

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PADA  
TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI TIKTOK  
MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**Disusun Oleh :**

**INTAN SYARAFINA SYUPIAN**  
**NIM : 204102020061**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS SYARIAH  
2024**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PADA  
TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI TIKTOK  
MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

**Disusun Oleh :**

**INTAN SYARAFINA SYUPIAN**

**NIM : 204102020061**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**Disetujui Pembimbing**



**Ahmad Khoiri, M.H.I.**  
**NIP. 199105272023211028**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PADA  
TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI TIKTOK MENURUT  
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Fakultas Syariah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

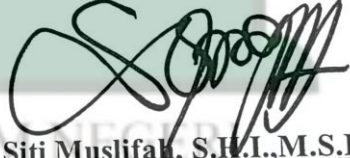
Hari : Selasa  
Tanggal : 31 Desember 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

  
Moh. Syifaul Hisan, S.E.I., M.S.I.  
NIP. 199008172023211041

  
Siti Muslifah, S.H.I., M.S.I.  
NIP.198809212023212028

Anggota:

1. Dr. Ishaq, M.Ag

2. Ahmad Hoiri, M.H.I

Menyetujui  
Dekan Fakultas Syariah

  
  
Dewi Hefni, M.A  
NIP. 198711072018011004

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ  
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil 'alamin.* Segala puji bagi Allah dengan rasa syukur atas terselesaikannya skripsi ini dengan penuh ketulusan hati dalam semangat perjuangan dengan keringat serta air mata demi mendapatkan gelar yang saya impikan sejak lama. Tidak ada lembar yang paling berarti dan paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan, karena itu skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Pintu surgaku dan sosok yang penulis jadikan panutan yaitu Ibu Muawanah tercinta. Terimakasih atas setiap semangat, ridho, perhatian, kasih sayang, dan doa yang selalu terselip disetiap sholatnya demi keberhasilan penulis dalam mengenyam pendidikan sampai menjadi Sarjana. Terimakasih ibu, atas berkat dan ridhomu ternyata anak pertama perempuan yang selama ini bahunya harus setegar karang di lautan dan menjadi harapan terbesar, saat ini telah mampu mendapat gelar Sarjana Hukum.
2. Cinta pertama dan sosok yang sangat menginspirasi penulis yaitu Bapak Muh. Supian Hadi tercinta. Terimakasih Bapak, gadis kecilmu kini sudah tumbuh besar dan siap melanjutkan mimpi yang lebih tinggi lagi.
3. Adekku Silvi Azizah Shofian yang juga sedang menempuh pendidikan strata satu di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, semoga selalu dilimpahkan keberkahan, kelancaran langkahmu dalam menimba ilmu dan juga segera dapat menyelesaikan dengan cepat dan tepat pendidikan

strata satunya. Terimakasih sudah menjadi saudara kandung yang saling menyayangi, membantu dan berbagi hal apapun.

4. Keluarga besar yang senantiasa memberika dukungan baik secara moril maupun materiil. Terimakasih karena sudah menjadi keluarga yang penuh perhatian, kehangatan, dan kasih sayang.
5. Sahabat tersayang Hani'atus Shofa dan Vina Musarofah, dan temn-teman lainnya yang namanya tidak bisa penulis tulis satu persatu. Terimakasih atas setiap waktu yang diluangkan, memberikan dukungan, motivasi, semangat, doa, arahan, saran, pendengar yang baik, serta menjadi rekan yang menemani penulis dari awal sampai menyelesaikan skripsi. Terimakasih karena sudah berpetualang hebat bersama selama masa perkuliahan, banyak hal yang tidak bisa terulang dan nantinya akan kita rindukan bersama dimasa depan, *see you on the next top bestie.*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘alamin. Segala puji syukur atas kehadiran Allah sebab rahmat dan karunia-Nya. Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat kelulusan program sarjana strata satu dengan proses perencanaan dan pelaksanaan yang berjalan dengan lancar.

Kelancaran ini dapat diperoleh karena dukungan beberapa pihak. Maka dari itu, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag, M.M., CPEM selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Wildan Hefni, MA selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak Freddy Hidayat S.H.,M.H. selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember.
4. Bapak Moh Ali Syaifudin Zuhri, S.E.I.,M.M. selaku dosen pembimbing akademik.
5. Bapak Ahmad Hoiri, M.H.I. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktunya dalam membimbing serta membantu terkait kelancaran proses penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen khususnya Fakultas Syariah yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan ilmunya dengan ikhlas kepada penulis.

7. Bapak dan Ibu guru di TK Permata Iman, SDN 2 Loloan Timur, SMP Nurul Abror Al-Robbaniyyin, MAN 3 Jemberana yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu kepada penulis.





## ABSTRAK

**Intan Syarafina Syupian, 2024:** *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui TikTok Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*

**Kata Kunci:** Perlindungan Hukum, E-Commerce, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Perkembangan teknologi digital secara pesat dapat membantu bagi pengguna sosial media dalam berbagai bidang. Sosial media menjadi wadah berkomunikasi baik dengan keluarga ataupun teman. Tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, tetapi bisa juga sebagai sarana perdagangan secara online.

Fokus penelitian ini; 1. Bagaimana mekanisme perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce. 2. Bagaimana efektivitas undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang transaksi elektronik dan perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce. 3. Bagaimana perlindungan yang diberikan platform tiktok dalam melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce.

Dan dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian hukum yuridis normatif. Kemudian teknik pengumpulan bahan hukum menggunakan teknik dokumentasi sedangkan analisis bahan hukum menggunakan reduksi data, penyajian data (display), konklusi (kesimpulan).

Hasil penelitian ini: 1. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce merupakan hal yang sangat penting untuk berkembangnya ekonomi masyarakat, transaksi e-commerce pada dasarnya sama dengan jual beli secara konvensional. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce diwujudkan untuk menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen yang berupa perlindungan terhadap hak-hak yang dimiliki konsumen. 2. Efektivitas hukum dalam perundang-undangan diharapkan dapat mewujudkan perlindungan konsumen diberbagai dimensi yang satu sama lain memiliki keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha, pemerintah, dimana pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen dan tidak mengakibatkan pelaku usaha berada diposisi yang lemah, pentingnya perlindungan konsumen dan pengusaha terhadap iklim ekonomi yang kondusif. 3. Perlindungan konsumen melalui platform tiktok sangat penting di era teknologi yang semakin canggih saat ini, karena jual beli mengikuti kemajuan zaman dengan berbelanja online. Pada skala jual beli online, masalah yang hadir relatif lebih banyak. Sehingga perlindungan yang diberikan hadir untuk menjaga keselarasan antara konsumen dan penjual sebagai norma yang harus dijalani untuk mendapatkan kenyamanan dalam berbelanja, maka perlindungan tersebut hadir dalam fase preventif dan represif.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori .....	19
1. Teori Perlindungan Hukum.....	19
2. Teori Perlindungan konsumen .....	20
3. Perjanjian Pada Umumnya.....	22
4. Perjanjian Jual Beli .....	22
5. Perjanjian Jual Beli Elektronik.....	25

6. E-Commerce Perspektif Fiqh Muamalah.....	28
7. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
B. Sumber Data .....	35
C. Teknik Pengumpulan Data.....	36
D. Analisis Data .....	37
E. Keabsahan Data.....	38
F. Tahap-Tahap Penelitian.....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A. Mekanisme Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce.....	41
B. Penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Transaksi Elektronik Dan Perlindungan Konsumen Dalam Konteks E-Commerce .....	51
C. Perlindungan Yang Diberikan Platform Tiktok Dalam Melindungi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce.....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan .....	88
B. Saran-saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dalam islam Segala bentuk kegiatan telah diatur untuk umat-Nya. Jual beli merupakan salah satu kegiatan yang di lakukan di dalam islam, bahkan jaul beli telah ada sejak zaman Rasulullah SAW, jadi jual beli bukanlah hal baru dikalangan umat muslim. Didalam Al- Qur'an jual beli telah diterangkan dalam surah Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (QS. Al-Baqarah 2:275)<sup>1</sup>

Dari ayat diatas telah dijelaskan bahwa jual beli adalah sebuah kegiatan yang dibolehkan atau diridhoi oleh Allah. Namun dengan cacatan harus dilakukan dengan ketentuan syariah, yakni jujur, transparan, dan adil. Selain itu juga harus bersih dari unsur maysir, gharar, haram, dan riba.

Era digital yang serba menggunakan internet ini memudahkan setiap orang untuk melakukan transaksi jual beli secara online, beragam produk dapat ditawarkan melalui internet baik berupa barang ataupun jasa, barang yang menjadi tujuan jual beli harus berupa benda tertentu yang dapat ditentukan wujud, jenis, jumlah, ataupun harganya dan benda tersebut memang benda yang boleh diperdagangkan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Al- Quran Surah Al- Baqarah Ayat 275, *Al- Quran Tajwid Warna Terjemah & Transliterasi Al- Karim*, 47.

<sup>2</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, Cetakan ke-5, 2017), 318.

Perkembangan teknologi digital secara pesat ini dapat membantu bagi pengguna sosial media dalam berbagai bidang. Sosial media menjadi wadah berkomunikasi baik dengan keluarga ataupun teman. Tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, tetapi bisa juga sebagai sarana perdagangan secara online.<sup>3</sup> Padahal jauh sebelum adanya media sosial transaksi perdagangan hanya bisa dilakukan secara bertemu langsung dengan bertatap muka yang dimana konsumen harus mendatangi tempat pelaku usaha yang menjual dagangannya. Akan tetapi, kini sudah berubah bisa dilakukan secara online melalui internet.

Adanya kemaujuan ini membuat para pelaku usaha memanfaatkan sosial media sebagai perdagangan secara digital atau *e-commerce*. Ini memberikan manfaat bagi pelaku usaha untuk menggunakannya dalam memasarkan atau mempromosikan produknya beserta informasi produk agar masyarakat mengetahui dan tertarik dengan produk tersebut. Hal ini membuat para pelaku usaha bisnis tertarik menggunakan media sosial dan menerapkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah penjualan yang mereka tawarkan.<sup>4</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menuju konvergensi, mempermudah manusia berperan sebagai pencipta, pengembang, dan pengguna teknologi. Internet, sebagai contoh, berkembang pesat dan

---

<sup>3</sup> Arifah, Fatimah Nur. "Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online", (*Jurnal Transformasi* 11, no. 2, Tahun 2015), 144.

<sup>4</sup> Dewi, "Sosial Media Sebagai Sarana Jual Beli Online", Radix Prima (2019), 1.

digunakan luas untuk berbagai aktivitas, seperti browsing, pencarian data dan berita, email, dan *e-commerce* (perdagangan online).<sup>5</sup>

*E-commerce* merupakan transaksi perdagangan berbasis teknologi informasi, dan telah merevolusi konsep pasar tradisional. Kini, telemarketing dan perdagangan jarak jauh via internet mendominasi, mengubah cara konsumen mengakses produk yang diinginkan.<sup>6</sup>

Media sosial dengan pengguna terbanyak saat ini bahkan menjadi trending untuk melakukan bisnis online yaitu TikTok. Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna terbanyaknya. TikTok pada mulanya adalah sebuah aplikasi yang hanya memuat sebuah konten video lalu berkembang dengan tambahan fitur berbelanja online dengan nama TikTok Shop. Dengan adanya TikTok Shop ini membuat banyak pembisnis menjadikan TikTok sebagai sarana untuk melakukan jual beli secara online, karena TikTok mempunyai pangsa pasar yang luas dan menjadi aplikasi yang lagi trending dikalangan masyarakat. Aplikasi ini memfasilitasi seseorang dalam memberikan informasi mengenai produk yang dijualnya dengan tujuan agar konsumen terangsang untuk melihat produk tersebut melalui unggahan video dengan lagu sebagai latar suaranya yang telah disediakan dalam aplikasi.<sup>7</sup>

Sehingga saat ini Tokopedia telah menjalin kemitraan strategis dengan TikTok Shop untuk meluaskan jangkauan pasar mereka di Indonesia. Dalam

---

<sup>5</sup> Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2004), 1.

<sup>6</sup> Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika, Bandung, 2005,144.

<sup>7</sup> Nufus, Hayatun, and Trisni Handayani, "Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store)", *Jurnal EMT KITA* 6. No.1 (2022), 22.

kemitraan ini, TikTok Shop menginvestasikan lebih dari US\$1,5 miliar untuk mendukung operasional bisnis Tokopedia. Berdasarkan Paparan Publik Insidental edisi Februari 2024 dari GOTO, Tokopedia saat ini mempunyai sekitar 18 juta pengguna aktif bulanan. Namun TikTok Shop di Indonesia mencapai 125 juta jumlah pengguna aktif bulanan didalam negeri. GOTO juga mengungkapkan pengguna Tokopedia dan TikTok Shop memiliki karakter berbeda, sehingga integrasinya bisa saling melengkapi dan memperluas basis konsumen mereka.<sup>8</sup>

Maka dengan adanya transaksi *e-commerce* ini perlindungan hukum sangat di perlukan agar memastikan kepastian hukum dapat melindungi masyarakat sebagaimana fungsi hukum yang semestinya. Dalam pasal 1 ayat 1 UU No. 8 Tahun 1999 mengartikan perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>9</sup>

Pasal 1 ayat 3 UUD Negara Republik Indonesia, perlindungan hukum terhadap konsumen juga bagian dari perwujudan konsep negara hukum. Dengan membuat peraturan yang melindungi konsumen agar menjamin terpenuhinya tuntutan akan hak konsumen sebagaimana diatur dalam UUKP, dapat digunakan sebagai pedoman dalam mengatur mengenai transaksi online, hal ini dikarenakan UUKP mempunyai tujuan untuk mewujudkan bentuk perlindungan konsumen dimana memiliki elemen kepastian hukum dan

---

<sup>8</sup> Di akses terakhir tanggal 01 Juli 2024  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/19/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya>

<sup>9</sup> Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

transparansi akan informasi serbat akses untuk meraih sebuah informasi apabila terjadi suatu masalah yang dialami konsumen agar sebuah penyimpangan tidak terjadi dan terbentuk keseimbangan dari hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen. Akan tetapi didalam pengalamannya masih belum dikatakan efektif dalam memberikan perlindungan terhadap korban mengenai transaksi online, karena terdapat perbedaaan substansi seperti pada pasal 19 KUHPerdara yang merupakan dari peraturan yang mencakup hukum perdata.<sup>10</sup>

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999) yang disahkan pada 20 April 1999, menempatkan perlindungan konsumen sebagai prioritas. UU ini bukan hanya memperkuat posisi tawar konsumen untuk menegakkan hak-haknya (upaya preventif), tetapi juga menciptakan iklim persaingan usaha yang adil. Tujuannya bukan untuk merugikan pelaku usaha, melainkan untuk mendorong iklim usaha yang sehat dan perusahaan yang tangguh melalui penyediaan barang/jasa berkualitas.<sup>11</sup>

Contoh pelanggaran kasus di tiktok shop yang penulis temukan di youtube diantaranya yang pertama, konsumen membeli produk di tiktok shop tidak sesuai dengan apa yang telah dibeli, konsumen tersebut membeli produk body lotion dengan ukuran full size sejumlah 5 pcs dengan harga sekitas 50.000 namun pesanan yang sampai bukan ukuran full size, melainkan ukuran

---

<sup>10</sup> Gusti Ayu Sandrina, I Made Dedy Priyanto, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidakesesuaian Kualitas Barang Yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja Tiktok Shop," *Jurnal Kertha Semaya*, Vol.11 No.3, Tahun 2023, 489.

<sup>11</sup> Lathifah Hanim, "Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Sebagai Akibat Globalisasi Ekonomi", *Jurnal Pembaharuan Hukum* Vol 1, 2 (Mei-Agustus 2014),195.



mini 30 ml. di keterangan produk tersebut tertulis bahwa produk tersebut berukuran full size dengan harga promo, tetapi pesanan yang datang tidak sesuai dengan keterangan produk yang tercantum.<sup>12</sup>

Konsumen membeli produk jam tangan original dengan harga 500.000, namun, pesanan yang datang tidak sesuai. Dideskripsi penjual tersebut menyebutkan bahwa jam tangan tersebut adalah jam tangan original, tetapi yang sampai merupakan jam tangan yang tidak original (kw).<sup>13</sup> Konsumen membeli produk tidak sesuai dengan deskripsi. Konsumen membeli paket usaha baju dengan harga 700.000 yang berisikan 35 baju, namun pesanan yang sampai hanya 3 baju, tidak sesuai dengan apa yang telah ditulis pada keterangan produk tersebut.<sup>14</sup>

Berdasarkan kasus diatas, salah satu tujuan perlindungan konsumen yaitu meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Meskipun sudah ada regulasi yang mengatur hak dan kepentingan konsumen namun belum menjamin terlaksananya kebijakan tersebut akibat salah satu pihak melepas tanggung jawab. Kenyataan yang terjadi sangat sulit menghindari serta menyelesaikan permasalahan mengenai transaksi online.

Alasan penelitian ini menggunakan tiktok shop karena popularitas dan jangkauan luas TikTok sebagai platform media sosial sudah memiliki basis

<sup>12</sup>	Diakses	tanggal	15	Januari	2025,
	<a href="https://youtu.be/356dgBVAe9U?si=aZXaC95uWiK8lhSr">https://youtu.be/356dgBVAe9U?si=aZXaC95uWiK8lhSr</a>				
<sup>13</sup>	Diakses	tanggal	15	Januari	2025,
	<a href="https://youtu.be/HHvuCd8rssU?si=7JtPRAY48LOaoQeJ">https://youtu.be/HHvuCd8rssU?si=7JtPRAY48LOaoQeJ</a>				
<sup>14</sup>	Diakses	tanggal	15	Januari	2025,
	<a href="https://youtu.be/u3ec4cbeQ3o?si=W7kEJpbN4bLWfZFR">https://youtu.be/u3ec4cbeQ3o?si=W7kEJpbN4bLWfZFR</a>				

pengguna yang sangat besar di Indonesia, mencapai 125 juta pengguna aktif bulanan. Hal ini memudahkan penjual untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan bagi konsumen untuk menemukan produk yang beragam serta kemudahan Transaksi Penggunaan sistem e-commerce di TikTok membuat proses transaksi menjadi sangat mudah, di mana konsumen bisa langsung membeli produk dengan beberapa klik saja melalui aplikasi yang sama yang mereka gunakan untuk menonton konten.<sup>15</sup>

Penelitian ini mengkaji celah dalam perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* melalui TikTok, khususnya berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Berdasarkan dari konteks penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk menjadikannya ke dalam sebuah penelitian dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui TikTok Menurut UU Nomor 8 Tahun 1999”**

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang diatas dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *E-Commerce*?
2. Bagaimana penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang transaksi elektronik dan perlindungan konsumen dalam konteks *E-Commerce*?
3. Bagaimana perlindungan yang diberikan platform TikTok dalam melindungi konsumen dalam transaksi *E-Commerce*?

---

<sup>15</sup> Gusti Ayu Sandrina, I Made Dedy Priyanto, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang Yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja Tiktok Shop,” *Jurnal Kertha Semaya*, Vol.11 No.3, Tahun 2023, 134.

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dalam konteks penelitian di atas, maka perlu dikembangkan fokus penelitian agar pembahasan suatu topik penelitian dapat lebih jelas.<sup>16</sup> Berikut beberapa topik penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui mekanisme perlindungan hukum terhadap konsumen pada transaksi *E-Commerce*.
2. Untuk mengetahui penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang transaksi elektronik dan perlindungan hukum dalam konteks *E-Commerce*.
3. Untuk mengetahui perlindungan yang diberikan platform TikTok dalam melindungi konsumen dalam transaksi *E-Commerce*.

### D. Manfaat Penelitian

Adanya suatu penelitian tentunya diharapkan mampu memberikan manfaat untuk kedepannya, Adapun manfaat dari penulisan Penelitian ini adalah:

#### 1. Manfaat Secara Teoritis

Manfaat teori dari Penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan ilmu, koleksi, dan pengetahuan, serta meningkatkan kualitas pengetahuan ilmiah terutama dalam perlindungan hukum terhadap konsumen pada transaksi *E-commerce* melalui tiktok menurut UU Nomor 8 Tahun 1999.

---

<sup>16</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember* 2021, (Jember, UIN KHAS Jember, 2021).

## 2. Manfaat Secara Praktis

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan untuk meningkatkan kompetensi peneliti serta pengetahuan yang bersifat ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan nilai akademisnya.

### b. Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini dimaksudkan untuk dapat memenuhi sumber literasi membaca yang tersedia di perpustakaan, memberikan pengetahuan dan bahan pikir kepada pembaca khususnya mahasiswa atau mahasiswi fakultas syariah dan menjadi bahan perbandingan dan penelitian selanjutnya.

### c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk memperluas pengetahuan tentang hukum, khususnya tentang memahami perlindungan hukum terhadap konsumen pada transaksi *E-Commerce* melalui Tiktok.

## E. Definisi Istilah

### 1. Perlindungan hukum

Perlindungan hukum adalah salah satu jaminan kepentingan orang yang dilindungi oleh hukum maupun jaminan hak pengguna dalam transaksi e-commerce. Pengertian lainnya adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum baik yang bersifat preventif ataupun represif, baik lisan ataupun tertulis. Dengan kata lain perlindungan hukum

dapat dikatakan sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yang mempunyai konsep bahwa hukum memberikan suatu keadilan, dan keharmonisan dalam bermasyarakat dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum yang dibutuhkan suatu tempat maupun wadah dalam pelaksanaannya yang biasa dikenal sebagai sarana perlindungan hukum.<sup>17</sup>

## 2. Konsumen

Menurut KBBI Konsumen merupakan pengguna barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), penerima pesan iklan, pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya).<sup>18</sup> UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 2 mendefinisikan konsumen sebagai setiap pengguna barang atau jasa di masyarakat, baik untuk diri sendiri, orang lain, atau makhluk hidup lain, yang tidak diperdagangkan. Sebagian besar konsumen adalah pengguna akhir, sementara pembeli untuk dijual kembali dikategorikan sebagai distributor atau pengecer. Istilah "konsumen" (dari bahasa Inggris "consumer") merujuk pada siapa pun yang menggunakan atau mengonsumsi produk (barang/jasa).<sup>19</sup>

## 3. E-commerce

*E-Commerce* atau biasa di kenal sebagai perdagangan elektronik merupakan gaya modern dalam bisnis yang dimana pelaku usaha tidak perlu bertatap muka langsung, dan tidak menggunakan tanda tangan asli.

<sup>17</sup> Seldya Vindi Mayce, Risma Riski Ramadani, Riska Nuvia Cahyani, Teralia Anataya, Pengaturan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui *E-Commerce*, *Jurnal Hukum dan Keadilan*, Vol.2 No.1 (Maret 2023), 2.

<sup>18</sup> KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) <https://kbbi.web.id/konsumen.html>

<sup>19</sup> Riris Nisantika, Ni Luh Putu Egi Santika Maharani, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", *Jurnal Locus Delicti*, Volume 2 Nomor 1 (April 2021), 52.

Transaksi hanya menggunakan media elektronik (internet), dan bisa dilakukan dimana pun dan kapanpun itu. Menurut Laudon dan Laudon, *E-Commerce* merupakan transaksi business to business yang terjadi karena perantara jaringan internet. *Marketplace* merupakan platform yang berbasis internet<sup>20</sup> yang menawarkan detail terkait produk, harga serta penyelesaian transaksi elektronik, sehingga konsumen dengan pelaku usaha bisa bertransaksi jual beli dan bisnis yang lebih luas dan fleksibel melalui media tersebut.<sup>21</sup>

#### 4. Tiktok

TikTok merupakan sebuah aplikasi fenomenal yang banyak dikenal oleh masyarakat. TikTok sendiri merupakan sebuah aplikasi sosial media yang membagikan video pendek yang beragam dan kreatif. China merupakan negara pengembang aplikasi ini. yang awal mulanya bukan bernama TikTok melainkan aplikasi Douyin, namun seiring berjalannya waktu aplikasi ini mulai dipublikasikan pada tahun 2016, dan mulai booming tahun 2019. Pada tahun 2019 itu juga TikTok mulai diperkenalkan kepada dunia internasional. Dan sudah tercatat 500 juta pengguna aktif yang menggunakan TikTok pada tahun itu juga.<sup>22</sup>

#### F. Sistematika Pembahasan

---

<sup>20</sup> Robert Marco dan Bernadheta Tyas Puspa Ningrum, "Analisis Sistem Informasi *E-marketplace* pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Brajan", *Jurnal Ilmiah DASI*, Volume 18 Nomor 2 (Juni, 2017), 49.

<sup>21</sup> Dikha Anugrah, "Strategi Pembaharuan Hukum Transaksi Jual Beli Online dengan Metode Pembayaran *Cash On Delivery*", *Jurnal Penelitian Universitas Kuningan*, Volume 13 Nomor 1 (2022), 85-86.

<sup>22</sup> Anissa Widiyastuti, *Praktek Jual Beli Di TikTok Shop Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Dan Fatwa DSN-MUI*, (Tesis UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023), 87.

Sistematika pembahasan merupakan sketsa singkat rangkaian penulisan skripsi yang disusun secara berurutan dari bab per bab.

Dengan harapan para pembaca bisa lebih mudah dan cepat dalam memahami skripsi ini. Berikut ini sistematika pembahasannya yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab kesatu ini memuat uraian deskripsi tentang keseluruhan pembahasan untuk dituangkan pada bab-bab selanjutnya. Yang terdiri dari latar belakang masalah, beberapa fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, beberapa definisi istilah yang dicantumkan untuk menghindari kesalahpahaman pembaca, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab kedua ini menjelaskan tentang penelitian-penelitian terdahulu sebagai upaya untuk menemukan perbandingan dan membantu membuktikan terhadap keaslian dari penelitian. Selain itu juga berisi kajian teori yang akan digunakan untuk menganalisis masalah yang akan diteliti yaitu tentang “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi *E-Commerce* Melalui TikTok Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga adalah teknik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan cara yang telah ditentukan agar mendapatkan kebenaran ilmiah, sehingga penelitian dapat dipertanggung jawabkan. Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, sumber data yakni bahan hukum primer, bahan hukum

sekunder, dan bahan hukum tersier. Teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab keempat berisi tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, serta membahas tentang temuan selama proses penelitian. Fungsi dari bab ini adalah sebagai bahan kajian untuk memaparkan data yang diperoleh guna menemukan kesimpulan.

#### **BAB V PENUTUP**

Selanjutnya bab kelima adalah akhir dari penulisan skripsi yang memuat Kesimpulan dan saran. Kesimpulan diambil dari keseluruhan pembahasan yang berkaitan dengan fokus dan tujuan penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan usaha bagi peneliti untuk mendapatkan komparasi dan selanjutnya agar mendapatkan pemikiran baru untuk penelitian selanjutnya, selain itu kajian terdahulu dapat membantu memposisikan penelitian serta menunjukkan keaslian dari penelitian. Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, selanjutnya membuat ringkasan, baik penelitian yang telah terpublikasikan maupun yang belum. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji:

1. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Yusuf Dwi Nugroho (2022), berjudul **“Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Yang Rusak Di E-Commerce Ditinjau Dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”**.<sup>23</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Perlindungan hukum yang didapat konsumen jika mendapatkan produk yang rusak ataupun cacat produksi. (2) Tanggungjawab dan sanksi yang diberikan kepada pelaku usaha yang menjual/mengirim produk-produk yang rusak kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif.

---

<sup>23</sup> Muhammad Yusuf Dwi Nugroho, Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Rusak Di E-Commerce Ditinjau Dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Skripsi Universitas Semarang,2022).

Dari penelitian ini bisa disimpulkan bahwa masyarakat sebagai konsumen mendapat perlindungan hukum dalam bertransaksi di E-Commerce. Namun harus memenuhi syarat-syarat agar barang rusak yang diterima dapat dikembalikan (*return*). Yaitu harus mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan *E-Commerce* tersebut, karena setiap *E-Commerce* pasti memiliki kebijakannya masing-masing. Agar konsumen, produsen, distributor, dan perusahaan *E-Commerce* tidak ada yang dirugikan. Hal ini untuk menghindari kecerobohan yang dilakukan baik dari pihak konsumen, produsen, ataupun distributor, maka perusahaan *E-Commerce* tidak bertanggung jawab atas kecerobohan tersebut.

2. Skripsi yang ditulis oleh Annisa Dira Qisthy Ramadhanty (2023), berjudul **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui TikTok Shop”**.<sup>24</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Memahami dan menganalisa perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui tiktok shop. (2) Memahami dan menganalisa upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli online melalui tiktok shop. Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli online belum sesuai dengan yang diharapkan sebagaimana yang tertera di dalam UUKP. Konsumen belum menerima kompensasi atau ganti rugi atas kelalaian penjual dalam

---

<sup>24</sup> Annisa Dira Qisthy Ramadhanty, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui TikTok Shop (Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023)

mengirimkan barang/produk yang tidak sesuai dengan yang telah dipesan oleh konsumen. Upaya hukum di Indonesia yang bisa ditempuh jika konsumen mendapat kerugian dalam transaksi online yaitu melalui jalur pengadilan maupun di luar pengadilan sesuai kesepakatan para pihak. Dalam transaksi online tersebut barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai pesanan yang di pesan, pelaku usaha tidak memberikan bentuk pertanggungjawaban apapun.

3. Skripsi yang ditulis oleh Eko Budi Cahyono (2023), berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery”**.<sup>25</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce dalam perspektif peraturan perundang-undangan di Indonesia. (2) Untuk mendeskripsikan seperti apa alur penyelesaian mekanisme dari perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce yang melakukan cara pembayaran COD. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif empiris.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa dalam praktek transaksi *e-commerce* melalui pembayaran COD pada aplikasi shopee ini masih banyak terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen terutama mengenai informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta didengar pendapat dan keluhannya atas barang/atau jasa yang

---

<sup>25</sup> Eko Budi Cahyono, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery* (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023)

digunakan, sehingga memudahkan untuk melakukan penyelesaian terhadap kasus yang dialami. Peraturan perundang-undangan dan aplikasi shopee itu sendiri telah mengatur tata cara bertransaksi dengan metode pembayaran COD dengan baik dan benar untuk melindungi kepentingan para pihak yang melakukan transaksi tersebut, akan tetapi karena masih kurangnya informasi yang didapat oleh para pihak sehingga menyebabkan timbulnya suatu masalah.

4. Jurnal yang ditulis oleh Regina Lumentut, Wulanmas A P G Frederik, Revy S. M. Korah (2023), berjudul\* **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi TikTok Shop”**.<sup>26</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui memahami perlindungan hukum yang diperoleh konsumen atas pengiriman barang tidak sesuai pesanan melalui aplikasi TikTok Shop dan pertanggungjawaban serta pengenaan sanksi hukum dari pihak aplikasi tiktok shop atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat pengiriman barang tidak sesuai pesanan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan pengiriman barang tidak sesuai pesanan dalam transaksi jual beli online telah melanggar hak konsumen dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yakni hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang diperjanjikan. Akibat dari pelanggaran hak tersebut

---

<sup>26</sup> Regina Lumentut, Wulanmas A P G Frederik, Revy S. M. Korah, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi TikTok Shop (*Jurnal Lex Administratum* Vol.XI/No.3/Mei/2023).

menimbulkan hak untuk menuntut ganti rugi ataupun kompensasi kepada pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan hukum kepada konsumen. Bentuk pertanggung jawaban terhadap perbuatan pengiriman barang tidak sesuai pesanan mengakibatkan kerugian konsumen ialah pemberian ganti rugi ataupun kompensasi kepada konsumen, berupa pengembalian barang (*retur*) dan/atau pengembalian dana (*refund*). Apabila pihak pelaku usaha yang diwajibkan untuk memberikan ganti rugi menolak untuk memberikan, maka dikenakan sanksi perdata, sanksi pidana ataupun sanksi administrative berdasarkan peraturan yang berlaku.

5. Skripsi yang ditulis oleh Mohammad Dullah (2019), berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”**.<sup>27</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan legalitas transaksi *e-commerce*, mendeskripsikan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* dan mendeskripsikan penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Pustaka dan jenis penelitian hukum normatif.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pertama, legalitas transaksi elektronik berdasarkan UU ITE Pasal 18 menjelaskan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Sedangkan sahnya kontrak elektronik didasari oleh

---

<sup>27</sup> Mohammad Dullah, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik” (Skripsi IAIN Jember, 2019)

peraturan pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik Pasal 47 Ayat (2). Kedua, Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce dibagi menjadi dua yakni (1) perlindungan hukum preventif terhadap konsumen menurut UU ITE Pasal 9 maka pelaku usaha yang menawarkan produk (barang/jasa) melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. (2) Perlindungan hukum represif terhadap konsumen terdapat pada UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU ITE Pasal 45. Ketiga, Beberapa jalur penyelesaian sengketa transaksi e-commerce tertuang dalam UU ITE Pasal 18 Ayat (2) para pihak termasuk konsumen memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga alternatif penyelesaian sengketa lainnya yang berwenang untuk menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi elektronik internasional yang dibuatnya.

**Tabel**  
**Perbedaan dan Persamaan**

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Muhammad Yusuf Dwi Nugroho	Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Yang Rusak Di <i>E-Commerce</i> Ditinjau Dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	a. Terletak pada Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	a. Terletak pada fokus Penelitian terhadap produk yang rusak di <i>e-commerce</i> .

2	Annisa Dira Qisthy Ramadhanty	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui TikTok Shop	a. Terletak pada objek pembahasan.	a. Peneliti ini mengkaji tentang upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi online.
3	Eko Budi Cahyono	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi <i>E-Commerce</i> Melalui Pembayaran <i>Cash On Delivery</i>	a. Terletak pada objek pembahasan sama-sama membahas perlindungan hukum terhadap konsumen pada transaksi e-commerce.	a. Terletak pada fokus penelitian, terfokus pada pembayaran <i>Cash On Delivery</i> (COD). b. Peneliti ini menggunakan pendekatan Normatif empiris.
4	Regina Lumentut, Wulanmas A P G Frederik, Revy S. M. Korah	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi TikTok Shop.	a Terletak pada objek pembahasan sama-sama membahas perlindungan hukum terhadap konsumen.	a. penelitian ini mengkaji tentang pengiriman barang yang tidak sesuai pesanan dalam belanja online.
5	Mohammad Dullal	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	a. Terletak pada objek pembahasan sama-sama tentang perlindungan hukum	a. Terletak Pada fokus penelitian tentang legalitas transaksi e-commerce

		Perspektif UU Nomor 11 Tahun 2008.	terhadap konsumen.	perspektif UU ITE.
--	--	------------------------------------	--------------------	--------------------

## B. Kajian Teori

### 1. Teori Perlindungan Hukum

KBBI mendefinisikan perlindungan sebagai perbuatan yang melindungi. Kemudian, hukum merupakan suatu peraturan ataupun sebuah adat yang mengikat secara resmi, yang ditegaskan oleh pemerintah.<sup>28</sup> Dari sebab itu fungsi dari perlindungan hukum adalah untuk membela kepentingan masyarakat. Dapat dikatakan pula sebagai martabat dan penghormatan terhadap hak asasi manusia subjek hukum atas dasar hukum positif.<sup>29</sup>

Perlindungan hukum menurut Satjipto Raharjo, adalah sebuah usaha untuk menata berbagai kepentingan dalam masyarakat supaya tidak terjadi perbedaan pendapat mengenai sebuah kepentingan. Selain itu, agar masyarakat bisa memperoleh semua hak yang diberikan hukum dan memberikan perlindungan terhadap hak asasi manusia yang dilanggar oleh

<sup>28</sup> KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)

<sup>29</sup> Kornelius Benuf, "Urgensi Kebijakan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen *Fintech Peer To Peer Lending* Akibat Penyebaran Covid-19", *Jurnal Rechts Vinding*, Vol.9, No.2, (Agustus, 2020), 212.



orang lain, sehingga dapat melaksanakan semua hak hukum.<sup>30</sup> Philipus M. Hadjon menjelaskan dua jenis perlindungan hukum, ialah:<sup>31</sup>

- a. Dalam prinsip perlindungan hukum proaktif, subjek hukum berhak menyampaikan keberatan atau masukan sebelum pemerintah mengambil keputusan final. Hal ini bertujuan mencegah eskalasi konflik dan mendorong pemerintah untuk bertindak hati-hati dalam menggunakan kewenangannya. Meskipun penting untuk pemerintahan yang fleksibel, perlindungan hukum preventif ini belum diatur secara eksplisit dalam undang-undang Indonesia.
- b. Perlindungan hukum yang represif, meskipun bertujuan menyelesaikan konflik, terkadang justru membatasi hak-hak. Di Indonesia, hal ini terlihat dalam sistem peradilan umum dan tata usaha negara. Gagasan HAM, yang pertama kali muncul di Barat, menjadi landasan utama perlindungan terhadap tindakan pemerintah, sekaligus bertujuan untuk mempertanggungjawabkan tindakan pemerintah dan masyarakat. Prinsip negara hukum juga berperan penting dalam hal ini, karena tujuan negara hukum sejalan dengan pengakuan dan perlindungan HAM.

## 2. Teori Perlindungan Konsumen

Seiring meningkatnya peran investasi asing dalam pembangunan ekonomi Indonesia yang terintegrasi dengan ekonomi global, perlindungan

---

<sup>30</sup> Tedi Sudrajat dan Endra Wijaya, *Perlindungan Hukum Terhadap Tindakan Pemerintahan*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), 96.

<sup>31</sup> Sayyid Muhammad Zein Alydrus, Suhadi, Ratna Lutfitasari, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen PT. PLN (Persero) Balikpapan Terkait Adanya Pemadaman Listrik", *Jurnal Lex Suprema*, Vol.2, No.1, (2020), 365-366.

konsumen menjadi semakin krusial. Persaingan global berpotensi merugikan konsumen melalui produk-produk yang tidak memenuhi standar atau bahkan membahayakan keselamatan.<sup>32</sup>

Menurut Az. Nasution, hukum perlindungan konsumen merupakan bagian integral dari hukum konsumen umum karena keduanya sama-sama melindungi kepentingan konsumen. Hukum konsumen umum didefinisikan sebagai prinsip-prinsip umum yang mengatur interaksi antara konsumen dan produsen terkait produk dan jasa. Az. Nasution juga mengakui adanya berbagai bidang hukum (perdata, bisnis, pidana, tata usaha negara, dan internasional) yang mengatur aspek-aspek terkait perlindungan konsumen, baik secara tertulis maupun tidak tertulis.<sup>33</sup>

Yang dimaksud “perlindungan konsumen” adalah perlindungan hukum yang melindungi pelanggan dari tindakan yang merugikan mereka dalam memenuhi kebutuhannya secara pribadi.<sup>34</sup> Sedangkan “konsumen” itu sendiri mencakup individu atau korporasi yang membeli dan mengonsumsi produk atau jasa, meliputi perlindungan atas produk/jasa itu sendiri dan dampak penggunaannya, sejak proses perolehan.<sup>35</sup> Ada dua kategori perlindungan, yaitu:

---

<sup>32</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), 21.

<sup>33</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 13.

<sup>34</sup> Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, Hardika Fajar Ardianto, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online”. *Jurnal Serambi Hukum*, Vol.08, No. 02, (Agustus, 2014- Januari, 2015), 94.

<sup>35</sup> Abdul Atsar, Rani Apriani, *00000*, (Sleman: Deepublish, 2019), 32.

- a. Pertahanan terhadap kemungkinan barang yang diberikan kepada pelanggan tidak sesuai dengan ketentuan kontrak.
- b. Pertahanan terhadap pengenaan kondisi yang tidak dapat dibenarkan bagi konsumen.

### 3. Perjanjian Pada Umumnya

Menurut R. Wirjono Prodjodikoro, perjanjian merupakan tindakan hukum terkait harta kekayaan antara dua pihak, di mana satu pihak berjanji (atau dianggap berjanji) melakukan atau tidak melakukan sesuatu, dan pihak lain berhak menuntut pemenuhan janji tersebut.<sup>36</sup>

Sri Soedewi MS mendefinisikan perjanjian sebagai perbuatan hukum dimana seseorang atau lebih mengingatkan dirinya terhadap seseorang lain atau lebih”.<sup>37</sup> Perjanjian merupakan persetujuan yang diakui hukum dan menjadi dasar transaksi bisnis, seperti jual beli.

### 4. Perjanjian Jual Beli

Hadis Nabi Riwayat Al-Baihaqi dan Ibnu Majah Nomor 9919 dalam Shahih Ibnu Hibban.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ:  
إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ، (رواه البيهقي والو ماجه و صححه ابن حبان)

Dari Abu Sa'id Al- Khudri Bahwa Rasulullah SAW bersabda, “sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka” (HR. Al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).

<sup>36</sup> Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Perjanjian Asas-Asas*, Mazdar Madju, Bandung, 2000, 4.

<sup>37</sup> Lukman Santoso AZ, *Aspek Hukum Perjanjian*, ctk pertama, Penebar Media Pustaka, Yogyakarta, 2019, 48.

Dari penjelasan hadis di atas sudah diterangkan bahwa jual beli itu harus dilakukan suka sama suka yang di mana artinya seorang pembeli dan penjual telah menyetujui suatu barang yang akan diperjual belikan dengan kata lain ridho atas apa yang diperjual belikan.

Menurut Pasal 1457 KUHPerdata jual beli merupakan perjanjian yang ditandai melalui pertukaran hak barang milik penjual kepada pembeli dengan imbalan pembayaran harga yang sesuai.<sup>38</sup> Jual beli merupakan perjanjian antara penjual dan pembeli, jika pembayaran bukan berupa uang, melainkan barang lain, maka transaksi tersebut bukan jual beli, melainkan tukar-menukar.<sup>39</sup> Hadis Sunah Abu Dawud Nomor 2997 Kitab Jual Beli:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا اللَّيْثُ عَنْ ابْنِ عَجَلَانَ عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُتَبَايعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَفْتَرِقَا إِلَّا أَنْ تَكُونَ صَفْقَةً خِيَارًا وَلَا يَجِزُ لَهُ أَنْ يُفَارِقَ صَاحِبَهُ خَشْيَةً أَنْ يَسْتَقْبِلَهُ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Qutaibah bin Sa’id telah menceritakan kepada kami Al- Laits dari Ibnu ‘Ajlan bin ‘Amr bin Syu’aib dari ayahnya dari Abdullah bin ‘Amr bin Al- ‘Ash bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Dua orang yang saling berjual beli memiliki hak memilih selama mereka belum berpisah kecuali jual beli tersebut adalah jual beli dengan syarat adanya hak memilih dan tidak halal baginya untuk meninggalkan sahabatnya karena khawatir membatalkan jual beli.” (Hadis Sunan Abu Dawud Nomor 2997 Kitab Jual Beli)

Konsekuensi hukum jual beli adalah alih kepemilikan barang dari penjual ke pembeli, dengan imbalan harga yang setara. Dari definisi ini

<sup>38</sup> Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>39</sup> Ahmadi Miru dan Sakapati, *Hukum Perjanjian Penjelasan Makna Pasal-Pasal Perjanjian Bernama Dalam KUHPerdata*, Sinar Grafika, Ctk. Pertama, Jakarta, 2020, 5.

bisa disimpulkan unsur-unsur yang terdapat dalam jual beli, yaitu:<sup>40</sup> adanya para pihak, penjual dan pembeli, adanya barang yang ditransaksikan, adanya harga, adanya pembayaran berupa uang.

Syarat-syarat sahnya suatu perjanjian jual beli menurut Pasal 1320 KUHPerduta, ialah:

a. Kesepakatan pihak yang mengikatkan diri

Suatu perjanjian dinyatakan sah apabila didasarkan pada kesepakatan bebas dari para pihak yang terlibat. Kesepakatan tersebut harus didasari atas kemauan sendiri, tanpa paksaan atau tekanan.<sup>41</sup>

b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Pasal 1329 KUHPerduta memiliki pengertian bahwa pada dasarnya setiap orang merupakan cakap untuk membuat perikatan kecuali orang-orang tertentu seperti dalam Pasal 1330 KUHPerduta yang berbunyi “Tidak cakap untuk membuat perjanjian” adalah:<sup>42</sup> 1).

Anak yang belum dewasa 2). Mereka yang ditaruh di bawah pengampunan 3). Orang-orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang, membuat persetujuan tertentu.

c. Suatu hal tertentu

<sup>40</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, PT Alumni, Bandung, 2010, 243.

<sup>41</sup> Diakses terakhir 02 Juni 2024, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/4-syarat-sah-perjanjian-dan-akibatnya-jika-takdipenuhi-c14141/>

<sup>42</sup> Pasal 1330 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Pasal 1234 KUHPerdato menjelaskan bahwa syarat sahnya perjanjian adalah adanya objek perjanjian yang jelas. Objek tersebut dapat berupa prestasi, seperti memberikan sesuatu, melakukan sesuatu, atau tidak melakukan sesuatu.<sup>43</sup>

d. Suatu sebab yang tidak dilarang (halal)

Perjanjian yang tidak memiliki sebab atau kuasa yang sah, atau didasarkan pada kuasa palsu atau terlarang, dinyatakan tidak sah. Sebaliknya, perjanjian dengan kuasa sah yang tidak melanggar hukum, kesusilaan, atau ketertiban umum (Pasal 1335-1337 KUHPerdato) adalah sah.<sup>44</sup>

perjanjian jual beli mensyaratkan obyek berupa barang tertentu yang jumlah dan wujudnya sudah jelas saat kepemilikannya berpindah tangan kepada pembeli. Dua unsur pokoknya adalah barang dan harga.

Sesuai asas konsensual dalam hukum perjanjian perdata, kesepakatan mengenai barang dan harga sudah cukup menciptakan perjanjian jual beli yang sah.

### 5. Perjanjian Jual Beli Elektronik (E-Commerce)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli merupakan perjajian antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar barang sesuai harga yang dijual.<sup>45</sup>

<sup>43</sup> Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

<sup>44</sup> Pasal 1335 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

<sup>45</sup> Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV (Cet. 1; Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), 589.

*E-commerce* adalah kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen, produsen, penyedia layanan, dan perantara, memanfaatkan internet sebagai media transaksi. Internet telah mendorong kemajuan teknologi yang mendukung seluruh aspek kegiatan komersial.<sup>46</sup> Jual beli online adalah transaksi perdagangan via internet, baik skala nasional, regional, maupun internasional, yang efisien dan mempermudah interaksi antara pembeli dan penjual.

Transaksi jual beli di dunia maya menjadi salah satu produk internet yang menggunakan jaringan komputer dan saling berhubungan satu dengan lainnya. Dalam satu jaringan tersebut terdapat satu rangkaian terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik. Berdasarkan pengertian diatas, ada tiga unsur penting dalam *e-commerce*, yaitu:<sup>47</sup> a). terjadinya transaksi antara dua pihak atau lebih, b). transaksi tersebut dilakukan melalui media elektronik, c). bertujuan untuk memperdagangkan barang atau jasa.

*E-commerce* adalah kumpulan teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik (perdagangan barang, jasa, atau informasi) via media elektronik; singkatnya, *e-commerce* adalah perdagangan internet atau transaksi elektronik.<sup>48</sup> *E-commerce* menyederhanakan jual beli dan

---

<sup>46</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, (Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis *E-Commerce* di Indonesia), Nusa Media, Bandung, 2017, 3.

<sup>47</sup> Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikat Halal*, UIN Maliki Pres, Malang, 2011, 126.

<sup>48</sup> Onno W Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenai E-Commerce*, Alex Media Computendo, Jakarta, 2000, 13.

menawarkan keuntungan karena tidak memerlukan toko fisik besar seperti bisnis offline. Internet memungkinkan pemasaran produk/jasa kapan pun dan di mana pun, serta promosi yang lebih hemat biaya dan jangkauan lebih luas.<sup>49</sup>

Dalam meningkatkan suatu penjualan, maka penjual membutuhkan tingkat marketing yang tinggi. Menurut Kotler dan Keller, marketing itu berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Atau dengan bahasa yang lebih singkat, marketing adalah “*meeting needs profitably*” atau memenuhi kebutuhan secara menguntungkan.<sup>50</sup> Secara umum, marketing memiliki tujuan yaitu memperkenalkan produk atau jasa kepada calon konsumen.<sup>51</sup>

Kedudukan *E-Commerce* dalam hukum Indonesia terletak pada bidang hukum perdata sebagai subsistem dari hukum perjanjian, maka *e-commerce* mempunyai asas-asas yang sama dengan hukum perjanjian pada umumnya, seperti:<sup>52</sup> asas kebebasan berkontrak, asas konsensual, asas iktikad baik, asas keseimbangan, asas kepatutan, asas kebiasaan, asas ganti rugi, asas keadaan memaksa, asas kepastian hukum, dll

Pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian:<sup>53</sup>

1) Sepakat mereka untuk mengikatkan dirinya,

<sup>49</sup> Rose Rahmidani, “Penggunaan *E-Commerce* Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan”, *Jurnal FH UNP*, 2015, 348.

<sup>50</sup> Moh. Syifa’ul Hisan, “Pengantar Manajemen Ziswaf di Indonesia” (Ctk. Pertama; Jember: Al- Bidayah, 2023), 92.

<sup>51</sup> Moh. Syifa’ul Hisan, “Pengantar Menejemen Ziswaf di Indonesia”, 93.

<sup>52</sup> Mariam Darus Badruzaman et al, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001), 282.

<sup>53</sup> Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.



- 2) Cakap untuk membuat suatu perikatan,
- 3) Suatu hal tertentu,
- 4) Suatu sebab yang halal.

## 6. *E-Commerce* Perspektif Fiqh Muamalah

*E-Commerce* merupakan transaksi modern yang belum ada pada masa awal Islam, aturannya tidak terdapat secara eksplisit dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Oleh karena itu, kajian hukum Islam (fikih) tentang e-commerce memerlukan ijtihad. Mengingat pentingnya e-commerce dalam kehidupan ekonomi saat ini, diperlukan panduan hukum Islam yang menjamin keamanan syariat bagi umat Muslim yang bertransaksi secara online.<sup>54</sup>

Dalam konsep Islam, semua hal berbentuk interaksi sesama manusia (muamalah) pada dasarnya diperbolehkan, sejauh ini tidak ada dalil yang menentukan keharamannya, sebagaimana tertuang dalam kaidah hukum:

الأَصْلُ فِي الشُّرُوطِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْحِلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِدَلِيلٍ

Artinya: “Hukum asal dalam bidang muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya”.<sup>55</sup>

Kaidah muamalah (ekonomi Islam) menunjukkan fleksibilitas dalam transaksi ekonomi, selama memenuhi rukun dan syarat jual beli yang telah ditetapkan dalam fikih, meskipun terdapat perbedaan pendapat

<sup>54</sup> Syukri Iska, *E-Commerce* Dalam Perspektif Hukum Ekonomi, *JURIS* Volume 9 No. 02 (Desember, 2010), 126.

<sup>55</sup> Jalal al-Din ‘Abd al- Rahman, Al- Suyuti, Al- Jami’ al- Shaghir fi al- Haditsah al- Bashir al- Nadir, Jilid 2, (*Beirut: al- Kutub al- ‘Ilmiyyah*. T.th), 43.

mengenai beberapa aspek. Fleksibilitas ini menjadi landasan untuk menganalisis e-commerce dari perspektif fikih muamalah.

Berdasarkan uraian sebelumnya mengenai *e-commerce*, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua jenis transaksi: transaksi jual beli pesanan untuk komoditas non-digital, dan transaksi pembelian langsung untuk komoditas digital. Mekanisme transaksi meliputi pemesanan/pembelian online, pembayaran di muka melalui sistem pembayaran daring (umumnya kartu kredit), dan pengiriman barang kepada pembeli setelah pembayaran diterima.

Dalam kajian fikih muamalah, model transaksi *e-commerce* dapat dianalogikan dengan akad jual beli *al-salam* untuk transaksi barang non-digital yang bersifat pesanan, dan dengan akad jual beli *buyu'* untuk transaksi barang digital. Mengingat akad *buyu'* merupakan akad jual beli yang lazim dan telah dipahami secara luas, maka pembahasan lebih lanjut mengenai akad ini ditiadakan.<sup>56</sup>

Akad jual beli *al-salam* (dikenal juga sebagai *al-salaf* di Irak, sementara *al-salam* digunakan di Hijaz) merupakan suatu bentuk transaksi jual beli di mana penyerahan barang yang menjadi objek transaksi ditangguhkan hingga spesifikasi barang tersebut telah disepakati oleh kedua belah pihak. Pembayaran atas barang tersebut dilakukan secara tunai di muka. Para fuqaha menamai akad ini dengan sebutan *al-mahawij* (barang-barang yang mendesak), karena pada saat akad jual beli tersebut

---

<sup>56</sup> Syukri Iska, *E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi*, *JURIS* Volume 9 No. 02 (Desember, 2010), 127.

berlangsung, barang yang diperjanjikan belum tersedia, namun barang tersebut sangat diperlukan oleh pembeli.<sup>57</sup>

Dalam sabda Rasulullah SAW, jual beli *al- salam* atau *al- salaf* dapat ditemukan dalilnya, sebagaimana riwayat Bukhari dan Muslim dari Ibn Abbas:

من أسلفَ في شيءٍ ففِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

Artinya: “Siapa yang melakukan jual beli *salaf* (jual beli *salam*), hendaklah melakukannya dengan takaran dan timbangan yang jelas, sampai batas waktu tertentu”.<sup>58</sup>

Dari penjelasan hadis diatas, sesuai garis Rasulullah SAW, maka para ulama sepakat akan kebolehan jual beli *al- salam*. Walaupun objek transaksi *al-salam* dalam hadis Nabi Muhammad SAW mengacu pada komoditas pertanian yang relevan dengan konteks masa itu, penerapan konsep *al-salam* saat ini telah berkembang melampaui sektor pertanian dan dapat diaplikasikan pada berbagai jenis komoditas lainnya. Akan tetapi, spesifikasi barang yang diperjualbelikan, meliputi ukuran, jenis, ciri-ciri, dan detail lainnya, haruslah jelas dan disepakati kedua belah pihak. Terkait tenggat waktu penyerahan barang, tidak terdapat batasan waktu tertentu, melainkan sepenuhnya bergantung pada kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli. Ibn Rusyd bahkan berpendapat bahwa diperbolehkan bagi penjual untuk menyerahkan barang yang telah diperjanjikan tersebut lebih cepat dari waktu yang telah disepakati.

<sup>57</sup> Lubis, Suhrawardi K. dkk, “*Hukum Ekonomi Islam*”, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), 153.

<sup>58</sup> Al- Kahlany, *Subul al- Salam*, Jilid 4, (Bandung: Dahlan), 49.

Terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai analogi antara akad jual beli *al-salam* dengan akad *al-istisna'*. Meskipun terdapat kesamaan dalam hal penundaan penyerahan barang, kedua akad tersebut memiliki perbedaan dalam hal waktu pembayaran. Pada akad *al-istisna'*, pembayaran dapat dilakukan pada saat akad terjadi atau ditunda hingga saat penyerahan barang. Mazhab Maliki, Syafi'i, dan Hambali cenderung untuk menggabungkan pembahasan kedua akad tersebut dalam satu bab, karena adanya kesamaan dalam hal penundaan penyerahan barang dan belum tersedianya barang tersebut di tangan pembeli pada saat akad berlangsung. Berbeda dengan mazhab Hanafi yang menempatkan pembahasan akad *al-istisna'* secara terpisah.<sup>59</sup>

Dengan adanya penjelasan jual beli di atas, dapat disimpulkan bahwa Prinsip jual beli salam dan *e-commerce* serupa: pesanan dengan penyerahan barang tertunda dan pembayaran tunai. Perbedaannya terletak pada metode pembayaran: tunai konvensional pada salam, dan digital/kartu kredit online pada *e-commerce*.

#### **7. Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Sesuai dengan Pasal 4 UUKP yang mengatur tentang hak-hak konsumen, antara lain: Hak untuk memilih barang atau jasa dan memperolehnya sesuai dengan nilai tukar, syarat-syarat, dan jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai

---

<sup>59</sup> Lubis, Suhrawardi K. dkk, "*Hukum Ekonomi Islam*", (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), 153.

kondisi dan jaminan barang atau jasa, hak atas kompensasi atau penggantian, diantara hak-hak lainnya.<sup>60</sup>

UU Perlindungan Konsumen (Pasal 8) melarang penjualan produk/jasa yang tidak sesuai dengan janji pada kemasan, petunjuk penggunaan, deskripsi, iklan, atau promosi. Penjualan barang dengan spesifikasi berbeda dari yang diiklankan juga ilegal. Konsumen berhak atas kompensasi (Pasal 4 Huruf H dan Pasal 7 Huruf G UUPK) jika produk/jasa tidak sesuai perjanjian atau bermutu rendah. Pelanggaran dapat dikenai sanksi pidana (Pasal 62 UUPK).<sup>61</sup>



---

<sup>60</sup> Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-Commerce*)”, *BUSINESS LAW REVIEW*, Vol. 1, No. 1, (2016): 15-16.

<sup>61</sup> Bella Citra Ramadhona dan Anak Agung Gede Agung Dharmakusuma, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Wanprestasi Dalam Transaksi Elektronik”, *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, (2018): 7.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Teknik- teknik yang digunakan para peneliti untuk mengumpulkan informasi data penelitian dikenal sebagai metode penelitian. Penelitian merupakan proses yang dilakukan seseorang dengan cermat untuk menyelidiki suatu subjek atau suatu masalah guna menemukan jawaban terbaik. Hukum adalah suatu gejala masyarakat yang terdiri dari dua elemen yaitu kaidah atau norma dan perilaku. Disisi lain, hukum dipandang sebagai ilmu bersama (*rechts is mede wetenschap*) dari sudut pandang keilmuan karena merupakan subjek kajian dalam berbagai bidang keilmuan.<sup>62</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian hukum merupakan serangkaian kegiatan ilmiah bersifat sistematis, berdasarkan metode, pendekatan, dan paradig tertentu, bertujuan untuk menganalisis gejala-gejala hukum tertentu yang kemudian diupayakan solusi dan pemecahan atas permasalahan yang timbul gejala tersebut. Dalam penelitian “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi *E-Commerce* Melalui TikTok Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999” Berikut adapun metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, yaitu:

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Kualitatif deskriptif merupakan pendekatan yang peneliti gunakan. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif adalah agar dapat memberikan deskripsi dan gambaran terhadap fenomena yang dikaji

---

<sup>62</sup> Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, cetakan 1, (Malang: Bayu Media Publishing, 2005), 33.

baik yang bersifat ilmiah ataupun rekayasa manusia yang lebih memperhatikan kualitas, karakteristik, ataupun keterkaitan antar kegiatan.<sup>63</sup>

Jenis penelitiannya menggunakan hukum yuridis normatif (yuridis normatif) atau doktriner atau penelitian pustaka (*library research*). Pengertian penelitian doktriner sebagaimana dikutip oleh Peter Mahmud Marzuki adalah:

*“Doctrinal research: research wich provides a systematic exposition of the rules governing a particular legal category, analyses the relationship between rules explain areas of difficullty and perhaps, predict future development”.*

“Penelitian doktriner merupakan penelitian yang memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antara peraturan menjelaskan bidang kesulitan dan mungkin memprediksi pembangunan masa depan”.<sup>64</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hukum normatif yang diwujudkan dalam tindakan hukum, misalnya mengkaji rancangan UU. Inti kajian ini adalah hukum sebagai norma atau peraturan sosial yang menjadi pedoman dalam berperilaku setiap manusia. Dengan demikian, penelitian hukum normatif mengarah pada intervensi hukum positif, asas hukum, doktrin hukum, penemuan hukum dalam perkara-perkara konkrit, sistematik hukum, taraf sinkronisasi hukum, perbandingan hukum, dan sejarah hukum.<sup>65</sup>

Penelitian ini disebut penelitian doktriner karena hanya mengacu pada peraturan atau bahan hukum yang tertulis saja. Disebut dengan penelitian

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 9.

<sup>64</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 32.

<sup>65</sup> Suratman dan Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 53.

perpustakaan atau studi dokumen karena sumber data atau bahan hukum utamanya diperoleh dari informasi data tertulis yang terdapat di perpustakaan. Studi perpustakaan ini memperlihatkan perbedaan yang principal dengan penelitian empiris.

## B. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat tiga macam sumber bahan hukum diantaranya bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Adapun sumber informasi berikut yang dipergunakan dalam mengkaji penelitian adalah:

### 1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, risalah dalam pembuatan undang-undang, dan perlindungan hukum, Bahan hukum yang digunakan meliputi:

- a. Al-Qur'an dan Hadis
- b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- c. Permenkominfo No.5 Tahun 2020
- d. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

### 2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan yang membuka petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer.<sup>66</sup> bahan hukum sekunder dapat membantu memberikan penjelasan mengenai

---

<sup>66</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1983), 13.



bahan hukum yang pertama dan didapat bukan dari sumber aslinya. Bahan hukum sekunder dapat berupa publikasi tentang hukum maupun buku teks yang berisi prinsip-prinsip dasar ilmu hukum dan pendapat para ahli dan pengamat yang mempunyai kualifikasi tinggi. Bahan hukum sekunder yang digunakan meliputi: Buku-buku, jurnal, tesis, hasil penelitian, penelitian terdahulu, pendapat ahli dan beberapa hal yang didapatkan dari media cetak ataupun media elektronik.

### 3. Bahan Hukum Tersier

Suatu bahan hukum yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Seperti yang digunakan didalam penelitian ini berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), serta Kamus Hukum.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data bertujuan untuk mengontrol tahap-tahap masa penelitian dan mengarahkan peneliti dalam memperoleh dan mendapatkan jawaban atau hasil akhir dari permasalahan yang dikaji. Dalam prakteknya pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai metode yang tentunya harus sama dengan jenis penelitian dan sumber data yang diperlukan. Sugiyono mengatakan bahwa studi kepustakaan berkaitan dengan kajian secara teori melalui referensi-referensi terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Rodatus Sofiah, Suhartono, dan Ratna Hidayah, "Analisis Karakteristik Sains Teknologi Masyarakat (STM) Sebagai Model Pembelajaran: Sebuah Studi Literatur", *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan*, Vol. 9, 1No. 1, (Mei 2020), 4.

Karena ini penelitian yuridis normatif, metode yang mendukung untuk mendapatkan data yang diperlukan merupakan studi dokumen dan telah pustaka. Studi dokumen adalah teknik pengelompokan informasi atau bahan hukum melalui analisis isi sumber hukum tertulis. Tujuan dari metode studi dokumen dan kajian pustaka ini adalah untuk mendapatkan, mengkaji/mencermati dan mempelajari/menganalisis buku-buku, peraturan perundang-undangan, lembaran negara, dokumen serta hasil-hasil penelitian baik cetak ataupun elektronik lainnya yang berkaitan dalam perlindungan hukum terhadap konsumen pada transaksi *e-commerce* melalui tiktok menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999.

#### **D. Analisis Data**

Tahapan selanjutnya adalah memproses dan mengevaluasi data setelah semua data primer sekunder dan tersier yang diperlukan telah dikumpulkan ketelitian dan pencurahan pemikiran dan pengetahuan secara optimal sangat diperlukan dalam proses ini.

Pengelolaan dan analisis data pada dasarnya tergantung pada jenis datanya, bagi penelitian hukum normatif yang bahan hukumnya terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier, maka dalam mengolah dan menganalisis bahan hukum tersebut tidak bisa melepaskan diri dari berbagai penafsiran yang dikenal dalam ilmu hukum.<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Amiruddin & Zainal Azikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo 2018), 163.

Mengenai UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, undang-undang ini memberikan dasar hukum yang penting dalam melindungi hak-hak konsumen di Indonesia. Dalam konteks

transaksi *e-commerce* melalui TikTok, terdapat beberapa ketentuan yang relevan dalam UU No. 8 Tahun 1999. Dapat mendefinisikan konsumen dalam konteks transaksi *e-commerce* melalui tiktok. Hal ini penting untuk memahami siapa yang dianggap sebagai konsumen dan mendapatkan perlindungan hukum. Juga dapat menganalisis hak-hak yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui tiktok berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Misalnya, hak atas informasi yang jelas dan benar, hak atas keamanan dan keselamatan produk, hak atas jaminan dan layanan purna jual, dan hak atas ganti rugi.

#### **E. Keabsahan Data**

Keabsahan data, berisi upaya yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang valid. Peneliti menggunakan triangulasi sebagai strategi untuk memverifikasi kebenaran data guna memastikan validitasnya. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan atau suatu metode tambahan untuk memverifikasi kebenaran data. Selain itu, informasi atau data tersebut digunakan untuk keperluan pengecekan (verifikasi) atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>69</sup>

Dalam uji kredibilitas ini, triangulasi dapat dijelaskan sebagai pemeriksaan data dari sumber yang berbeda pada waktu yang berbeda dan

---

<sup>69</sup> Moloeng, *metedologi penelitian*, (Jakarta: 2004), 330.

cara yang berbeda. Penelitian ini menggunakan triangulasi teori dan triangulasi sumber. Triangulasi teori adalah pengujian kredibilitas data dengan memeriksa kebenaran berbagai teori dalam undang-undang dan peraturan lainnya. Sedangkan triangulasi sumber merupakan penggalan kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis atau dokumen sejarah, arsip, catatan resmi atau tertulis pribadi dan gambar atau foto. Penggunaan metode yang berbeda akan menghasilkan data yang berbeda pula, sehingga memberikan perspektif yang beragam terhadap fenomena yang diteliti. Untuk memperoleh data yang valid, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu pengumpulan data dari berbagai sumber menggunakan metode yang sama.<sup>70</sup>

#### F. Tahap-Tahap Penelitian

Tahapan penelitian ini memaparkan rancangan peneliti dalam melaksanakan penelitian. Berikut tahapan penelitian yang tercantum adalah:

1. Tahap pra riset
  - a. Menyusun rancangan penelitian, seperti menentukan masalah yang diteliti
  - b. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahap riset
  - a. Memahami latar belakang dan tujuan penelitian

---

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 248.



## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Mekanisme Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce*

##### 1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) Pasal 1 angka 2 mendefinisikan konsumen sebagai pengguna barang atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain, bukan untuk diperjual belikan.<sup>71</sup> A.Z. Nasution memandang hukum perlindungan konsumen sebagai kaidah yang melindungi kepentingan konsumen, sementara hukum konsumen mengatur hubungan antar pihak terkait barang atau jasa konsumen.<sup>72</sup>

Johanes Gunawan menambahkan bahwa perlindungan hukum konsumen dapat diberikan sebelum (pra-transaksi) dan/atau sesudah (pasca-transaksi) terjadi.<sup>73</sup>

Hubungan bisnis bersifat saling ketergantungan antara pelaku usaha dan konsumen. Agar tercipta keseimbangan, diperlukan peraturan yang melindungi konsumen. Perlindungan ini penting karena konsumen

---

<sup>71</sup> Ria Shinta Devi, Feryanti Simorsoit, Universitas Darma Agung, Medan, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-Commerce* Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Rectum*, Vol 2, No 2 (Juli 2020), 119.

<sup>72</sup> Alfina Maharani dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha (*Literature review*)", *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, No. 6 (2021), 659-666.

<sup>73</sup> Johanes Gunawan, "Kontroversi *Strict Liability* Dalam Hukum Perlindungan Konsumen", *Veritas et Justitia* 4, no. 2, (2018), 274-303.

umumnya lebih lemah dari pelaku usaha (produsen) dalam hal ekonomi, pendidikan, kemampuan, daya saing, dan posisi tawar-menawar.<sup>74</sup>

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur perlindungan konsumen sebagai upaya untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen. Pasal 1 ayat (1) UUPK menegaskan perlindungan ini mencakup hak-hak konsumen dan bertujuan mencegah pelaku usaha bertindak sewenang-wenang yang merugikan konsumen.<sup>75</sup>

UUPK bertujuan mendukung pembangunan nasional menuju masyarakat adil dan makmur secara materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi. Pembangunan ekonomi di era globalisasi harus mendorong pertumbuhan usaha yang menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menjamin kepastian serta perlindungan bagi konsumen dalam bertransaksi.

Menurut pasal 3 UUPK, perlindungan konsumen bertujuan:<sup>76</sup> Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa, Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen, Menciptakan perlindungan

---

<sup>74</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 22.

<sup>75</sup> Ariningsih Nura Damayanti, Zanuar Bayu Pamungkas, dan Tri Indah Lestari, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan", dalam *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*, Vol. 3, 2023, 487-496.

