SULTAN ADAM: JURNAL HUKUM DAN SOSIAL
DOI: https://doi.org/10.71456/sultan.v4i1.1806

KESADARAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP HAK RETUR BARANG PADA TRANSAKSI *E-COMMERCE* DI KOTA PAREPARE

Consumer Legal Awareness Regarding the Right to Return Goods in E-Commerce Transactions in Parepare City

Nurasizah[1*]

Asrul Hidayat[2]

Wahyu Rasyid[3]

[*1-3] Universitas Muhammadiyah Parepare, Parepare, Sulawesi Selatan,Indonesia

*email: asizahrais06@gmail.com

Lisensi:CC-BY

ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia, khususnya di Kota Parepare, telah memberikan kemudahan dalam transaksi jual beli, namun juga menimbulkan berbagai permasalahan hukum, terutama terkait hak retur barang. Dalam praktiknya, konsumen sering berada pada posisi yang lemah dan mengalami kesulitan dalam menuntut haknya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesadaran hukum konsumen terhadap hak retur barang berdasarkan Undang-Undang Urutan 8 Masa 1999 berkaitan Perlindungan Pengunjung serta dampak-dampak mempengaruhinya. Penulisan ini memanfaatkan metode empiris dan pendekatan yuridis-sosiologis. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner Untuk 30 responden pengguna *e-commerce* di Bagian Parepare serta wawancara dan pengunjung, pelaku usaha, dan Dinas Perdagangan Bagian Parepare. Data diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian Memperlihatkan bahwa tingkat pemahaman aturan pengunjung berada Untuk tahap appreciative, yaitu pengunjung telah mengetahui dan menghargai adanya aturan hukum, namun belum sepenuhnya menerapkannya bagian tindakan nyata (*internalized*). Hal ini terlihat dari tingginya aspek pengetahuan dan sikap hukum, tetapi masih rendah Untuk aspek pemahaman dan perilaku hukum. Selain itu, masih ditemukan praktik klausula baku melarang retur barang, berberkaitanan dan ketentuan aturan berlaku. Kesimpulannya, pemahaman aturan pengunjung di Bagian Parepare masih perlu ditingkatkan. Dampak-dampak mempengaruhi meliputi tingkat pendidikan, pengetahuan hukum, akses informasi, budaya masyarakat, praktik pelaku usaha, serta pengalaman pengunjung. Diperlukan upaya sosialisasi, edukasi hukum, dan pengawasan lebih efektif agar memajukan perlindungan pengunjung bagian pembayaran *e-commerce*.

Kata Kunci:
Kesadaran Hukum
Hak Retur
Perlindungan Konsmen

Keywords:
Legal Awareness
Right to Return Goods
Consumer Protection

ABSTRACT

The development of e-commerce in Indonesia, particularly in Parepare City, has facilitated ease in buying and selling transactions but has also led to various legal issues, especially regarding the right to return goods (return policy). In practice, consumers are often in a weak position and face difficulties in claiming their rights. Therefore, this study aims to determine the level of consumer legal awareness regarding the right to return goods based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, as well as the factors influencing it. This research utilizes an empirical method with a juridical-sociological approach. Data were obtained through questionnaires distributed to 30 e-commerce users in Parepare City, along with interviews with consumers, business actors, and the Parepare City Trade Office. The gathered data were then analyzed qualitatively. The results indicate that the level of consumer legal awareness is at the appreciative stage, meaning consumers are aware of and respect the existence of legal rules but have not yet fully implemented them into concrete actions (internalized). This is evidenced by high levels of legal knowledge and attitudes, contrasted with low levels of legal understanding and behavior. Furthermore, the study found the continued use of standard clauses that prohibit the return of goods, which contradicts prevailing legal provisions. In conclusion, consumer legal awareness in Parepare City still needs improvement. Influencing factors include education levels, legal knowledge, access to information, community culture, business practices, and consumer experience. Greater efforts in socialization, legal education, and more effective supervision are required to enhance consumer protection in e-commerce transactions.

Submit Tgl.: 08-Mei-2026	Diterima Tgl.: 10-Mei-2026	Diterbitkan Tgl.: 11-Mei-2026

PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen merupakan isu fundemental yang tidak dapat dilepaskan dari dinamika kegiatan perekonomian,baik pada skala lokal maupun global terutama dengan perekonomian,baik pada skala lokal maupun global terutama dengan pesatnya pertumbahan e-*commerce*. Maka itu perlu dalam kegiatan adanya menibulkan suatu keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen .Di indonesia pada saat ini perlindungan konsumen.Di indonesia pada saat ini perlindungan konsumen mendapat perhatian yang lumayan baik karna menyangkut aturan untuk menciptkan kesejahteraan.Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dan konsumen dapat menciptakan masyarakat yang sejahtera dan makmur. [1]

Produsen atau pelaku usaha akan menjadi penghasilan atau penyedian kebutuhan hidup baik berupa barang atau jasa .semantara konsumen akan mengonsumsi dan mempergunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Hadirnya e-*commerce* memberikan kemajuan luar biasa bagi konsumen, namun kondisi ini juga menjadi tantangan. Dikatakan positif karena konsumen bebas memilih barang/jasa, tetapi menjadi negatif karena sering kali menempatkan posisi konsumen menjadi lemah dibandingkan pelaku usaha, yang berpotensi menimbulkan kerugian. Salah satu permasalahan krusial yang sering dihadapi adalah masalah pengembalian dana (*refund*) tidak terealisasi atau retur barang. Dalam konteks Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), hak *refund* dan retur barang memiliki kaitan erat dengan hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi atau penggantian atas kerugian yang dialami akibat produk yang cacat atau tidak sesuai deskripsi. [2]

Salah satu e-*commerce* terbaik di Indonesia adalah *Shopee* dan *Lazada.* Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce* di Indonesia[3]. Namun, Seiring dengan transformasi pasar dari sistem konvensional menuju era digital dan e-*commerce*, hubungan transaksional antara pelaku usaha dan konsumen menjadi semakin kompleks dan asimetris. Dalam konteks ini, kekuatan tawar konsumen cenderung lebih lemah dibandingkan pelaku usaha yang memiliki kendali penuh atas informasi produk, syarat, dan ketentuan transaksi. Ketidakseimbangan ini secara inheren berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen, mulai dari produk cacat, penipuan, hingga kebijakan purna jual yang merugikan. Oleh karena itu, kehadiran instrumen hukum yang kuat dan efektif menjadi mutlak diperlukan.

Pijakan hukum utama yang menggaransi hak -hak konsumen di indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK memiliki peran ganda yaitu menciptakan iklim usaha yang sehat berdasarkan prinsip keadilan dan mewujudkan perlindungan hukum terhadap hak-hak dasar konsumen. UUPK secara tegas mengatur tanggung jawab pelaku usaha dan menjamin hak-hak konsumen termasuk hak-hak kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa, serta hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi. Salah satu manifestasi spesifik dari hak ganti rugi ini adalah hak retur barang (pengembalian barang) dan *refund* (pengembalian dana) apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau cacat. Hak retur ini, meskipun tampak sederhana, merupakan garis pertahanan terakhir.

---

[1] Onang Bambungan,Hendrik Pondaag, Grace H.Tampongagoy "Perlindungn Hukum Terhadap Konsumen Atas Kenyamanan Keamanan dan Keselamatan Dalam Mengkomsumsi Barang Atau Jasa",hlm. 1

[2] Viola Annisa Ikhsan "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce Di Indonesia" *"Dharmasisya" Jurnal Program Magister Hukum FHUI:*Vol.2 (2022) hlm.675-676.

[3] Husnul Khatimah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online di Aplikasi Lazada dan Shopee" *Jurnal Ilmiah Ilmu. Hukum* Vol. 7 No. 2 (2025) hlm. 385 DOI: https://doi.org/10.28946/lexl.v4i3.1757

Konsumen dalam menghadapi produk yang tidak memenuhi standar kualitas atau deskripsi. Dalam konteks Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia, *refund* atau pengembalian dana kepada konsumen memiliki kaitan erat dengan hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi atau penggantian atas kerugian yang dialami akibat pembelian produk atau layanan yang cacat, tidak sesuai dengan deskripsi, atau tidak memenuhi harapan.[4]

Ada beberapa jenis pengembalian dana yang dilakukan oleh *shopee* yaitu Pengembalian dana untuk pesanan segera diproses sesuai metode pembayaran yang digunakan. Proses dan waktu pengembalian dana berbeda-beda untuk setiap metode pembayaran, adapun pengembalian dapat dilakukan melalu *ShopeePay, SPayLater*, Kartu Kredit, Aku Laku, Debit, dan Indomaret/Alfamart.[5] Dalam praktik perdagangan nasional, kasus yang menunjukkan kerugian konsumen atas hak retur dan *refund* sering menunjukkan bahwa konsumen mengalami kesulitan mendapatkan penggantian barang yang sesuai atau pengembalian dana secara utuh ketika produk yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Selain itu, pelaku usaha masih cenderung menggunakan klausula baku yang merugikan konsumen, seperti klausul yang secara sepihak menyatakan penolakan pengembalian barang atau uang, meskipun praktik ini dilarang tegas oleh Pasal 18 UUPK. Secara hukum, penyalahgunaan klausula baku ini tidak hanya menghilangkan hak retur konsumen, tetapi juga menegaskan posisi subordinat konsumen dalam hubungan hukum. Permasalahan ini menunjukkan bahwa ketersediaan norma hukum yang kuat belum tentu berkorelasi positif dengan penegakannya di tingkat praktik, sebagaimana terbukti dari berbagai kasus yang terjadi pada periode 2021-2023, meskipun Pasal 18 UUPK telah berlaku sejak 1999, konsumen masih mengalami kesulitan mendapatkan retur dan *refund* yang sesuai di *platform e-commerce* seperti *Shopee.*

Untuk mengakomudir terkait permasalahan ini undang-undang yang menjadi dasar bagi Perlindungan Konsumen di Indonesia, yaitu Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen.Undang-undang tersebut masih berlaku sampai saat ini. Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kewenangan atau sebagai satu sekumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya.[6] Dalam praktiknya, konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah. Faktor utama kelemahan konsumen adalah yaitu rendahnya tingkat kesadaran hukum. Kesadaran hukum, sebagai konsep sosiologis-hukum, diukur melalui empat dimensi utama: Pengetahuan Hukum (mengetahui adanya UUPK dan hak retur), Pemahaman Hukum (mengerti substansi dan prosedur hak retur), Sikap Hukum (setuju dan mendukung pelaksanaan UUPK), dan Pola Perilaku Hukum (berani menuntut atau melaporkan pelanggaran hak retur). Rendahnya kesadaran ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha dengan tidak mengindahkan kewajibannya. Kesadaran hukum sebagai variabel inti penelitian ini , merujuk pada sikap dan nilai yang dimiliki individu tentang hukum, yang idealnya diwujudkan dalam perilaku hukum yang patuh dan berani memperjuangkan haknya. Dalam kasus retur barang, rendahnya kesadaran hukum konsumen berarti minimnya pengetahuan, pemahaman, dan sikap kritis konsumen dalam menuntut hak retur yang dijamin UUPK,seperti hak atas kompensasi,ganti rugi atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai.[7]

Faktor utama yang menjadi kelemahan dari konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen oleh karena itu Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen oleh karena itu, menjadi suatu landasan hukum yang kuat bagi masyarakat agar dapat melakukan upaya pembinaan dan pendidikan

[4] Sri Wahyuni dan Muhammad Ikhwan Adabi, "Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Refund Tidak Terealisasi Pada Shopee di Kabupaten Aceh Barat" *Jurnal Jurist Argumentum* (Pemikiran Intelektual Hukum) Volume 2 No. 1, (2024) hlm 45 DOI: https://doi.org/10.35308/jjm.v2i1.9907

[5] Ibid., hlm. 46

[6] Ibid,hlm 2

[7] Ibid, hlm. 386

konsumen.[8] Pilar utama dalam memberikan kepastian dan perlindungan hukum kepada konsumen adalah melalui dasar hukum perlindungan konsumen melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.Undang-Undang Perlindungan konsumen tidak saja dimaksudkan untuk melindungi hak-hak konsumen dari tindakan sewenang-wenang para pelaku usaha, melainkan juga dimaksudkan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat serta mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan produk atau barang yang berkualitas[9].

Menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, tujuan perlindungan konsumen adalah untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup kepastian hukum dan unsur keterbukaan informasi dan akses informasi, tetapi bagaimana jika kegiatan komersial melanggar tujuan tersebut.[10]Dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 menjelaskan bahwa salah satu hak dari konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa. Secara teori kedudukan pengusaha dan konsumen adalah sama, namun dalam praktiknya konsumen sering kali dirugikan karena tidak mendapatkan informasi yang jujur tentang produk atau jasa yang diperjualbelikan. Hal ini karena para pengusaha ingin menguntungkan diri sendiri dengan cara tidak jujur dalam memberikan informasi tentang barang atau jasa. Padahal, tidak adil bagi konsumen untuk menuduh konsumen kurang peduli dan tidak berhak menuntut ganti rugi.

Selanjutnya terdapat kasus terkait permasalahan konsumen yang menerima barang tidak sesuai pesanan dan tidak lengkap dan hanya menerima dua produk saja. Konsumen dapat melaporkan ketidaksesuaian tersebut kepada Shopee atau penjual untuk mendapatkan ganti rugi dengan melakukan pengajuan pengembalian barang/dana. Konsumen tersebut telah mengajukan pengembalian dana dan berdiskusi dengan seller. Lalu timbullah kesepakatan yang dibentuk oleh konsumen dengan seller, bahwa seller akan mengirimkan kekurangan produk tersebut saat konsumen membeli produk lagi pada toko tersebut serta konsumen harus membatalkan pengajuan pengembalian dana. Namun pada kenyataannya kekurangan produk tetap tidak dikirimkan oleh seller. Hal ini membuat konsumen mengalami kerugian dan merasa telah ditipu. Konsumen dapat melaporkan penjual kepada Shopee atas pengalaman yang buruk ini dan meminta pertanggungjawaban kepada seller.[11]

Permasalahan kesenjangan hukum dan kesadaran konsumen dalam transaksi e-*commerce* tidak hanya terbatas pada skala nasional, namun juga sangat relevan di tingkat regional dan lokal, termasuk Kota Parepare. Perkembangan e-*commerce* di Parepare menunjukkan kebijakan retur yang sangat bervariasi dan tidak standar, bahkan cenderung merugikan konsumen. kondisi lapangan kota parepare menunjukkan indikasi kuat adanya kesenjangan antara norma dan praktik dalam *e-commerce* yaitu penggunaan klausula baku ilegal di platform digital yang mencantumkan "Barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan" meskipun bertentangan dengan Pasal 18 UUPK,[12] minimnya pemahaman konsumen tentang hak retur mereka dalam transaksi online karena kurangnya sosialisasi dari instansi terkait dan rendahnya pemanfaatan lembaga penyelesaian sengketa konsumen dalam kasus *e-commerce* yang menunjukkan

[8] Ibid hlm. 4

[9] Edy Purwito, Konsep Perlindungan Hukum Konsumen dan Tanggungjawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Produk Gula Pasir Kadaluarsa di Kota Surabaya *Jurnal Magister Ilmu Hukum* Vol. 13 No. 1, (2023) hlm. 113 DOI: https://doi.org/10.56943/dekrit.v13n1.152

[10] Rizkita Dinar Anggrain,, Sinarianda Kurnia Hartantien, "Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Melakukan Transaksi Online" *Jurnal* Hukum & Keadilan Vol.13 Issue 1 (2024) hlm. 106 DOI: https://doi.org/10.55499/judiciary.v13i1.240

[11] Josephine Grace Michelle, Salwa Farras Aurelia, Gilbert Valentino Dimas "Pertanggungjawaban Ganti Rugi Atas Barang Yang Tidak Sesuai Berdasarkan Asas Itikad Baik" *Jurnal Ilmu Hukum* Volume 6 Nomor 1(2022) Hlm.40 Doi: 10.24246/alethea.vol6.no1.p39-50

[12] Yanci Libria Fista, Aris Machmud, dan Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum*, Vol. 12, No. 1 (2023), hlm. 177-189, https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599.

ketidaktahuan konsumen dalam menggunakan jalur hukum.[13] Temuan ini memperkuat hipotesis bahwa kesadaran hukum konsumen Parepare terhadap hak retur dalam transaksi *e-commerce* berada pada level yang mengkhawatirkan.

Kondisi tersebut terlihat adanya kesenjangan antara norma Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan tingkat kesadaran hukum konsumen dalam memahami dan menuntut hak retur. Mengingat pentingnya hak retur bagi perlindungan konsumen, serta kondisi lapangan yang menunjukkan adanya praktik yang merugikan, terdapat gap penelitian. Sampai saat ini, belum ada studi spesifik yang secara mendalam dan empiris mengukur tingkat kesadaran hukum konsumen di Kota Parepare terhadap hak retur barang. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi, baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini akan mengukur tingkat kesadaran hukum (yang sebelumnya belum diteliti di Parepare) dan secara praktis, hasilnya akan menjadi masukan bagi Pemerintah Daerah Kota Parepare dan instansi terkait (Dinas Perdagangan dan BPSK) untuk meningkatkan sosialisasi UUPK.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan normatif-empiris. Pendekatan ini merupakan penggabungan antara unsur hukum normatif (studi pustaka) dengan penambahan data empiris yang ditemukan di lapangan. Secara normatif, penelitian ini menelaah teori, konsep, asas hukum, serta peraturan perundang-undangan yang relevan. Secara empiris, penelitian dilakukan dengan melihat implementasi ketentuan hukum dalam aksi nyata di tengah masyarakat atau sering disebut sebagai pendekatan sosiologis.[14] Penelitian ini dilaksanakan di Kota Parepare dengan melibatkan sampel sebanyak 30 orang responden. Objek dalam penelitian ini difokuskan pada masyarakat atau konsumen yang melakukan transaksi dengan prosedur pengembalian barang (*retur*). Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui empat teknik utama. Pertama, studi pustaka dilakukan untuk menghimpun data dari artikel ilmiah, buku, dan sumber kredibel lainnya. Kedua, observasi lapangan dilakukan untuk mengamati dan mencatat secara sistematis perilaku objek sasaran. Ketiga, wawancara dilaksanakan melalui proses tanya jawab lisan secara terstruktur dengan pihak responden. Keempat, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi visual dan tertulis seperti laporan, foto, dan arsip elektronik.

Sumber data diklasifikasikan ke dalam tiga jenis bahan hukum. Bahan hukum primer mencakup UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Bahan hukum sekunder berupa hasil wawancara dengan responden dan penelitian lapangan yang memberikan penjelasan atas bahan primer. Terakhir, bahan hukum tersier mencakup referensi pendukung seperti kamus hukum, KBBI, dan informasi dari internet. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan model deskriptif. Proses analisis melibatkan pengolahan kata-kata, narasi, dan dokumentasi gambar yang diperoleh dari lapangan guna memberikan gambaran menyeluruh mengenai permasalahan hukum yang diteliti.

[13] Deviana Yuanitasari dan Hazar Kusmayanti, "Eksistensi Bpsk (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) Dalam Pengawasan Pencantuman Klausula Baku Dalam Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia," *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, Vol. 7, No. 3 (2019), hlm. 425-435, https://doi.org/10.29303/ius.v7i3.676.

[14] Ummul Khairun Nisa and Asrul Hidayat, "Perlindungan Konsumen Terhadap Pengalihan Uang Sisa Kembalian Pada Transaksi Di Alfamart Dengan Barang," *Madani Legal Review* 8, no. 2 (2024): 129–45, https://doi.org/10.31850/malrev.v8i2.3486.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tingkat Kesadaran Hukum Konsumen di Kota Parepare Terhadap Hak Retur Barang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Tingkat kesadaran hukum konsumen di Kota Parepare terhadap hak retur barang diukur berdasarkan empat indikator utama, yaitu pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan perilaku hukum. Keempat indikator tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kondisi kesadaran hukum konsumen, baik dari aspek kognitif maupun perilaku. Untuk memperoleh data yang akurat, peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang merupakan pengguna aktif *e-commerce* di Kota Parepare. Hasil pengolahan data tersebut kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori tingkat kesadaran hukum sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Tingkat Kesadaran Hukum Konsumen terhadap Hak Retur Barang

No	Indikator	Tinggi	Rendah	Persentase Dominan
1	Pengetahuan	18	12	60%
2	Pemahaman	14	16	53,3%
3	Sikap	25	5	83,3%
4	Perilaku	12	18	60%

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa tingkat kesadaran hukum konsumen belum sepenuhnya optimal. Jika dianalisis menggunakan indikator kesadaran hukum menurut Soerjono Soekanto, maka dapat dijelaskan bahwa pada aspek pengetahuan hukum, sebanyak 60% responden berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen telah mengetahui adanya hak retur barang dalam transaksi *e-commerce*. Namun demikian, masih terdapat 40% responden yang berada pada kategori rendah, yang mengindikasikan bahwa penyebaran informasi hukum belum merata di masyarakat. Kondisi ini mencerminkan bahwa pengetahuan hukum masyarakat Parepare masih bersifat parsial dan belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara optimal.

Selanjutnya, pada aspek pemahaman hukum, data menunjukkan bahwa 53,3% responden berada pada kategori rendah. Hal ini mengindikasikan adanya ketimpangan antara pengetahuan dan pemahaman hukum. Konsumen pada umumnya telah mengetahui adanya hak retur, namun belum memahami secara mendalam mekanisme dan prosedur pelaksanaannya. Kondisi ini diperkuat oleh hasil wawancara yang menunjukkan bahwa sebagian konsumen tidak mengetahui cara mengajukan retur dan menganggap proses tersebut rumit. Dengan demikian,dapat disimpulkan bahwa pemahaman hukum masyarakat masih tergolong rendah, sehingga menghambat implementasi hak secara efektif.

Pada aspek sikap hukum, sebanyak 83,3% responden menunjukkan kategori tinggi. Hal ini berarti bahwa mayoritas masyarakat memiliki pandangan yang positif terhadap pentingnya perlindungan konsumen dan mendukung adanya hak retur barang. Secara normatif, kondisi ini menunjukkan bahwa nilai-nilai hukum telah diterima oleh masyarakat. Namun demikian, sikap positif ini belum sepenuhnya diikuti oleh tindakan nyata.

