

Teknik-teknik berikut digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data:

⁸Nica Ngani “*Metodologi Penelitian dan Penulisan Hukum*”, Penerbit Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2012, hlm.79.

⁹Peter Mahmud Marzuki, *Op. Cit.*, hlm. 181.

¹⁰*Ibid.*, hlm.182.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara untuk pengumpulan data, yang ditandai dengan pertukaran pertanyaan dan tanggapan secara langsung antara peneliti dan informan. Metode ini diterapkan oleh peneliti untuk mengidentifikasi sumber data dengan melibatkan individu yang dianggap paling mengetahui tentang dampak layanan obral jual beli produk terhadap mitigasi atau pencegahan peredaran produk yang merugikan konsumen.

a. Responden

Responden yang diteliti memberikan tanggapan baik secara tertulis maupun lisan, serta perilaku nyata mereka yang menjadi fokus penelitian, semuanya dipelajari sebagai satu kesatuan. Kumpulan data pertama akan disusun secara logis, diikuti dengan analisis diagnostik dan deskriptif. Seluruh data kemudian akan disajikan melalui narasi penulis. Informasi yang digunakan untuk bagian ini berasal dari agen distributor penjualan obral produk *online*.

b. Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di media *online*, sesuai dengan judul yang diajukan. Lokasi penelitian dipilih karena berada di kota yang padat penduduk dengan minat besar untuk meningkatkan proses transaksi jual beli obral politik dumping.

3. Metode Analisis Data

Setelah data yang dibutuhkan dikumpulkan dari literatur dan sumber studi, data tersebut akan diolah dan dianalisis secara kualitatif. Metodologi analisis kualitatif menghasilkan data deskriptif, yang mencakup tanggapan lisan dan tertulis dari peserta, serta risiko nyata yang akan dievaluasi secara kolektif.¹¹

Dokumen hukum utama dan sumber sekunder dalam penelitian ini dikaji menggunakan analisis deskriptif melalui metode kualitatif. Ringkasan membahas tentang isi dan struktur hukum positif. Hal ini menunjukkan bahwa penulis mencoba menjelaskan apa arti aturan hukum atau mengapa aturan tersebut penting ketika melihat masalah hukum yang diteliti.¹²

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan secara deduktif, yaitu dengan memulai dari pernyataan umum atau prinsip yang telah diketahui, kemudian menguraikannya hingga mencapai kesimpulan yang lebih spesifik dan terfokus.

Di dalam metode pendekatan non-doktrinal ini, harus dilihat fakta tentang bagaimana suatu hukum itu diberlakukan¹³. Terutama dalam peran “Perlindungan Hukum Bagi konsumen Melalui Politik Dumping pada Jual Beli Online Menurut Undang Undang Nomor 8

¹¹Soerjono Soekanto, *“Pengantar penelitian hukum”*, UI Press, Jakarta, 1984, hlm. 13.

¹²H. Zainuddin, *“Metode Penelitian Hukum”*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, hlm.107.

¹³Mukti Fajar DN, *“Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris”*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 192.

tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas penulisan tesis ini yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Melalui Politik Dumping Pada Jual Beli *Online* Menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, maka sistematika terdiri dari 4 bab seperti di bawah ini:

Bab I tentang Pendahuluan, dalam bab ini penulis menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, keaslian penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, tinjauan penelitian, metode yang dipakai dalam penelitian, sistematika penulisan.

Bab II tentang Tinjauan Pustaka, pada bab ini dijelaskan tentang tinjauan umum tentang Perlindungan Hukum, tinjauan umum tentang perlindungan hukum konsumen, tinjauan umum tentang peraturan UUPK, dan *E-Commerce*.

Bab III tentang hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini memuat inti permasalahan yang akan dibahas berdasarkan dari rumusan masalah, yakni “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Melalui Politik Dumping Pada Jual Beli Online Menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”.

Bab IV tentang penutup, yang menjelaskan terkait Simpulan dan Saran dari penulis yang sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan.