

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digital telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk sektor bisnis. Salah satu dampak paling nyata terlihat pada perkembangan perdagangan elektronik atau yang lebih dikenal dengan istilah *E-commerce*. *E-commerce* telah menjadi salah satu hasil nyata dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, yang tidak hanya mempermudah tetapi juga mempercepat proses transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Di Indonesia, kemunculan *Platform E-commerce* menandai era baru dalam dunia penjualan, di mana konsumen tidak lagi perlu bertatap muka untuk bertransaksi.

Transaksi *Online* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari Masyarakat. Kemudahan akses internet dan meningkatnya penggunaan ponsel pintar menjadikan berbelanja *Online* lebih nyaman dibandingkan cara berbelanja konvensional. Kondisi ini mendorong pertumbuhan pesat industri *E-commerce*, dengan berbagai *Platform* yang menyediakan beragam produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Meskipun memberikan kemudahan, dunia *E-commerce* juga menghadapi berbagai tantangan dan risiko yang perlu diperhatikan. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah adanya ulasan negatif dari para

konsumen. Ulasan seperti ini berpotensi menimbulkan keraguan serta ketidakpastian bagi calon pembeli, yang dapat berdampak pada menurunnya tingkat kepercayaan terhadap suatu produk maupun reputasi penjual. Oleh karena itu, mengelola ulasan dan membangun persepsi positif di kalangan konsumen menjadi faktor utama dalam memastikan keberlangsungan bisnis di sektor *E-commerce* (Dianta, 2023).

Ulasan *Online* menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian. Menurut artikel, sekitar 67,7% konsumen mengandalkan ulasan *Online* dalam menentukan pilihan mereka dan ulasan negatif dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap reputasi bisnis (Raja Komen, 2024). Pengalaman buruk dari seorang konsumen dapat dengan mudah menyebar melalui media sosial, sehingga mempengaruhi opini publik dan memberikan dampak besar pada reputasi penjual. Contohnya, masalah seperti produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, atau layanan pelanggan yang kurang memuaskan dapat menimbulkan kekecewaan yang mendalam bagi konsumen.

Tindakan mengulas suatu produk menimbulkan pro dan kontra di kalangan konsumen. Rena Selviana dan Lie Othman dalam penelitiannya (Othman, 2022) membuktikan bahwa sekitar 70% konsumen setuju dengan adanya ulasan. Bagi mereka yang setuju, ulasan dianggap sangat membantu dalam memilih dan mengenali produk yang sesuai dengan kebutuhan, memberikan gambaran nyata tentang kualitas barang, serta menghindari kemungkinan ketidakpuasan atas produk yang akan diterima. Dengan adanya

ulasan, konsumen bisa lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan sebelum membeli suatu produk.

Keputusan pembelian adalah tahapan di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan transaksi untuk memperoleh produk tersebut. Setiap pembelian konsumen tercipta karena adanya need (kebutuhan) atau wants (keinginan) atau campuran keduanya. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu (Soinbala & Bessie, 2020):

1. Tertarik membeli karena ingin mengetahui produk yang ada.
2. Tertarik membeli karena keinginan mencari informasi.
3. Tertarik untuk membeli karena mendapatkan informasi.

Tetapi, bagi mereka yang tidak setuju, ulasan justru dapat menyesatkan, terutama jika tidak objektif, berlebihan, atau bahkan dibuat dengan maksud tertentu, seperti menjatuhkan atau mempromosikan produk secara tidak jujur. Dalam beberapa situasi, ulasan yang tidak tepat dapat menimbulkan persepsi atau pandangan yang salah tentang suatu produk, sehingga konsumen merasa kecewa dan tidak puas karena barang yang diterima tidak memenuhi ekspektasi mereka.

Ulasan seharusnya tidak menjadi faktor utama yang menyebabkan konsumen mengalami kesulitan dalam menyelesaikan keluhan terhadap produk yang dibeli. Biasanya, kesulitan dalam menangani keluhan lebih berkaitan dengan kebijakan penjual yang kurang jelas atau layanan pelanggan yang tidak responsif, bukan semata-mata karena adanya ulasan dari pengguna

lain. Ulasan bisa mempersulit penyelesaian keluhan karena ulasan negatif yang berlebihan dan ulasan positif yang tidak sesuai. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan konsumen pada pelaku usaha. Meskipun ulasan memiliki manfaat sebagai referensi, tetapi sebaiknya tidak menghalangi konsumen untuk berkomunikasi langsung dengan penjual. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk memilah informasi dari ulasan dengan bijak.

Situasi ini mengharuskan adanya regulasi yang jelas untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi *Online*. Priliyani Nugroho Putri dan Mirza Marali dalam penelitiannya menunjukkan bahwa ulasan yang meragukan dapat memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap persepsi konsumen, sehingga penting untuk memahami bagaimana hukum perlindungan konsumen berperan dalam menangani masalah ini (Marali & Nugroho Putri, 2022).