Hal ini terlihat pada aspek perilaku hukum, di mana sebanyak 60% responden berada pada kategori rendah. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen tidak melakukan tindakan hukum meskipun mengalami kerugian dalam transaksi *e-commerce.* Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara sikap hukum dan perilaku hukum. Konsumen mengetahui dan menyetujui adanya aturan, tetapi tidak mengimplementasikannya dalam tindakan nyata.

Dalam perspektif sosiologi hukum, kondisi ini berkaitan dengan legal culture (budaya hukum) masyarakat. Masyarakat di Kota Parepare cenderung memiliki budaya hukum yang masih pasif, di mana kerugian dalam transaksi *e-commerce* sering dianggap sebagai risiko biasa atau "nasib", bukan sebagai pelanggaran hukum yang harus diperjuangkan. Selain itu, faktor praktis seperti persepsi bahwa proses retur rumit, memakan waktu, serta ketidakpastian hasil juga mempengaruhi rendahnya perilaku hukum konsumen.

Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada ketiadaan aturan hukum, melainkan pada belum optimalnya internalisasi hukum dalam perilaku masyarakat. Artinya, hukum belum sepenuhnya berfungsi sebagai pedoman dalam bertindak bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce.*

Kuesioner tersebut disebarkan kepada 30 responden yang merupakan pengguna aktif *e-commerce* di Kota Parepare. Selain itu, untuk memperkuat data kuantitatif, peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa responden guna menggali lebih dalam pemahaman mereka terhadap prosedur retur. Hasil dari kuesioner kemudian dianalisis dan diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu memahami, cukup memahami, dan kurang memahami, berdasarkan tingkat ketepatan jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan.

Berdasarkan pengolahan data tersebut, peneliti memperoleh gambaran mengenai tingkat pemahaman konsumen terhadap prosedur retur sebagaimana disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2 Pemahaman Konsumen terhadap Prosedur Retur Barang

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Memahami	18	60 %
2	Kurang memahami	12	40 %
	Jumlah	30	100 %

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori memahami, yaitu sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum konsumen telah memiliki pemahaman dasar mengenai prosedur retur barang dalam transaksi *e-commerce*. Konsumen pada kategori ini umumnya telah mengetahui bahwa pengembalian barang dapat dilakukan melalui mekanisme tertentu, seperti pengajuan melalui aplikasi, penyertaan bukti, serta mengikuti tahapan yang telah ditentukan oleh platform.

Namun demikian, masih terdapat 40% responden yang berada pada kategori kurang memahami. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemahaman hukum konsumen belum merata di seluruh lapisan masyarakat. Artinya, meskipun mayoritas konsumen telah memahami prosedur retur, masih terdapat sebagian konsumen yang belum mengetahui secara jelas mekanisme pelaksanaannya, sehingga berpotensi tidak memanfaatkan haknya secara optimal.

Tingkat pemahaman konsumen yang didominasi oleh kategori memahami (60%) menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memiliki pengetahuan dasar mengenai prosedur retur barang dalam transaksi e-commerce. Konsumen pada kategori ini umumnya telah mengetahui bahwa pengembalian barang dapat dilakukan melalui mekanisme tertentu, seperti pengajuan melalui aplikasi, penyertaan bukti, serta mengikuti tahapan yang telah ditentukan oleh platform. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara umum implementasi hak retur telah mulai dipahami oleh masyarakat.

Namun demikian, pemahaman tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan untuk mengimplementasikannya secara konsisten dalam praktik. Hal ini terlihat dari masih adanya 40% konsumen yang belum memahami prosedur retur secara memadai. Ketimpangan ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas konsumen telah memahami, tingkat pemahaman tersebut belum merata dan belum mencapai tahap yang komprehensif.

Akibatnya, dalam praktiknya masih ditemukan perilaku hukum yang cenderung pasif, terutama pada kelompok konsumen yang kurang memahami prosedur retur. Konsumen yang tidak memahami mekanisme pengembalian barang cenderung tidak menggunakan haknya meskipun mengalami kerugian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa implementasi hak retur di masyarakat belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat hambatan pada aspek pemahaman teknis.

Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara yang menunjukkan bahwa konsumen tidak mengetahui bahwa mereka dapat mengajukan pengembalian dana atau barang. Salah satu responden menyatakan bahwa:

> "Saya kira kalau barang sudah dibeli di online itu tidak bisa dikembalikan, jadi waktu barang tidak sesuai saya hanya diam saja, pernah dapat barang tidak sesuai, tapi tidak saya retur karena tidak tahu caranya dan takut ribet".

Pernyataan ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesalahpahaman di kalangan konsumen mengenai hak-haknya dalam transaksi *e-commerce*. Persepsi-persepsi tersebut menunjukkan lemahnya pemahaman konsumen terhadap ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya terkait hak untuk memperoleh kompensasi atau penggantian apabila barang yang tidak diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam menganalisis tingkat kesadaran hukum konsumen terhadap hak retur barang, tidak cukup hanya melihat dari perspektif konsumen semata, melainkan perlu juga mempertimbangkan sudut pandang pelaku usaha dan pemerintah sebagai pihak yang memiliki peran penting dalam sistem perlindungan konsumen. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pelaksanaan hak retur dalam praktik transaksi *e-commerce* di Kota Parepare.

Dari perspektif pelaku usaha, hasil wawancara menunjukkan bahwa pada dasarnya sebagian besar pelaku usaha telah mengetahui adanya kewajiban untuk memberikan ganti rugi atau menerima pengembalian barang apabila terjadi ketidaksesuaian produk yang diterima oleh konsumen. Salah satu pelaku usaha menyatakan bahwa:

> "Pada prinsipnya kami memahami bahwa jika barang yang dikirim tidak sesuai pesanan atau mengalami kerusakan, maka pembeli berhak mengajukan pengembalian barang atau dana".

Selain itu, pelaku usaha juga mengungkapkan bahwa kebijakan retur memang sudah menjadi bagian dari aturan di platform *e-commerce*, sehingga penjual harus mengikuti ketentuan tersebut agar tidak merugikan pembeli. Pernyataan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha pada dasarnya telah memiliki pemahaman mengenai kewajiban hukum yang melekat pada kegiatan usahanya, baik berdasarkan ketentuan platform maupun berdasarkan hukum perlindungan konsumen.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun pelaku usaha telah memiliki kesadaran terhadap ketentuan hukum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun dalam praktiknya masih terdapat berbagai kendala yang mempengaruhi pelaksanaan kewajiban tersebut. Kendala tersebut antara lain berkaitan dengan faktor ekonomi, potensi penyalahgunaan oleh konsumen, serta kurangnya pengawasan terhadap implementasi kebijakan retur dalam transaksi *e-commerce.*

Selain itu, pelaku usaha juga menghadapi kendala dalam hal pembuktian, terutama dalam menentukan apakah kerusakan atau ketidaksesuaian barang disebabkan oleh kesalahan pelaku usaha atau kesalahan konsumen. Dalam transaksi *e-commerce,* dimana interaksi dilakukan secara tidak langsung, pembuktian menjadi lebih sulit karena tidak adanya pemeriksaan fisik secara langsung sebelum transaksi dilakukan. Hal ini sering menimbulkan perbedaan persepsi antara pelaku usaha dan konsumen mengenai kondisi barang.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya konflik kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen. Di satu sisi, konsumen menuntut perlindungan atas haknya untuk memperoleh barang yang sesuai dengan perjanjian, sementara di sisi lain, pelaku usaha berupaya melindungi kepentingan ekonominya agar tidak mengalami kerugian yang tidak wajar. Konflik ini apabila tidak diatur dan diawasi dengan baik dapat menimbulkan praktik-praktik yang merugikan salah satu pihak, khususnya konsumen yang berada pada posisi yang lebih lemah.