<sup>76</sup> Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha, Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.<sup>77</sup>

Pasal 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa perlindungan konsumen dilakukan secara bersama berdasarkan lima asas dalam pembangunan nasional, antara lain:<sup>78</sup>

- a. Asas Manfaat, dalam perlindungan konsumen memastikan setiap upaya dapat bermanfaat bagi konsumen dan pelaku usaha. Janus Sidabalok menjelaskan bahwa tujuannya bukan untuk menguntungkan satu pihak di atas pihak lain, melainkan untuk memberikan hak masing-masing pihak (produsen dan konsumen).
- b. Asas Keadilan, dalam perlindungan konsumen bertujuan memaksimalkan partisipasi masyarakat dan memberikan kesempatan yang adil bagi konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh hak dan menjalankan kewajiban. Menurut Janus Sidabalok, UU mengatur hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha (produsen) secara seimbang.

---

<sup>77</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), 1-22.

<sup>78</sup> Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



- c. Asas Keseimbangan, dalam perlindungan konsumen bertujuan menyeimbangkan kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik secara materiil maupun spiritual. Janus Sidabalok menjelaskan bahwa asas ini bertujuan agar ketiganya memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen.
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Janus Sidabalok menjelaskan bahwa asas ini menjamin konsumen mendapatkan manfaat dari produk yang dikonsumsi tanpa ancaman terhadap keselamatan jiwa dan harta benda.
- e. Asas kepastian hukum, menjamin kepatuhan pelaku usaha dan konsumen terhadap hukum, serta memastikan keadilan dan kepastian hukum dalam perlindungan konsumen.<sup>79</sup>

Maka dari itu, UU ini memberikan sejumlah kewajiban yang harus dipatuhi oleh produsen dalam memproduksi dan memasarkan produknya. Pembukaan pasar nasional akibat globalisasi harus tetap menjamin kesejahteraan masyarakat dan kepastian mutu, jumlah, dan keamanan barang/jasa. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen, perlu ditingkatkan kesadaran, pengetahuan, dan kemandirian konsumen, serta tanggung jawab pelaku usaha. Peraturan perundang-undangan yang memadai dibutuhkan untuk menyeimbangkan

---

<sup>79</sup> Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 434-435.

perlindungan konsumen dan pelaku usaha demi perekonomian yang sehat, karena ketentuan hukum yang ada saat ini belum cukup.<sup>80</sup>

Konsumen perlu perlindungan hukum karena salah satu tujuan hukum adalah melindungi masyarakat. Perlindungan ini harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum bagi konsumen.

## 2. Aspek Hukum Dalam Transaksi *E-Commerce*

*E-commerce* adalah transaksi jual-beli barang, jasa, atau hak milik yang dilakukan secara elektronik melalui internet, tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli. Transaksi ini lintas batas wilayah dan tidak terikat oleh aturan nasional.<sup>81</sup> Transaksi *e-commerce*, seperti jual beli konvensional, didasarkan pada asas konsensualisme, yaitu kesepakatan antara penjual dan pembeli. Kesepakatan tercipta dari penawaran penjual dan penerimaan pembeli, prosesnya sama dengan jual beli biasa, hanya medianya yang berbeda, yaitu internet.

*E-commerce* telah merevolusi perdagangan secara global, termasuk di Indonesia. Perkembangan internet memungkinkan transaksi jual beli online tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Secara sederhana, *e-commerce* adalah transaksi elektronik.<sup>82</sup> Transaksi *e-commerce* adalah jual beli barang, jasa, atau hak milik yang dilakukan

<sup>80</sup> Yanci Libria Fista, Aris Machmud, Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Ditinjau Dari Segi Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen" *Jurnal Binamulia Hukum*, Vol.12, No.1 (Juli 2023), 179.

<sup>81</sup> Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan: Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 337.

<sup>82</sup> Sherlina Permata dan Hendra Haryanto, "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later", *Krisna Law: Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana* 4, no. 1 (2022), 33-47.

secara elektronik melalui internet tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Transaksi ini lintas batas wilayah dan tidak terikat aturan nasional.<sup>83</sup>

*E-commerce* merupakan aktivitas bisnis berbasis internet yang memungkinkan penjual dan pembeli bernegosiasi dan bertransaksi barang/jasa.<sup>84</sup> Didalam bukunya, *Net Ready: Strategies For Success in the Economy*, Amir Hatman mendefinisikan *E-Commerce* sebagai mekanisme bisnis elektronik yang memfasilitasi transaksi antara dua institusi (*Business to Business*) ataupun antar institusi dan konsumen langsung (*Business to Consumer*).<sup>85</sup>

Adapun ruang lingkup dalam transaksi e-commerce terdiri atas 3 (tiga) jenis, yaitu:

- a. Business to Business (bisnis ke bisnis)
- b. Business to Consumer (bisnis ke konsumen)
- c. Consumer to Consumer (konsumen ke konsumen).<sup>86</sup>

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjamin kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen. Pasal 1 ayat (1) UUPK menjelaskan perlindungan konsumen sebagai upaya untuk

<sup>83</sup> Dhea Cynara Torong, "Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet", *Jurnal Perspektif Hukum* 2, no. 1 (2021), 178-191.

<sup>84</sup> Ferdinan Situmorang, "Keabsahan Kontrak Jual Beli Secara Elektronik (E-Commerce) Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik," *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura* 4, no. 2 (2016).

<sup>85</sup> Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), 3.

<sup>86</sup> Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), 18.

menjamin kepastian hukum tersebut, mencegah pelaku usaha bertindak sewenang-wenang dan merugikan konsumen.<sup>87</sup>

Setiap konsumen memiliki hak dan kewajiban dalam melakukan transaksi jual beli termasuk dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini telah dituangkan dalam Pasal 4 dan 5 UU PK diantaranya:<sup>88</sup> a. Hak konsumen adalah: hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa, b. hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa sesuai nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, c. hak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, d. hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang atau jasa yang digunakan. e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, f. hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen, g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Visimedia, 2008), 4.

<sup>88</sup> Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2018), 49-56.

<sup>89</sup> Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Adapun kewajiban konsumen adalah: Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan, beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa, membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati, mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>90</sup>

Dalam UU PK, tidak hanya memuat hak dan kewajiban dari konsumen saja, melainkan juga memuat hak dan kewajiban dari para pelaku usaha yang dituangkan dalam Pasal 6 UU PK, yaitu:

Hak pelaku usaha adalah:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitas nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan

---

<sup>90</sup> Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>91</sup>

Adapun kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- d. Menjanjikan mutu barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku
- e. Memberi kesempatan pada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan garansi atas barang yang dibuat atau jasa yang diperdagangkan
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai perjanjian.<sup>92</sup>

Meskipun UU Perlindungan Konsumen (UUPK) bertujuan melindungi konsumen, masih banyak konsumen yang mengalami

---

<sup>91</sup> Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>92</sup> Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

kerugian, terutama dalam transaksi elektronik.<sup>93</sup> Konsumen seringkali kesulitan mendapatkan informasi lengkap tentang penjual, hanya mengandalkan profil online yang mungkin menyesatkan. Jika terjadi masalah, penjual bisa saja menghilang atau memblokir konsumen, membuat konsumen kesulitan menyelesaikan sengketa dan mendapatkan perlindungan hukum.<sup>94</sup>

Sengketa antara produsen dan konsumen, meskipun merugikan semua pihak, tak bisa dihindari karena berbagai faktor seperti kesalahpahaman, pelanggaran hukum, atau kepentingan yang bertentangan. Menurut Shidarta, sengketa konsumen mencakup pelanggaran hak-hak konsumen dan meliputi aspek hukum perdata, pidana, dan tata usaha negara, bukan hanya sebatas aspek perdata saja.<sup>95</sup>

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah melahirkan bentuk-bentuk perbuatan hukum baru, termasuk dalam perdagangan global. Namun, kemudahan akses teknologi ini juga membuat konsumen kesulitan membedakan pelaku usaha resmi dan tidak resmi.

Adapun analisis terhadap perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi perdagangan diwujudkan dalam suatu pengaturan guna melindungi hak-hak konsumen dari kemungkinan terjadinya tindak pelanggaran pelaku usaha yang melawan hukum.

---

<sup>93</sup> Wiwik Sri Widiarty, "*Hukum Perlindungan Konsumen*" (Depok: PT. Komodo Books, 2016), 3.

<sup>94</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Visimedia, 2008), 7.

<sup>95</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi* (Jakarta: Grasindo, 2006), 165.

Adapun bentuk perlindungan hukum yang diimplementasikan oleh pelaku usaha seperti memberikan informasi mendasar seputar detail produk (material, kualitas, hingga petunjuk penggunaan), dilayani secara adil dan tidak diskriminatif, menerima setiap keluhan yang diajukan oleh konsumen serta memberikan kompensasi atau ganti rugi jika produk yang diterima tidak sesuai.

## **B. Penerapan Undang-Undang Tentang Transaksi Elektronik dan Perlindungan Konsumen Dalam Konteks E-Commerce.**

### **1. Efektivitas Penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.**

"Efektif," berasal dari bahasa Inggris "*effective*," berarti berhasil atau mampu mencapai tujuan dengan baik. KBBI mendefinisikan efektivitas sebagai daya guna dan kesesuaian antara pelaksanaan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai.<sup>96</sup>

Barda Nawawi Arief mendefinisikan efektivitas sebagai pengaruh atau keberhasilan mencapai tujuan yang direncanakan.<sup>97</sup> Richard M. Steers menambahkan bahwa efektivitas adalah kemampuan suatu program untuk mencapai tujuan dan sasarnya dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien dan tanpa tekanan berlebihan pada pelaksanaannya.<sup>98</sup>

---

<sup>96</sup> Diakses Tanggal 01 Oktober 2024, <https://www.dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/>.

<sup>97</sup> Barda Nawawi Arief, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003), 85.

<sup>98</sup> Muhammad Ali, *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*, (Bandung, Angkasa, 1997), 89.



Secara umum, efektivitas berarti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah direncanakan. Semakin banyak tujuan yang tercapai, semakin efektif suatu kegiatan.<sup>99</sup> Efektivitas hukum diukur dari tingkat kepatuhan masyarakat (pelaku usaha dan konsumen). Meskipun aturan ditaati, efektivitasnya tetap bisa dipertanyakan karena kepatuhan seringkali didorong oleh kepentingan pribadi.<sup>100</sup>

Efektivitas suatu peraturan perundang-undangan sangat bergantung pada profesionalisme dan optimalisasi peran penegak hukum dalam menjalankan tugas dan wewenang mereka. Beberapa faktor lain juga turut memengaruhi efektivitas tersebut, antara lain:

- a. Pengetahuan tentang substansi (isi) perundang-undangan.
- b. Cara-cara untuk memperoleh pengetahuan tersebut.
- c. Institusi yang terkait dengan ruang lingkup perundang-undangan di dalam masyarakatnya.

Proses pembuatan undang-undang harus matang dan tidak tergesa-gesa, menghindari pembuatan undang-undang berkualitas buruk ("*sweep legislation*") yang tidak sesuai kebutuhan masyarakat. Sedangkan, menurut Soerjono Soekanto bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yaitu:<sup>101</sup>

---

<sup>99</sup> Richard M Steers, *Efektivitas Organisasi Perusahaan*, (Jakarta: Erlangga, 1985), 87.

<sup>100</sup> Achmad Ali, *Mengungkap Teori Hukum (Legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicial Prudence) Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legisprudence)*, (Jakarta, Penerbit Kencana, 2009), 375.

<sup>101</sup> Asrul Aswar, Resdianto Willem, "Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Yang Adil Bagi Konsumen", *Alauddin Law Development Journal (ALDEV)*, Vol. 5, No. 1 (2023), 19.

- a. Faktor hukumnya itu sendiri (Undang-Undang); Undang-undang bertujuan mewujudkan keadilan, kepastian, dan kemanfaatan hukum. Namun, terkadang terjadi konflik antara kepastian hukum dan keadilan. Dalam penyelesaian masalah hukum, keadilan harus diprioritaskan, karena hukum tidak hanya dilihat dari teks tertulisnya saja.
- b. Faktor penegak hukum; Efektivitas penegakan hukum bergantung pada kualitas aparat penegak hukum itu sendiri. Anggapan masyarakat bahwa hukum diwakili oleh aparat penegak hukum seringkali menimbulkan masalah, terutama jika aparat bertindak di luar wewenang atau merugikan citra penegak hukum karena kualitas yang rendah.
- c. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum; Sarana dan fasilitas yang memadai, seperti kendaraan dan alat komunikasi, sangat penting bagi penegak hukum untuk menjalankan tugasnya secara efektif. Tanpa sarana tersebut, kinerja penegak hukum akan terhambat.
- d. Faktor masyarakat; Tingkat kepatuhan masyarakat terhadap hukum merupakan indikator penting efektivitas hukum itu sendiri. Kepatuhan yang tinggi, sedang, atau rendah akan memengaruhi bagaimana hukum tersebut berfungsi di masyarakat.
- e. Faktor kebudayaan; Efektivitas hukum dipengaruhi oleh faktor budaya dan sosialisasi hukum. Soerjono Soekanto dan Romli Atmasasmita

menekankan bahwa hambatan efektivitas hukum tidak hanya berasal dari aparat penegak hukum, tetapi juga dari kurangnya sosialisasi hukum di masyarakat.<sup>102</sup>

Efektivitas hukum diukur dari kemampuannya untuk mengatur dan memaksa masyarakat agar taat hukum. Hukum efektif jika semua faktor pendukungnya berfungsi optimal, dan keberhasilannya terlihat dari perilaku masyarakat yang sesuai dengan aturan yang ditetapkan. Tercapainya tujuan hukum menunjukkan efektivitas hukum yang maksimal.<sup>103</sup>

Teori efektivitas berfokus pada kemampuan suatu sistem, peraturan, atau program untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan efisien. Dalam konteks hukum, efektivitas hukum diukur dari sejauh mana peraturan hukum dapat menegakkan kepatuhan masyarakat dan menjamin perlindungan hak-hak individu, termasuk perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce.