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), hak konsumen untuk memberikan ulasan, baik positif maupun negatif, dapat dikaitkan dengan beberapa pasal yang menjamin hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar serta menyampaikan pendapat dan keluhan. Pasal-pasal yang relevan ada pada Pasal 4 UUPK, disebutkan bahwa konsumen memiliki beberapa hak dasar, di antaranya (Khalish Aunur Rahim et al., 2023):

- a. Pasal 4 huruf a: Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

- b. Pasal 4 huruf c: Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa.
- c. Pasal 4 huruf d: Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Pasal ini memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk menyampaikan pengalaman mereka, baik dalam bentuk ulasan positif maupun negatif, selama ulasan tersebut berdasarkan pengalaman nyata dan tidak bersifat fitnah atau pencemaran nama baik.

Dengan adanya regulasi dalam UUPK ini, konsumen memiliki hak hukum untuk menyampaikan pengalaman mereka, yang dapat membantu konsumen lain dalam mengambil keputusan, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. Tetapi, hak ini juga harus digunakan dengan penuh tanggung jawab agar tidak merugikan atau melanggar hak pihak lain.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjamin kebebasan kepada konsumen untuk menyampaikan ulasan atas produk yang dikonsumsi. Namun, dalam pelaksanaannya konsumen kerap menghadapi dilema antara menggunakan haknya dengan kekhawatiran adanya tuntutan dari pelaku usaha yang merasa dirugikan dengan ulasan tersebut.

Di sisi lain, Hak Asasi Manusia (HAM) tidak hanya mengatur hubungan antara individu dan negara sebagai pembuat kebijakan, tetapi juga mencakup interaksi antar individu dalam kehidupan bermasyarakat.

Termasuk hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang terbentuk melalui aktivitas transaksi. Dalam hal ini, sudut pandang HAM turut berperan dalam memastikan terpenuhinya hak atas kebebasan berpendapat. Ulasan negatif dapat dianggap sebagai bentuk kebebasan berpendapat yang diatur dalam Pasal 22 Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999. Namun, dengan adanya risiko hukum yang mengintai membuat banyak konsumen enggan memberikan ulasan jujur karena khawatir akan konsekuensi hukum. Risiko tersebut sering dikaitkan dengan Pasal 27A Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yang mengatur mengenai penyebaran berita bohong yang dapat merugikan konsumen atau pihak tertentu.

Dengan demikian, pada penelitian terdahulu umumnya menyoroti aspek perlindungan konsumen dalam transaksi *Online*, khususnya terkait hak konsumen dalam memberikan ulasan serta tanggung jawab pelaku usaha dalam menanggapi kritik. Sebagian besar lebih berfokus pada aspek hukum perlindungan konsumen, seperti hak atas informasi dan penyelesaian sengketa konsumen (Sihombing et al., 2024). Namun, belum banyak yang mengaitkan secara menyeluruh dengan perspektif hak asasi manusia, terutama dalam kaitannya dengan kebebasan berekspresi dan batasannya. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menganalisis ulasan negatif dalam transaksi *Online* melalui pendekatan hukum perlindungan konsumen dan hak asasi manusia, sehingga dapat memberikan

pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai keseimbangan antara kebebasan berpendapat konsumen dan perlindungan terhadap pelaku usaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, diharapkan penelitian dengan judul “*Ulasan Negatif dalam Transaksi Online (Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen)*” ini dapat memberikan kontribusi dalam menemukan keseimbangan antara hak konsumen dalam menyampaikan pendapat dan tanggung jawab pelaku usaha dalam menghadapi kritik.

B. Identifikasi Masalah

Dalam mengidentifikasi masalah, penulis mengumpulkan dan mengklarifikasi beberapa persoalan yang akan dikaji dalam penulisan ini, yaitu:

1. Ulasan negatif dalam transaksi *Online* dapat memberikan dampak signifikan terhadap reputasi dan keberlangsungan usaha.
2. Ulasan negatif dapat mempengaruhi persepsi konsumen lain terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.
3. Hukum perlindungan konsumen belum sepenuhnya mengatur hak dan kewajiban konsumen terkait ulasan negatif.
4. Adanya ketidakjelasan dalam penyelesaian sengketa akibat ulasan negatif.
5. Belum adanya keseimbangan pengaturan antara hak berpendapat konsumen dengan hak pelaku usaha dalam melindungi reputasinya.

C. Rumusan Masalah

Dalam rangka menjawab permasalahan yang ada, dan membuat penelitian ini berfokus pada fenomena yang muncul maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hukum perlindungan konsumen di Indonesia mengatur hak konsumen untuk memberikan ulasan negatif dalam transaksi *Online*?
2. Bagaimana perlindungan reputasi pelaku usaha dalam konteks ulasan negatif?

D. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah yang telah disusun maka penulis menentukan beberapa tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah seperti berikut ini:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis hukum perlindungan konsumen di Indonesia dalam mengatur hak konsumen untuk memberikan ulasan negatif dalam transaksi *Online*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan reputasi pelaku usaha dalam konteks ulasan negatif.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, penulis mengharapkan manfaat serta kegunaan yang akan diperoleh sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Secara akademis, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pengetahuan ilmiah terkait perkembangan di bidang hukum perlindungan konsumen dan hak asasi manusia berdasarkan undang-undang yang berlaku.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penulis berharap melalui penelitian ini dapat menambah wawasan serta menciptakan pemikiran yang luas bagi masyarakat dengan perkembangan hukum yang ada pada saat ini.

F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menggambarkan hubungan antara konsep-konsep tertentu yang akan diteliti. Konsep tersebut adalah Kumpulan terdiri dari unsur teori, peraturan perundang-undangan dan permasalahan yang diteliti. Dengan demikian kerangka konseptual dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. *E-commerce*

E-commerce (Electronic Commerce) adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan dengan memanfaatkan perangkat elektronik, seperti telepon dan jaringan internet (Yusvita Aprilyan et al., 2022).

2. Ulasan negatif

Ulasan negatif adalah pendapat atau penilaian yang disampaikan oleh konsumen berdasarkan pengalaman mereka, yang dapat berisi kritik,

saran, ketidakpuasan, maupun keluhan terhadap suatu produk atau layanan (Amaldin & Ina Ratnasari, 2024).

3. Transaksi *Online*

Transaksi *Online* adalah bentuk kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui *Platform* digital, seperti *marketplace* atau media sosial (Azis et al., 2023).

4. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

5. Pelaku usaha

Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum republic Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

6. Hak Asasi Manusia (HAM)

Hak Asasi Manusia adalah seperangkat hak yang melekat pada hakikat dan keberadaan manusia sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa dan merupakan anugerah-Nya yang wajib dihormati, dijunjung tinggi dan dilindungi oleh negara, hukum, Pemerintah, dan setiap orang demi kehormatan serta perlindungan harkat dan martabat manusia.

G. Kerangka Teori

Melihat dari permasalahan diatas, teori yang dipakai terhadap perlindungan konsumen adalah teori perlindungan hukum. menurut Sajipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada Masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum (Sajipto Raharjo, 2000).

Dalam hal ini, suatu perlindungan hukum dapat dikatakan sebagai perlindungan hukum apabila didalamnya mengandung unsur-unsur:

1. Adanya suatu pengayoman dari pemerintah terhadap warganya.
2. Adanya jaminan kepastian hukum.
3. Adanya suatu sanksi hukuman terhadap pihak yang melanggarnya.

H. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode yuridis normatif. Metode yuridis normatif adalah sebuah pendekatan penelitian yang berfokus pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan dan dokumen hukum lainnya (S. Soekanto, 2015). Metode ini bertujuan untuk memahami dan menafsirkan ketentuan hukum serta menganalisis pengaturan dan implikasinya dalam konteks yang relevan terkait Ulasan Negatif dalam Transaksi *Online* (Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen).

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian hukum yuridis normatif, yang mencakup analisis terhadap sistematika hukum serta penelitian perbandingan hukum terkait ulasan negatif dalam transaksi *Online*. Penelitian ini akan memanfaatkan metode kajian pustaka (*library research*) untuk mengumpulkan dan menganalisis literatur serta sumber-sumber hukum yang relevan, guna memperoleh pemahaman mendalam mengenai hak-hak konsumen, perlindungan hukum, dan hak asasi manusia dalam konteks ulasan negatif (Zainuddin Ali, 2021).

Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diidentifikasi prinsip-prinsip hukum yang mengatur praktik ulasan negatif dan implikasinya terhadap perlindungan konsumen serta hak asasi manusia, sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan regulasi yang lebih efektif di era digital.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder di mana data yang diperoleh dari hasil penelitian atau dokumentasi yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain. Data ini tidak diperoleh langsung oleh peneliti dari subjek penelitian, tetapi berasal dari berbagai referensi yang sudah ada.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder mencakup berbagai sumber yang memberikan penjelasan mendalam mengenai isu-isu hukum yang terkait dengan ulasan negatif. Bahan hukum sekunder pertama adalah buku dan literatur hukum yang membahas perlindungan konsumen, serta hak asasi manusia (HAM), khususnya terkait kebebasan berekspresi dan batasannya dalam dunia digital. Selain itu, jurnal dan artikel ilmiah yang membahas terkait transaksi *Online*, hak-hak konsumen, dampak hukum ulasan negatif terhadap pelaku usaha dan konsumen, serta bagaimana ulasan negatif dapat memengaruhi reputasi penjual dan kepercayaan konsumen. Tidak hanya itu, pendapat ahli hukum yang membahas perkembangan hukum dalam transaksi elektronik dan regulasi mengenai konten digital turut menjadi bahan rujukan dalam penelitian ini.