Lebih lanjut, dari sisi pelaku usaha juga ditemukan adanya kecenderungan penggunaan klausula baku yang membatasi atau bahkan menghilangkan hak retur konsumen. Klausula seperti "barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan" masih ditemukan dalam praktik perdagangan daring, meskipun secara tegas dilarang oleh Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.[15] Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat pelaku usaha yang belum sepenuhnya mematuhi ketentuan hukum yang berlaku, baik karena kurangnya pemahaman maupun karena adanya kepentingan ekonomi yang ingin dilindungi.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kesadaran Hukum Konsumen Terhadap Hak Retur Barang di Kota Parepare

Kesadaran hukum dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor tersebut meliputi tingkat pendidikan, pengetahuan hukum, akses informasi, budaya masyarakat, peran pemerintah, praktik pelaku usaha, serta pengalaman konsumen dalam melakukan transaksi. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh berikut disajikan data hasil penelitian:

Tabel 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Hukum Konsumen

No	Faktor	Jumlah Responden	Persentase
1	Tingkat Pendidikan	8	26,7%
2	Pengetahuan & Pemahaman Hukum	7	23,3%
3	Akses Informasi	5	16,7%
4	Budaya Masyarakat	3	10%
5	Praktik Pelaku Usaha	5	16,7%
6	Pengalaman Konsumen	2	6,7%
	Total	30	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi kesadaran hukum konsumen adalah tingkat pendidikan, diikuti oleh pengetahuan dan pemahaman hukum, serta akses terhadap informasi. Dominasi ketiga faktor tersebut menunjukkan bahwa aspek kognitif memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk kesadaran hukum masyarakat, khususnya dalam memahami dan menuntut hak retur barang dalam transaksi e-commerce.

a. Faktor tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan faktor utama dalam membentuk kesadaran hukum konsumen. Pendidikan berperan dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis serta pemahaman terhadap informasi hukum.[16] Konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih memahami hak-haknya serta lebih aktif dalam mencari informasi terkait perlindungan konsumen.

[15] Nizla Rohaya, "Pelarangan Penggunaan Klausula Bakuyang Mengandung Klausula Eksonerasidalam Perlindungan Konsumen", *Jurnal Hukum Replik,* Volume 6 No. 1, (2018), hlm. 31. https.jurnal.umt.ac.id/index.php/replik/article/download/1116/731

[16] Rika Wahyuni, "Hubungan Tingkat Pendidikan dan Pola Pikir Orang Tua Terhadap Pola Pengasuhan Anak", *Nabawi: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* Volume 1, Nomor 2, (2024) hlm.6. https://ejournal.stitsyambtg.ac.id/index.php/nabawi/article/view/11/11

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dengan latar belakang pendidikan tinggi lebih memahami hak retur dan prosedurnya dibandingkan responden dengan pendidikan rendah. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara, di mana salah satu responden menyatakan bahwa

"saya tahu kalau barang tidak sesuai bisa dikembalikan karena pernah membaca aturan di aplikasi dan mencari informasi di internet".

Sebaliknya, responden dengan pendidikan lebih rendah menyatakan bahwa:

"saya tidak tahu kalau ada aturan khusus soal retur, biasanya kalau barang tidak sesuai ya dibiarkan saja".

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden dengan latar belakang pendidikan tinggi lebih memahami hak retur dan prosedurnya dibandingkan responden dengan pendidikan rendah. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara, di mana salah satu responden menyatakan bahwa: "Saya tahu kalau barang tidak sesuai bisa dikembalikan karena pernah membaca aturan di aplikasi dan mencari informasi di internet."[17]

Analisis terhadap pernyataan ini menunjukkan bahwa pendidikan menciptakan inisiatif literasi. Konsumen yang terdidik memiliki kecenderungan untuk melakukan "self-education" atau edukasi mandiri dengan memanfaatkan kanal digital untuk memvalidasi kebenaran sebuah aturan. Hal ini menciptakan perisai intelektual yang mencegah mereka dari potensi eksploitasi oleh pelaku usaha. Secara sosiologis, pendidikan menumbuhkan rasa percaya diri (self-efficacy) bagi konsumen untuk berinteraksi secara setara dengan pelaku usaha, di mana mereka tidak lagi merasa canggung untuk menuntut haknya berdasarkan dasar hukum yang jelas.

Sebaliknya, responden dengan pendidikan lebih rendah menyatakan bahwa: "Saya tidak tahu kalau ada aturan khusus soal retur, biasanya kalau barang tidak sesuai ya dibiarkan saja."

Sikap membiarkan saja sebagaimana dinyatakan responden tersebut mencerminkan adanya *legal ignorance* atau ketidaktahuan hukum yang berakar pada rendahnya akses pendidikan. Individu dalam kelompok ini sering kali menganggap hukum sebagai sesuatu yang eksklusif dan rumit, sehingga mereka lebih memilih sikap pasif. Fenomena ini mempertegas bahwa pendidikan bukan sekadar transfer ilmu, melainkan instrumen pemberdayaan. Tanpa bekal pendidikan yang memadai, konsumen terjebak dalam posisi tawar yang lemah, di mana ketidaktahuan mereka dimanfaatkan oleh pelaku usaha melalui kebijakan sepihak yang merugikan.

Ketimpangan pendidikan ini pada akhirnya menciptakan jurang kesadaran yang lebar di masyarakat Parepare, di mana kelompok berpendidikan rendah menjadi pihak yang paling rentan dirugikan dalam ekosistem *e-commerce*. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa akses terhadap pendidikan hukum yang inklusif menjadi agenda mendesak agar perlindungan konsumen tidak hanya dinikmati oleh kelompok masyarakat tertentu.Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kesadaran hukum.

b. Faktor Pengetahuan dan Pemahaman Hukum

Pengetahuan hukum berkaitan dengan sejauh mana masyarakat mengetahui adanya aturan hukum, sedangkan pemahaman hukum berkaitan dengan kemampuan dalam memahami isi dan tujuan hukum tersebut.[18] Dalam praktiknya, banyak konsumen yang belum mengetahui adanya ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkait hak retur barang.

[17] Ibid

[18] Ellya Rosana, "Kepatuhan Hukum Sebagai Wujud Kesadaran Hukum Masyarakat", *Jurnal TAPIs* Vol.10 No.1, (2014), hlm. 4. https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/TAPIs/article/view/1600/1333

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian konsumen hanya mengetahui secara umum mengenai transaksi jual beli tanpa memahami hak hukum yang dimilikinya. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara, di mana responden menyatakan bahwa:

"saya sering belanja online, tapi tidak pernah tahu kalau ada undang-undang yang mengatur soal retur barang". Bahkan terdapat responden lain yang menyatakan bahwa: "saya kira retur itu hanya kebijakan toko, bukan hak dari pembeli".

Kurangnya pemahaman ini menyebabkan konsumen tidak memanfaatkan haknya ketika mengalami kerugian. Dua pernyataan tersebut menunjukkan bahwa banyak konsumen masih menyamakan retur dengan kebijakan dari toko atau penjual, bukan sebagai hak hukum yang melekat pada diri mereka. Padahal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Hak konsumen atas barang yang cacat atau tidak sesuai telah dijamin secara tegas, khususnya dalam Pasal 4 huruf c dan d serta Pasal 18 yang melarang adanya klausul baku seperti "barang yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan". Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara ketentuan hukum yang berlaku dengan pemahaman konsumen di lapangan.