Dimensi Efektivitas:

- a. Kepatuhan Masyarakat: Efektivitas hukum sangat bergantung pada tingkat kepatuhan masyarakat, baik dari pelaku usaha maupun konsumen. Kepatuhan yang tinggi menunjukkan bahwa hukum tersebut diterima dan ditaati, yang mencerminkan keberhasilan hukum dalam mencapai tujuannya

---

<sup>102</sup> Romli Atmasasmita, *Reformasi Hukum, Hak Asasi Manusia dan Penegakan Hukum*, (Bandung, Mandar Maju, 2001), 55.

<sup>103</sup> Asrul Aswar, Resdianto Willem, "Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Yang Adil Bagi Konsumen", *Alauddin Law Development Journal (ALDEV)*, Vol. 5, No. 1 (2023), 20.

- b. Peran Penegak Hukum: Profesionalisme penegak hukum memainkan peran penting dalam efektivitas. Mereka harus mampu mengimplementasikan hukum dengan baik dan adil, serta memiliki pengetahuan yang memadai tentang substansi hukum yang berlaku
- c. Sarana dan Fasilitas: Infrastruktur yang memadai untuk penegakan hukum, seperti peralatan dan dukungan teknologi, juga menjadi faktor pendukung yang krusial. Tanpa sarana yang cukup, penegakan hukum dapat terhambat
- d. Budaya Hukum: Budaya hukum dalam masyarakat mempengaruhi bagaimana hukum tersebut dipatuhi. Semakin tinggi kesadaran hukum masyarakat, semakin besar pula efektivitas hukum tersebut
- e. Penyelesaian Sengketa: Mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif, baik melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, menjadi indikator lain dari efektivitas hukum. Sistem yang transparan dan dapat diakses oleh konsumen untuk menyelesaikan masalah juga berkontribusi pada kepercayaan terhadap hukum

Dapat disimpulkan teori efektivitas menekankan pentingnya keseluruhan sistem — mulai dari pembuatan hukum, penegakan hukum, hingga respons masyarakat terhadap hukum. Efektivitas hukum tidak hanya diukur dari keberadaan peraturan, tetapi juga dari penerapan yang baik dan respons positif dari masyarakat. Dengan memperhatikan semua dimensi ini, diharapkan perlindungan hukum, khususnya dalam konteks

perlindungan konsumen pada e-commerce, dapat diwujudkan secara optimal.

## 2. Langkah-Langkah dalam Memberikan Perlindungan Terhadap Konsumen Yang Terdapat di Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Istilah *product liability* diterjemahkan secara bervariasi kedalam bahasa Indonesia seperti: “tanggung gugat produk” atau juga “tanggung jawab produk”. Pengertian *product liability* dapat ditemukan pada beberapa sumber berikut, Henry Campbell dalam *Black’s Law Dictionary* mendefinisikan *Product Liability* sebagai berikut:

*“Refers to the legal liability of manufacturers and sellers to compensate buyers, users, and even bystanders, for damages or injuries suffered because of defect in good purchase”.*

Adapun Agnes M. Toar memberikan pengertian *product liability* sebagai tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawahnya kedalam peredaran yang menimbulkan/menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.

*Product liability* (tanggung jawab produk) adalah tanggung jawab hukum produsen, distributor, dan pihak lain yang terlibat dalam rantai produksi dan distribusi suatu produk. Hukum *product liability* internasional mendorong perubahan strategi produsen dari berfokus pada produk (*product-oriented*) menjadi berfokus pada konsumen (*consumer-oriented*), dengan penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict*

*liability*). Indonesia perlu membentuk hukum nasional yang selaras dengan hukum internasional untuk memperlancar lalu lintas hukum.<sup>104</sup>

Indonesia perlu menyelaraskan hukum nasional dengan hukum internasional agar dapat memperlancar lalu lintas hukum global. Konsep *product liability*, yang muncul akibat ketidakseimbangan tanggung jawab antara produsen dan konsumen, memaksa produsen beralih dari strategi pemasaran yang berpusat pada produk (*product-oriented*) ke strategi yang berpusat pada konsumen (*consumer-oriented*), dengan penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*).<sup>105</sup>

Setelah dikeluarkannya Resolusi PBB Nomor 39/248 tanggal 16 April 1985 tentang perlindungan konsumen, peran lembaga hukum *strict liability* ini semakin penting. Dalam salah satu konsiderannya menyatakan:

*“Taking into account the interests and needs of consumers in all countries, particularly those in developing countries; recognizing that consumer often face imbalance in Economic terms, educational levels, and bargaining power and bearing in mind that consumer should have the right of access to Non-hazardous product”*

Dengan diratifikasinya Perjanjian WTO (melalui UU No. 7 Tahun 1994), termasuk perjanjian tentang Hambatan Teknis Perdagangan (TBT Agreement), produsen Indonesia diharapkan dapat menghasilkan produk berkualitas tinggi yang mampu bersaing di pasar global, dengan memenuhi

---

<sup>104</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2013), 23.

<sup>105</sup> Johanes Gunawan, “Kontroversi Strict Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”, *Veritas et Justitia* 4, no. 2, (2018), 318.

standar yang ditetapkan oleh lembaga standardisasi internasional.<sup>106</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 telah menggunakan prinsip strict liability sebagaimana yang diatur dalam pasal 19 Bab IV Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha, yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau memberi santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak mengharuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih jelas mengenai adanya unsur kesalahan
- e. Ketentuan sebagaimana dimaksudkan pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.<sup>107</sup>

---

<sup>106</sup> Andi Sry Rezky Wulandari, Nurdiyana Tadjuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 46-48.

<sup>107</sup> Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Sementara itu pasal 20 yang berbunyi bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.<sup>108</sup> Tanggung jawab hukum juga berlaku pada importir barang atau jasa jika mereka bukan agen atau perwakilan produsen/penyedia jasa asing.

Ditambah lagi, dalam pasal 28 dinyatakan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.<sup>109</sup> Membalikkan beban pembuktian yang umum berlaku dalam hukum acara pidana (pada jaksa) dan perdata (pada penggugat). Sistem pembuktian terbalik ini merupakan penyimpangan dari hukum acara yang biasa.

Tergugat wajib membuktikan ketidakbersalahannya; jika gagal, gugatan penggugat dianggap terbukti. Hal serupa berlaku dalam perkara pidana. Namun, UU Perlindungan Konsumen (No. 8 Tahun 1999) membebaskan pelaku usaha dari ganti rugi jika kesalahan tersebut dapat dibuktikan sebagai kesalahan konsumen (Pasal 19 ayat 5).<sup>110</sup>

Selain itu, pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dan tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:<sup>111</sup>

- a. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan
- b. Cacat barang timbul pada kemudian hari

<sup>108</sup> Pasal 20 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>109</sup> Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>110</sup> Pasal 19 Ayat 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>111</sup> Pasal 27 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



- c. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang
- d. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen
- e. Lewatnya waktu penuntutan 4 tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Sistem pembuktian terbalik juga diterapkan pada kasus perlindungan konsumen yang diproses secara pidana. Meskipun ganti rugi telah diberikan, tuntutan pidana tetap mungkin terjadi jika unsur kesalahan terbukti. Pasal 22 membebaskan pembuktian unsur kesalahan pada pelaku usaha, tanpa mengurangi kewenangan jaksa untuk melakukan pembuktian.<sup>112</sup>

Adapun analisis terhadap tanggung jawab pelaku usaha dalam Pasal 19 ayat 1 UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur prinsip tanggung jawab pelaku usaha.

Pasal tersebut menyebutkan bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab memberikan kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh konsumen terkait barang/jasa yang dikonsumsi atau diperdagangkan. Selanjutnya, Pada pasal 19 ayat 2 menyatakan ganti rugi dapat diberikan dalam bentuk pengembalian uang atau penggantian barang/jasa yang dinilai setara. Disini telah jelas bahwa UUPK menganut prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Namun, pada nyatanya para pelaku usaha tidak menggunakan prinsip yang diterapkan UUPK, jadi jika terjadi kerusakan, keterlambatan produk pelaku usaha hanya memberikan ganti

---

<sup>112</sup> Andi Sry Rezky Wulandari, Nurdiyana Tadjuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 52-54.

rugi sebagian dengan menganut prinsip tanggung jawab terbatas (*challenge of liability*).

### **C. Perlindungan Yang Diberikan Platform TikTok Dalam Melindungi Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce***

#### **1. Perlindungan Preventif Terhadap Konsumen pada Transaksi *E-Commerce* pada Platform TikTok.**

Perlindungan preventif merupakan fokus utama dalam mencegah terjadinya konflik atau sengketa dalam menyelesaikan suatu masalah, tujuan perlindungan hukum preventif ini untuk mengetahui potensi permasalahan dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan di masa depan, agar menciptakan lingkungan hukum yang lebih proaktif, di mana pihak-pihak terlibat dapat berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan dan merasa bahwa kepentingan mereka dipertimbangkan dengan baik. Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan suatu keadilan yang termanifestasi dalam bentuk tindakan pencegahan.<sup>113</sup>

Realitas saat ini menunjukkan bahwa upaya preventif dapat diimplementasikan, masih ada kebutuhan akan penegakan hukum yang tegas dalam kasus pelanggaran. Sebagai contoh, TikTok Shop, yang mendominasi kehidupan masyarakat dengan platform *E-Commerce* nya, harus memastikan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen yang berbelanja di platform mereka. Meskipun TikTok Shop sudah mempunyai kebijakan perlindungan konsumen bagi penjual, akan tetapi tidak

<sup>113</sup> Romli Atmasasmita, *Reformasi Hukum, Hak Asasi Manusia dan Penegakan Hukum*, (Bandung, Mandar Maju, 2001), 58.

mempunyai perjanjian langsung dengan konsumen untuk menjamin keamanan produk. Penerapan atauran dan perjanjian seperti yang diatur dalam permenkominfo No.5 Tahun 2020 menjadi penting untuk memastikan bahwa konsumen telah dilindungi dengan baik dalam transaksi online. Bentuk perlindungan preventif terhadap konsumen utamanya adalah tersedianya instrument hukum yang mengatur perbuatan hukum terkait dengan jual beli di TikTok Shop, bentuk perlindungan hukum preventif yang telah ada ialah:<sup>114</sup>

a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Langkah-langkah perlindungan konsumen dalam UU ini diwujudkan melalui hak-hak konsumen khususnya pada pasal 4 yang diantaranya:<sup>115</sup>

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

Pasal ini menegaskan bahwa konsumen memiliki hak agar merasa nyaman, aman, dan selamat dalam pembelian hingga penggunaan barang atau jasa, sehingga tidak mengalami ketidaknyamanan atau merasa was-was akan keselamatan dan keamanannya. Hal ini berarti bahwa penyedia barang atau jasa harus mempunyai tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka sediakan telah memenuhi standar

---

<sup>114</sup> Nazwa Karnelia Attaya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok" (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2024), 6.

<sup>115</sup> Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

keamanan dan kualitas yang ditetapkan, sehingga konsumen tidak menghadapi resiko yang tidak perlu.

TikTok Shop belum sepenuhnya menjaga keamanan Masyarakat dalam berbelanja, salah satu kasus yaitu adalah minuman Kesehatan HOTTO yang mengklaim bahwa minumannya ialah minuman serat Kesehatan. HOTTO setelah di uji lab ternyata kadar nutrisi yang dicantumkan tidak sesuai, gula yang terkandung dalam minuman itu relatif tinggi yang mana jika tidak sesuai dengan informasi nutrisi dapat membahayakan Masyarakat apalagi dengan Masyarakat yang memiliki Riwayat penyakit diabetes, lalu produk ini dijual belikan TikTok Shop dengan penjualan lebih dari 5 ribu produk, hingga saat ini produk tersebut tidak ditarik dari TikTok Shop dan masih dapat dibeli di TikTok Shop.

- (2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;<sup>116</sup>

Pasal ini menegaskan hak konsumen untuk merasa aman dan puas dalam bertransaksi jual beli. Ketika seorang konsumen memilih barang atau jasa, dia memiliki kebebasan untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya tanpa tekanan dari pihak penjual. Selain itu, konsumen berhak untuk mendapatkan barang atau jasa dengan nilai yang setara dengan harga yang

---

<sup>116</sup> Nazwa Karnelia Attaya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok", 7.

dibayarkan serta sesuai kondisi dan harus ada jaminan atau garansi yang dari penjual sehingga konsumen mendapatkan manfaat dari jaminan tersebut jika terdapat suatu masalah.

TikTok Shop tidak mempunyai aturan khusus mengenai jaminan kelayakan produk yang diterima oleh konsumen dalam platformnya. Hal ini tentu tidak sesuai dengan kaidah yang ada dalam perlindungan konsumen bahwa konsumen mendapatkan jaminan dengan kondisi produk yang diterima dengan deskripsi yang diberikan penjual pada laman produk di TikTok Shop.

- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;<sup>117</sup>

Pasal ini menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa yang mereka beli atau gunakan.

Artinya, saat melakukan transaksi jual beli, konsumen memiliki hak untuk menerima informasi yang akurat dan tidak menyesatkan tentang barang atau jasa yang ditawarkan.

TikTok Shop dikenal banyak memberikan diskon harga dengan menggunakan voucher yang tersedia, namun masih ada penjual yang licik untuk menjual barangnya dengan cara mengunggah video barang yang bukan dan tidak sesuai dengan keterangan di video tersebut, bahwa video yang mereka unggah

---

<sup>117</sup> Nazwa Karnelia Attaya, 8.

dalah video pengguna lain, lalu disematkan keranjang kuning sebagai akses jual beli dengan produk yang berbeda.