Dengan menggunakan bahan hukum sekunder ini, diharapkan penelitian dapat memberikan analisis yang komprehensif mengenai aspek hukum yang mengatur ulasan negatif dalam transaksi *Online*.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier digunakan sebagai pelengkap untuk mendukung analisis yang lebih mendalam. Bahan hukum tersier ini mencakup kamus hukum, yang memberikan definisi resmi mengenai istilah-istilah hukum yang digunakan dalam penelitian. Dengan adanya bahan hukum tersier ini, penelitian dapat memiliki landasan konseptual yang lebih kuat dalam memahami berbagai aspek hukum yang berkaitan dengan ulasan negatif dalam transaksi *Online*.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian *Ulasan Negatif dalam Transaksi Online* (Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen), langkah-langkah yang penulis lakukan adalah mencari dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian, seperti kebijakan perlindungan konsumen, regulasi mengenai transaksi elektronik, dan panduan pelaksanaan hukum. Dokumen ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk lembaga pemerintah, penelitian akademis, dan publikasi hukum. Setelah itu, dokumen yang paling relevan akan dipilih untuk dianalisis kontennya guna mengidentifikasi informasi penting, seperti definisi

ulasan negatif, prinsip-prinsip perlindungan konsumen, prosedur pelaksanaan hukum, serta hasil evaluasi terhadap implementasi regulasi yang ada. Hasil analisis ini akan digunakan untuk membuat interpretasi mengenai konteks hukum dan kebijakan yang berlaku serta untuk menyimpulkan jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana ulasan negatif berinteraksi dengan hak asasi manusia dan perlindungan konsumen dalam transaksi *Online*.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data diperoleh, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengolahan data melalui tahap-tahap sebagai berikut:

a. Editing

Tahap ini merupakan tahap pemeriksaan kembali terhadap semua bahan hukum yang telah diperoleh terutama dari segi kelengkapan, kevalidan dan kejelasan serta memformulasikan bahan hukum yang penulis temukan ke dalam kalimat yang lebih sederhana.

b. Sistematisasi

Tahap ini adalah tahap mengklasifikasikan bahan hukum menurut penggolongannya dan menyusun data hasil penulisan tersebut secara sistematis yang dilakukan secara logis, artinya ada

hubungan dan keterkaitan antara bahan hukum satu dengan bahan hukum lain.

c. Deskripsi

Tahap ini menggambarkan hasil penelitian berdasarkan bahan hukum yang diperoleh kemudian menganalisisnya.

5. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian mengenai ulasan negatif dalam transaksi *Online* dari perspektif hukum perlindungan konsumen dan hak asasi manusia, penulis menggunakan berbagai teknik analisis data untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang topik tersebut. Analisis isi dilakukan dengan mempelajari dan memahami dokumen hukum, kebijakan, peraturan, serta laporan dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan kebebasan berpendapat. Teknik ini mencakup identifikasi dan penafsiran tema, konsep, definisi, prinsip, prosedur, dan ketentuan hukum yang relevan, khususnya yang mengatur ulasan negatif dalam transaksi *Online*.

Analisis kebijakan dilakukan dengan meneliti kebijakan pemerintah, pedoman, dan regulasi yang berhubungan dengan pengelolaan ulasan konsumen dalam transaksi *Online*. Teknik ini mencakup evaluasi terhadap tujuan kebijakan, strategi implementasi, serta dampak dan kendala yang mungkin timbul dalam penerapannya. Penulis akan menganalisis sejauh mana kebijakan tersebut efektif dalam melindungi konsumen dari ancaman hukum atas ulasan mereka,

sekaligus memastikan pelaku usaha mendapatkan perlindungan atas reputasi mereka.

I. Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini, maka penulis menyajikan sistematika penulisan ke dalam 5 (lima) bab dengan uraian masing-masing sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka konseptual, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *ONLINE*, Dalam bab ini penulis membahas tentang Konsumen, Pelaku Usaha, Hak Asasi Manusia (HAM), Transaksi *Online*, dan Ulasan Negatif.

BAB III PENYAJIAN DATA, Dalam bab ini penulis akan menyajikan data yang diperoleh. Data yang disajikan terdiri dari gambaran umum objek penelitian, serta temuan awal yang akan menjadi dasar dalam analisis lebih lanjut.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN, Dalam bab ini penulis akan menguraikan dan membahas data yang ada kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi fokus penelitian.

BAB V PENUTUP, Dalam bab ini merupakan bab penutup yang berisi Kesimpulan dan saran.