Lebih lanjut, anggapan bahwa retur merupakan "bonus pelayanan" menandakan bahwa konsumen belum memahami bahwa retur adalah hak yang wajib dipenuhi oleh penjual dalam kondisi tertentu. Dalam hal barang yang diterima tidak sesuai deksripsi,rusak atau cacat,penjual sebenarnya memiliki kewajiban hukum untuk memberikan penggantian, perbaikan, atau pengembalian dana. Namun, karena persepsi yang keliru, konsumen cenderung tidak menuntut hak tersebut dan menerima kondisi yang merugikan.

Akibatnya, posisi konsumen menjadi lemah dalam transaksi, karena mereka tidak menyadari adanya perlindungan hukum yang dapat digunakan. Ketidaktahuan ini juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab dengan berlindung di balik kebijakan toko. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan pemahaman konsumen agar mereka menyadari bahwa retur bukan sekadar kebijakan penjual, melainkan hak hukum yang harus dipenuhi ketika terjadi ketidaksesuaian barang.

c. Faktor Akses terhadap Informasi

Akses informasi menjadi faktor penting dalam era digital. Meskipun internet telah berkembang pesat, tidak semua masyarakat mampu memanfaatkan informasi yang tersedia secara optimal. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen hanya menggunakan internet untuk berbelanja, tanpa mencari informasi terkait hak-hak konsumen. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara, di mana salah satu konsumen yaitu elia menyatakan bahwa:

"Selama ini, kebiasaan belanja saya cenderung sangat sederhana dan terbatas; saya biasanya hanya berfokus pada upaya menemukan barang yang diinginkan dengan harga semurah mungkin, tanpa pernah benar-benar meluangkan waktu untuk mencari tahu atau membekali diri dengan informasi mengenai hak-hak saya sebagai konsumen". Selain itu, responden lain juga mengungkapkan bahwa:

"Kendala utama dalam mengakses literasi hukum adalah bahasanya yang sangat rumit; penyampaian yang terlalu teknis sering kali menjadi penghalang bagi kita untuk benar-benar mengerti isi dan maksud dari aturan tersebut".

Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan informasi saja tidak cukup, tetapi juga diperlukan penyederhanaan agar mudah dipahami oleh masyarakat. ditemukan adanya fenomena di mana konsumen secara sadar membatasi akses informasinya sendiri karena adanya prioritas ekonomi yang lebih dominan. Subjek cenderung memusatkan seluruh perhatiannya pada informasi harga dan ketersediaan barang demi

mendapatkan keuntungan materiil sesaat (harga murah). Hal ini menyebabkan informasi mengenai hak-hak hukum, seperti hak retur, terabaikan dan dianggap sebagai informasi sekunder yang tidak mendesak untuk digali lebih dalam. Kedua, meskipun informasi mengenai hukum perlindungan konsumen tersedia secara publik, terdapat jurang pemisah yang lebar antara teks hukum dengan pemahaman masyarakat awam di lapangan. Penggunaan terminologi yang sangat teknis dan kaku menciptakan dinding pembatas yang membuat konsumen merasa terasing dari haknya sendiri. Akibatnya, muncul persepsi bahwa hukum adalah bidang yang eksklusif dan sulit dijangkau, sehingga konsumen enggan meluangkan waktu untuk mempelajarinya.

Secara naratif, dapat disimpulkan bahwa di Kota Parepare, akses terhadap informasi hukum mengalami penyumbatan pada tahap simplifikasi bahasa. Konsumen bukan tidak memiliki sarana untuk mencari tahu, melainkan mereka merasa bahwa informasi yang tersedia tidak komunikatif dan terlalu rumit untuk dipraktikkan dalam transaksi sehari-hari. Hal inilah yang pada akhirnya menekan tingkat kesadaran hukum mereka, sehingga hak-hak dasar seperti retur barang sering kali tidak diperjuangkan saat terjadi kerugian dalam transaksi.

d. Faktor Budaya dan Sikap Masyarakat

Budaya masyarakat juga mempengaruhi tingkat kesadaran hukum. Dalam praktiknya, masih terdapat anggapan bahwa kerugian kecil tidak perlu dipermasalahkan secara hukum. Berdasarkan data yang diperoleh, beberapa responden menyatakan bahwa mereka memilih untuk tidak mengajukan retur karena menghindari konflik dengan penjual. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara, di mana responden menyatakan bahwa:

> "kalau kerugiannya tidak terlalu besar, saya lebih memilih untuk ikhlas daripada harus ribut dengan penjual selain itu responden takut ribet dan lama prosesnya, jadi lebih baik dibiarkan saja".

Sikap ini menunjukkan adanya budaya hukum yang pasif yang menghambat penegakan hak konsumen. Hal ini menyebabkan masyarakat masih memiliki kecenderungan untuk mengabaikan penegakan hukum ketika kerugian yang dialami dianggap kecil. Hal ini mencerminkan bahwa budaya hukum yang berkembang di masyarakat belum sepenuhnya menempatkan hukum sebagai sarana utama dalam menyelesaikan permasalahan, khususnya dalam konteks perlindungan konsumen. Kerugian seperti barang tidak sesuai, cacat ringan, atau kesalahan pengiriman dipandang sebagai hal yang wajar dan tidak memerlukan penyelesaian secara formal. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesadaran hukum masyarakat masih berada pada tingkat rendah, karena hukum belum dipahami sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk melindungi kepentingan individu dalam setiap bentuk kerugian, sekecil apa pun.

Lebih lanjut, pernyataan responden memperlihatkan adanya kecenderungan untuk menghindari konflik dan memilih sikap pasif dalam menghadapi permasalahan dengan pelaku usaha. Konsumen lebih memilih untuk "ikhlas" dan tidak memperpanjang masalah karena menganggap proses komplain atau pengaduan sebagai sesuatu yang rumit, memakan waktu, dan berpotensi menimbulkan ketegangan. Sikap ini tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional seperti efisiensi waktu dan tenaga, tetapi juga oleh faktor emosional dan budaya, seperti keinginan menjaga hubungan baik dan menghindari pertentangan. Dengan demikian, terbentuk pola perilaku yang cenderung pasif, di mana konsumen tidak memanfaatkan haknya meskipun secara hukum memiliki dasar yang kuat.

Implikasi dari kondisi tersebut adalah melemahnya posisi konsumen dalam transaksi serta tidak optimalnya penegakan hukum perlindungan konsumen. Ketika konsumen tidak menggunakan haknya, pelaku usaha tidak terdorong untuk memperbaiki kualitas layanan atau mematuhi kewajiban hukum secara konsisten. Dalam konteks ini, ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi kurang

efektif dalam implementasinya, karena tidak didukung oleh partisipasi aktif dari konsumen sebagai subjek hukum. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa permasalahan tidak hanya terletak pada aspek regulasi, tetapi juga pada budaya hukum masyarakat yang masih cenderung pasif dan mengabaikan penegakan hak dalam kasus-kasus kerugian kecil.

e. Faktor Praktik Pelaku Usaha

Praktik pelaku usaha juga mempengaruhi kesadaran hukum konsumen. Dalam beberapa kasus, pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang menyatakan bahwa barang tidak dapat dikembalikan. Berdasarkan data yang diperoleh, pelaku usaha menyatakan bahwa kebijakan tersebut dilakukan untuk menghindari kerugian usaha. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan pelaku usaha yang menyatakan bahwa

"Kami mencantumkan aturan tidak bisa retur untuk menghindari kerugian, karena kadang ada pembeli yang menyalahgunakan".

Pelaku usaha didorong oleh motivasi utama untuk melindungi kepentingan bisnis. Pelaku usaha berupaya meminimalkan risiko kerugian, seperti biaya logistik, potensi barang rusak saat dikembalikan, serta kemungkinan adanya penyalahgunaan oleh konsumen. Namun, orientasi yang terlalu menekankan efisiensi dan keamanan usaha ini berimplikasi pada pengabaian aspek normatif dalam hubungan hukum dengan konsumen. Dalam perspektif hukum, praktik tersebut tidak sepenuhnya sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang menempatkan hak konsumen sebagai bagian yang harus dilindungi, khususnya ketika barang yang yang diterima tidak sesuai, cacat, atau tidak memenuhi standar yang dijanjikan.

Lebih lanjut, keberadaan klausula baku yang menyatakan bahwa barang tidak dapat dikembalikan mencerminkan adanya ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen. Klausula tersebut ditetapkan secara sepihak tanpa ruang negosiasi, sehingga konsumen hanya berada pada posisi menerima atau menolak transaksi. Dalam praktiknya, kondisi ini berpotensi melemahkan hak konsumen karena seluruh risiko transaksi dialihkan kepada pihak pembeli. Selain itu, penggunaan alasan "potensi penyalahgunaan oleh konsumen" sebagai dasar pembenaran menunjukkan adanya pendekatan defensif dari pelaku usaha, di mana pembatasan hak diberlakukan secara umum, bukan secara proporsional terhadap kasus-kasus tertentu. Padahal, dalam kerangka perlindungan konsumen, pembatasan hak secara menyeluruh tidak dapat dibenarkan hanya berdasarkan asumsi adanya risiko penyalahgunaan. Implikasi dari praktik tersebut tidak hanya berdampak pada hubungan kontraktual, tetapi juga terhadap pembentukan kesadaran hukum konsumen.

Klausula baku yang membatasi retur secara tidak langsung memperkuat anggapan bahwa retur hanyalah kebijakan internal toko, bukan hak hukum yang dijamin. Kondisi ini mendorong konsumen untuk bersikap pasif, enggan mengajukan keberatan, dan cenderung menerima kerugian tanpa upaya penegakan hak. Dalam jangka panjang,interaksi antara pelaku usaha yang bersifat protektif dan konsumen yang pasif membentuk budaya hukum yang lemah, di mana norma hukum tidak diimplementasikan secara efektif dalam praktik transaksi. Oleh karena itu, permasalahan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek regulasi, tetapi juga dengan pola perilaku dan struktur hubungan yang memerlukan pembenahan secara menyeluruh.

f. Faktor Pengalaman Konsumen

Pengalaman pribadi konsumen dalam bertransaksi juga berpengaruh terhadap kesadaran hukum. Konsumen yang pernah mengalami kerugian cenderung lebih berhati-hati dan lebih memahami hak-haknya. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara, di mana responden menyatakan bahwa:

"setelah pernah ditipu dan barang tidak sesuai, saya jadi lebih hati-hati dan tahu cara mengajukan komplain".

Dari kalimat responden tersebut menunjukkan bahwa pengalaman kerugian dalam transaksi menjadi faktor penting dalam membentuk kesadaran hukum konsumen. Pernyataan bahwa responden menjadi lebih hati-hati dan mengetahui cara mengajukan komplain setelah mengalami penipuan menegaskan bahwa pengalaman empiris berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang efektif. Dalam konteks ini, kerugian yang dialami tidak hanya berdampak secara ekonomi, tetapi juga mendorong konsumen untuk mengenali risiko serta mencari cara untuk melindungi diri dalam transaksi berikutnya. Dengan demikian, pengalaman negatif dapat dipahami sebagai proses pembentukan kesadaran hukum yang bersifat praktis, meskipun tidak selalu disertai pemahaman terhadap dasar hukum formal seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Lebih lanjut, pengalaman tersebut memicu perubahan sikap konsumen dari yang semula pasif menjadi lebih aktif dalam menghadapi potensi kerugian. Sebelum mengalami kerugian, konsumen cenderung tidak kritis dan mudah percaya terhadap penjual, serta enggan melakukan komplain. Namun setelah mengalami kerugian, konsumen mulai menunjukkan perilaku yang lebih berhati-hati, seperti memeriksa detail produk, menilai reputasi penjual, serta mengumpulkan bukti transaksi. Selain itu, keberanian untuk mengajukan komplain atau retur juga meningkat. Perubahan ini menunjukkan adanya pergeseran dari budaya hukum pasif menuju budaya hukum yang lebih aktif, meskipun sifatnya masih reaktif karena didorong oleh pengalaman buruk yang pernah dialami.

Namun demikian, peningkatan kesadaran tersebut masih terbatas pada aspek praktis dan belum sepenuhnya menyentuh pemahaman konseptual mengenai hak konsumen. Konsumen mungkin telah memahami prosedur komplain melalui mekanisme yang disediakan platform, tetapi belum tentu menyadari bahwa tindakan tersebut merupakan bagian dari hak hukum yang dijamin. Oleh karena itu, meskipun pengalaman memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku konsumen, diperlukan upaya edukasi yang lebih sistematis agar kesadaran hukum tidak hanya berhenti pada praktik, tetapi juga mencakup pemahaman yang lebih mendalam mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam sistem hukum yang berlaku.

Sebaliknya, responden yang belum pernah mengalami masalah menyatakan bahwa:

"selama ini belum pernah bermasalah, jadi tidak terlalu memperhatikan aturan atau hak-hak konsumen".

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kesadaran hukum konsumen terhadap hak retur barang di Kota Parepare dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Faktor-faktor tersebut meliputi faktor internal yang berasal dari dalam diri konsumen, seperti tingkat pendidikan, pengetahuan, dan pemahaman hukum, serta faktor eksternal yang berasal dari lingkungan sosial, seperti akses terhadap informasi, budaya masyarakat, peran pemerintah, praktik pelaku usaha, serta pengalaman konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce.*

Di antara berbagai faktor tersebut, faktor pendidikan, pengetahuan hukum, dan akses informasi merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk kesadaran hukum konsumen. Ketiga faktor ini memiliki keterkaitan erat karena pendidikan berperan dalam membentuk kemampuan berpikir dan pemahaman individu, yang kemudian mempengaruhi tingkat pengetahuan hukum serta kemampuan dalam mengakses dan mengolah informasi yang tersedia. Konsumen yang memiliki tingkat pendidikan dan pengetahuan hukum yang baik cenderung lebih memahami hak-haknya serta lebih aktif dalam memperjuangkan hak tersebut ketika mengalami kerugian dalam transaksi.

Sementara itu, faktor-faktor lain seperti budaya masyarakat, peran pemerintah, praktik pelaku usaha, dan pengalaman konsumen berperan sebagai faktor pendukung yang dapat memperkuat atau justru melemahkan kesadaran hukum yang telah terbentuk. Budaya masyarakat yang cenderung pasif dan menghindari konflik dapat menyebabkan konsumen enggan untuk menuntut haknya. Di sisi lain, kurangnya peran pemerintah dalam melakukan sosialisasi serta masih adanya praktik pelaku usaha yang tidak sesuai dengan ketentuan hukum turut memperburuk kondisi tersebut. Pengalaman konsumen juga memiliki pengaruh tersendiri, di mana konsumen yang pernah mengalami kerugian cenderung memiliki kesadaran hukum yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang belum pernah mengalami permasalahan dalam transaksi.

Rendahnya tingkat kesadaran hukum konsumen di Kota Parepare menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan dengan praktik yang terjadi di masyarakat. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan jaminan yang jelas terhadap hak-hak konsumen, termasuk hak untuk melakukan pengembalian barang, namun dalam praktiknya hak tersebut belum sepenuhnya dapat dinikmati oleh konsumen secara optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat terhadap hak-haknya serta belum optimalnya implementasi dan pengawasan terhadap pelaksanaan ketentuan hukum tersebut.

Oleh karena itu, diperlukan upaya yang terpadu dan berkelanjutan dari berbagai pihak untuk meningkatkan kesadaran hukum konsumen. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan edukasi hukum kepada masyarakat, penyebaran informasi yang lebih luas dan mudah dipahami, serta penguatan peran pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen dalam melakukan sosialisasi dan pengawasan. Dengan adanya upaya tersebut, diharapkan kesadaran hukum konsumen dapat meningkat sehingga konsumen tidak hanya mengetahui hak-haknya, tetapi juga mampu memperjuangkan hak tersebut secara aktif dalam menghadapi permasalahan yang timbul dalam transaksi *e-commerce*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kesadaran hukum konsumen terhadap hak retur barang pada transaksi *e-commerce* di Kota Parepare, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kesadaran hukum konsumen di Kota Parepare terhadap hak retur barang berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berada pada tahap memahami dan menghargai hukum, serta mulai mengarah pada tahap menerapkan hukum dalam kehidupan sehari-hari, namun belum sepenuhnya mencapai tahap tersebut. Hal ini dibuktikan oleh data penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen telah memiliki pengetahuan hukum yang cukup tinggi dan pemahaman mengenai hak retur barang yang cukup tinggi. Meskipun demikian, tingkat perilaku hukum masih tergolong rendah, di mana sebagian besar konsumen belum secara aktif menggunakan haknya ketika mengalami kerugian. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan sikap dengan tindakan nyata. Dengan demikian, kesadaran hukum konsumen dapat dikatakan sudah cukup baik secara pemahaman, namun belum sepenuhnya diterapkan dalam praktik sehari-hari. Oleh karena itu, efektivitas pelaksanaan hak retur dalam transaksi *e-commerce* di Kota Parepare masih menghadapi kendala, khususnya pada aspek penerapan hukum oleh konsumen.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran hukum konsumen terhadap hak retur barang di Kota Parepare mencakup aspek internal dan eksternal yang saling berhubungan. Faktor yang paling berpengaruh meliputi tingkat pendidikan, pengetahuan, serta pemahaman hukum, termasuk kemudahan dalam mengakses informasi. Konsumen

yang memiliki pendidikan lebih tinggi umumnya lebih memahami hak-haknya dan cenderung lebih aktif dalam memperjuangkannya. Sebaliknya, keterbatasan pemahaman hukum dan kurangnya akses terhadap informasi yang jelas dan sederhana menjadi kendala utama bagi sebagian konsumen. Selain itu, terdapat faktor lain yang turut memengaruhi, seperti budaya hukum masyarakat yang cenderung pasif, praktik pelaku usaha yang masih menerapkan klausula baku yang merugikan konsumen, serta pengalaman konsumen dalam melakukan transaksi. Keseluruhan faktor tersebut menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran hukum konsumen tidak hanya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi sosial serta praktik usaha yang belum sepenuhnya mendukung perlindungan konsumen. Oleh karena itu, tingkat kesadaran hukum konsumen di Kota Parepare masih tergolong belum optimal dan perlu ditingkatkan melalui berbagai upaya, seperti edukasi hukum yang lebih efektif, penyediaan informasi yang mudah dipahami, serta penguatan peran pemerintah dan pelaku usaha dalam mewujudkan praktik perdagangan yang adil dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

REFERENSI

Deviana Yuanitasari dan Hazar Kusmayanti, "Eksistensi Bpsk (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) Dalam Pengawasan Pencantuman Klausula Baku Dalam Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia," *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, Vol. 7, No. 3 (2019), hlm. 425-435, https://doi.org/10.29303/ius.v7i3.676.

Edy Purwito, Konsep Perlindungan Hukum Konsumen dan Tanggungjawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Produk Gula Pasir Kadaluarsa di Kota Surabaya *Jurnal Magister Ilmu Hukum* Vol. 13 No. 1, (2023) hlm. 113 DOI: https://doi.org/10.56943/dekrit.v13n1.152

Ellya Rosana, "Kepatuhan Hukum Sebagai Wujud Kesadaran Hukum Masyarakat", *Jurnal TAPIs* Vol.10 No.1, (2014), hlm. 4. https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/TAPIs/article/view/1600/1333

Husnul Khatimah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online di Aplikasi Lazada dan Shopee" *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* Vol. 7 No. 2 (2025) hlm. 385 DOI: https://doi.org/10.28946/lexl.v4i3.1757

Josephine Grace Michelle, Salwa Farras Aurelia, Gilbert Valentino Dimas "Pertanggungjawaban Ganti Rugi Atas Barang Yang Tidak Sesuai Berdasarkan Asas Itikad Baik" *Jurnal Ilmu Hukum* Volume 6 Nomor 1(2022) Hlm.40 Doi: 10.24246/alethea.vol6.no1.p39-50

Nisa, Ummul Khairun, and Asrul Hidayat. "Perlindungan Konsumen Terhadap Pengalihan Uang Sisa Kembalian Pada Transaksi Di Alfamart Dengan Barang." *Madani Legal Review* 8, no. 2 (2024): 129–45. https://doi.org/10.31850/malrev.v8i2.3486.

Nizla Rohaya, "Pelarangan Penggunaan Klausula Bakuyang Mengandung Klausula Eksonerasidalam Perlindungan Konsumen", *Jurnal Hukum Replik,* Volume 6 No. 1, (2018), hlm. 31. https.jurnal.umt.ac.id/index.php/replik/article/download/1116/731

Onang Bambungan,Hendrik Pondaag, Grace H.Tampongagoy "Perlindungn Hukum Terhadap Konsumen Atas Kenyamanan Keamanan dan Keselamatan Dalam Mengkomsumsi Barang Atau Jasa",hlm. 1

Rika Wahyuni, "Hubungan Tingkat Pendidikan dan Pola Pikir Orang Tua Terhadap Pola Pengasuhan Anak", *Nabawi: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam* Volume 1, Nomor 2, (2024) hlm.6. https://ejournal.stitsyambtg.ac.id/index.php/nabawi/article/view/11/11

Rizkita Dinar Anggrain,, Sinarianda Kurnia Hartantien, "Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Melakukan Transaksi Online" *Jurnal* Hukum & Keadilan Vol.13 Issue 1 (2024) hlm. 106 DOI: https://doi.org/10.55499/judiciary.v13i1.240

Sri Wahyuni dan Muhammad Ikhwan Adabi, "Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Refund Tidak Terealisasi Pada Shopee di Kabupaten Aceh Barat" *Jurnal Jurist Argumentum* (Pemikiran Intelektual Hukum) Volume 2 No. 1, (2024) hlm 45 DOI: https://doi.org/10.35308/jjm.v2i1.9907

Viola Annisa Ikhsan "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce Di Indonesia" *"Dharmasisya" Jurnal Program Magister Hukum FHUI:*Vol.2 (2022) hlm.675-676.

Yanci Libria Fista, Aris Machmud, dan Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum*, Vol. 12, No. 1 (2023), hlm. 177-189, https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599.