- 4) Hak untuk mendengar pendapat keluhan atas barang/jasa yang digunakan;<sup>118</sup>

Pasal ini menegaskan bahwa setiap konsumen mempunyai hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang/ jasa yang digunakan merupakan bagian penting dari hak konsumen. Ini berarti bahwa konsumen memiliki hak untuk menyampaikan keluhan dan mendapatkan tanggapan yang adil dan memuaskan dari penjual atau penyedia jasa jika mereka merasa tidak puas dengan produk atau layanan yang mereka terima.

TikTok Shop belum sepenuhnya memperhatikan konsumen, karena biasanya keluhan yang diajukan saat berbelanja tidak langsung mendapatkan feedback dari tiktok melainkan melalui fitur chat di Tiktok yang terhubung langsung dengan penjual dari kontak yang tertera di profil penjual.

- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

Pasal ini menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan bantuan hukum atau advokasi, perlindungan, bahkan mendapatkan upaya hukum dalam penyelesaian sengketa secara patut, dalam rangka memperjuangkan hak-hak mereka sebagai

---

<sup>118</sup> Nazwa Karnelia Attaya, 8.

konsumen, yang secara patut merupakan hak fundamental yang dimiliki oleh setiap konsumen di Indonesia. Dengan memanfaatkan hak ini, konsumen dapat memperjuangkan hak-hak mereka dan mendapatkan keadilan jika terjadi sengketa dengan penjual atau penyedia jasa.

6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;<sup>119</sup>

Pasal ini menegaskan pentingnya pendidikan konsumen sebagai bagian dari hak-hak konsumen yang diperlukan untuk menciptakan lingkungan perdagangan yang adil dan sehat. Pendidikan konsumen memiliki peran krusial dalam memberdayakan konsumen untuk membuat keputusan yang bijak dan memahami hak-hak serta kewajiban mereka dalam berbagai transaksi jual beli. Melalui pembinaan dan pendidikan konsumen, konsumen diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang produk dan layanan yang mereka beli, dinamika pasar, serta keterampilan untuk berbelanja secara cerdas dan bertanggung jawab. Pendidikan konsumen juga memungkinkan konsumen untuk memahami dampak sosial dan lingkungan dari keputusan pembelian mereka, yang pada gilirannya dapat mendorong perilaku konsumen yang lebih berkelanjutan. Secara khusus TikTok Shop belum mempunyai panduan untuk konsumen, pada laman yang

---

<sup>119</sup> Nazwa Karnelia Attaya, 9.

beredar TikTok Shop hanya memiliki peraturan digital antara TikTok Shop sebagai *E-Commerce* dan mitranya.

- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;<sup>120</sup>

Pasal ini menegaskan bahwa dalam transaksi jual beli, setiap individu memiliki hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur dan tanpa diskriminasi oleh pihak yang terlibat dalam transaksi. Hal ini menjelaskan bahwa penjual memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan jujur tentang produk atau jasa yang mereka jual kepada pembeli. Sementara itu pembeli memiliki hak untuk menerima perlakuan yang sama dengan orang lain dan tidak boleh didiskriminasi dalam proses jual beli berdasarkan karakteristik pribadi seperti ras, agama, jenis kelamin, atau latar belakang lainnya.

Pelayanan yang diberikan oleh TikTok Shop dalam *E-Commerce* berbeda dengan toko konvensional, algoritma yang ada dapat dikatakan sebagai “pelayan” untuk mengarahkan di penjual mana kita harus berbelanja, namun tidak jarang TikTok Shop masih menampilkan toko toko yang memiliki riwayat penipuan, pengakuan dari narasumber sebelum ia mendapat penipuan masih ada orang sebelumnya yang juga membeli dan menyerahkan uang kepada penipu tersebut.

---

<sup>120</sup> Nazwa Karnelia Attaya, 10.



- 8) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya;<sup>121</sup>

Pasal ini menegaskan bahwa konsumen memiliki hak-hak yang diatur oleh peraturan perundang-undangan lainnya. Artinya, selain hak-hak yang telah dimaksudkan dalam undang-undang perlindungan konsumen secara khusus, konsumen juga mempunyai hak-hak yang dilindungi oleh peraturan perundang-undangan lainnya yang relevan. Hal ini menjelaskan bahwa hak-hak konsumen tidak terbatas hanya pada apa yang diatur secara spesifik dalam undang-undang perlindungan konsumen saja. Ada kemungkinan bahwa dalam undang-undang lain, seperti undang-undang tentang hak konsumen, perlindungan konsumen dalam transaksi keuangan, atau undang-undang sektor tertentu, juga mengatur hak-hak konsumen.

Dilihat dalam tinjauan perjanjian digital di TikTok Shop dan realitas yang terjadi terhadap hak-hak konsumen berada pada undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, TikTok Shop memenuhi 1 pasal yakni “hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan” dengan adanya fitur FAQ (*Frequently Asked Question*) atau pertanyaan yang sering ditanyakan oleh pengguna kepada customer service. Hal ini

---

<sup>121</sup> Nazwa Karnelia Attaya, 10.

menjadi pendidikan atau pembinaan bagi konsumen lain saat ingin melakukan pembelian produk pada aplikasi TikTok.<sup>122</sup>

b. Permenkominfo No. 5 Tahun 2020

TikTok Shop merupakan fitur dalam aplikasi yang memungkinkan kreator dan pengguna platform untuk memasarkan dan menjual barang mereka. Pengguna TikTok dengan akun bisnis dapat mengakses fitur ini. Setelah merek-merek melakukan promosi di media sosial, permintaan akan produk meningkat, yang merupakan alasan di balik kehadiran fitur belanja ini di TikTok. Survei yang dilakukan oleh *Adweek-Morning Consult* menemukan bahwa sekitar 49% orang yang telah menggunakan TikTok mengatakan bahwa mereka lebih cenderung membeli barang atau jasa setelah melihat iklan, promosi, atau ulasan di platform tersebut. TikTok dalam operasionalnya bertindak sebagai penyedia sarana Elektronik dengan lingkup privat.<sup>123</sup>

Pasal 1 angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi Elektronik menjelaskan bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) merupakan setiap individu, penyelenggara negara, badan usaha, atau masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan sistem elektronik kepada pengguna sistem elektronik baik secara individual ataupun

<sup>122</sup> Nazwa Karnelia Attaya, 12.

<sup>123</sup> Nazwa Karnelia Attaya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok" (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2024), 11.

bersama-sama untuk keperluan dirinya sendiri ataupun pihak lain.<sup>124</sup>

Adapun kewajiban dalam penyelenggara Sistem Elektronik adalah:

- 1) Mendaftarkan Aplikasi pada *Online Single Submission Risk Based System (OSS-RB)*<sup>125</sup>

Pemerintah Indonesia membuat platform digital bernama *Online Single Submission Risk Based System (OSS-RB)* untuk mempercepat dan mempersederhanakan proses perizinan dan lisensi bisnis. Dengan menggabungkan berbagai lembaga pemerintah dan menghilangkan kebutuhan untuk sejumlah dokumen dan aplikasi fisik, sistem ini bertujuan untuk mengurangi birokrasi dan meningkatkan transparansi dalam proses pendaftaran bisnis. Pengusaha sekarang dapat mengajukan permohonan izin dan lisensi melalui internet dengan sistem OSS-RB, yang membuatnya lebih mudah untuk memulai dan beroperasi di Indonesia.

Kewajiban untuk mendaftarkan diri pada sistem *Online Single Submission-Risk Based Approach* diatur pada pasal 2 Undang-Undang Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020. Hal ini wajib dilakukan untuk tahap awal hadirnya aplikasi sebelum digunakan oleh Masyarakat Indonesia. Aplikasi yang tidak mendaftarkan dirinya pada sistem OSS-RBA maka aplikasi dan

---

<sup>124</sup> Pasal 1 Angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

<sup>125</sup> Pasal 2 Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020.

layanan aplikasi dapat diblokir, yang akan mengganggu masyarakat pengguna dan platform PSE.<sup>126</sup>

- 2) Memberi Peraturan agar konten yang dimuat tidak melanggar Hukum.<sup>127</sup>

Salah satu komponen penting dari platform online dan jaringan media sosial ialah moderasi konten, yang membantu menjaga lingkungan yang aman dan menghormati pengguna. Pasal 2 Permenkominfo 5/2020 mengatur mengenai peraturan konten yang dimuat dalam suatu aplikasi.

Hal ini mencakup penerapan kebijakan, standar, dan teknologi untuk meninjau, memfilter, dan menghapus konten yang melanggar peraturan hukum atau standar komunitas. Moderasi konten sangat penting untuk mencegah penyebaran informasi yang tidak benar, pidato kebencian, dan konten yang melanggar hukum seperti terorisme dan eksploitasi anak. Menetapkan aturan pada situs web dapat mencegah penyebaran konten berbahaya yang dapat menyebabkan penderitaan atau mendorong kekerasan. Pada Algoritma yang dibuat memungkinkan proses moderasi diotomatisasi, yang memungkinkan penghapusan konten yang tidak pantas lebih efektif.<sup>128</sup>

<sup>126</sup> Rose Rahmidani, "Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan", *Jurnal FH UNP*, 2015, 352.

<sup>127</sup> Pasal 2 Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020.

<sup>128</sup> Rose Rahmidani, "Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan", *Jurnal FH UNP*, 2015, 344.

Moderasi konten sangat penting untuk menjaga ke stabilan dalam penggunaan aplikasi TikTok agar aman dan menyenangkan bagi pengguna. Hal ini diperlukan untuk terus memantau dan memeriksa bahwa itu sejalan dengan kebijakan dan pedoman platform. Metode proaktif ini melindungi pengguna dari bahaya dan menjaga kredibilitas platform. Selain itu, platform dapat terus meningkatkan sistem moderasi konten mereka dengan menggunakan algoritma pembelajaran mesin, yang belajar dari pola dan tren untuk lebih mengidentifikasi dan menghapus konten yang bermasalah. Pengawasan manusia dan kemajuan teknologi ini sangat penting untuk menciptakan komunitas online yang responsif dan bertanggung jawab.

### 3) Sistem untuk melaporkan konten yang melanggar.<sup>129</sup>

Pasal 10 ayat 1 hingga 4, permenkominfo 5/2020 mengatur mengenai sistem pengelolaan dan laporan konten yang dilarang mencakup kumpulan alat, prosedur, dan aturan yang digunakan untuk memantau, mengontrol, dan mengatasi konten yang dianggap tidak pantas, berbahaya, atau ilegal. Sistem ini sangat penting dalam menjamin keamanan, integritas, dan kepatuhan platform dan komunitas online. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif memungkinkan masyarakat untuk melaporkan

---

<sup>129</sup> Pasal 10 Ayat 1-4 Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020.

situs web yang diduga mengandung konten negatif yang melanggar UU ITE.

Informasi atau dokumen elektronik yang melanggar hukum, seperti: Perjudian; Pemerasan; Penipuan; Kekerasan/kekerasan anak; Fitnah/ pencemaran nama baik; Pelanggaran kekayaan intelektual; Produk dengan aturan khusus; Provokasi SARA; Berita bohong; Terorisme/radikalisme; Dokumen dan informasi elektronik yang melanggar undang-undang. Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang dapat mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik,<sup>130</sup> maka pelaku akan dihukum penjara paling lama enam tahun dan/atau denda paling banyak sebesar Rp. 1.000.000.000,00. SARA juga melanggar pasal 28 ayat (2) UU ITE, maka pelaku ujaran kebencian terhadap SARA, menurut pasal 28 ayat (2), akan dihukum dengan pidana penjara tidak lebih dari enam tahun dan/atau denda tidak lebih dari satu miliar rupiah.

Organisasi dan platform dengan adanya sistem ini diharapkan dapat secara aktif mencegah penyebaran konten berbahaya, melindungi pengguna mereka, dan menjaga lingkungan online yang positif dan inklusif. Selain itu, sistem ini memungkinkan pelaporan dan penghapusan konten yang dilarang

---

<sup>130</sup> Pasal 28 Ayat 1 Undanag-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

dengan cepat yang memastikan bahwa konten tersebut ditangani segera dan tidak dapat diakses oleh pengguna. Fungsi lainnya ialah untuk menemukan dan mengatasi konten yang dilarang, algoritma otomatis, mekanisme pelaporan pengguna, dan moderasi manusia.<sup>131</sup>

Secara teratur melakukan audit dan pembaruan sistem juga penting untuk beradaptasi dengan ancaman yang berkembang. Secara keseluruhan, sistem yang kuat untuk mengelola dan melaporkan konten yang dilarang sangat penting untuk menjaga kepercayaan, kepuasan pengguna, dan kepatuhan hukum di dunia digital.

#### 4) Pemutusan akses bagi konten yang melanggar.<sup>132</sup>

Pemutusan akses atau biasa disebut takedown, merupakan tindakan untuk menghapus atau menonaktifkan akses terhadap konten yang melanggar hukum atau kebijakan tertentu. Pasal 13 ayat 1 Permenkominfo 5/2020 mengatur tindakan ini dapat dilakukan oleh pihak yang memiliki wewenang untuk mengawasi atau mengelola platform atau situs web tersebut untuk melindungi kepentingan publik, mencegah penyebaran konten yang berbahaya atau melanggar, atau untuk menjaga integritas dan keamanan platform atau situs web tersebut.

---

<sup>131</sup> Abdul Halim Baraktullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2019), 9.

<sup>132</sup> Pasal 13 Ayat 1 Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020.

- 5) Wajib memberikan akses terhadap sistem dan data elektronik dari layanannya pada kementerian atau aparat.

Supaya departemen atau lembaga pemerintahan melakukan tugas dan layanan mereka dengan baik, mereka harus mempunyai akses ke sistem dan data elektronik. Pasal 21 Permenkominfo 5/2020 diatur peraturan ini, sangat penting bagi lembaga pemerintah untuk mempunyai kemampuan untuk mengakses dan menggunakan sistem dan data elektronik di era digital saat ini, dimana semua informasi dapat diakses dengan satu klik. Mereka dapat membuat keputusan yang tepat, menyederhanakan proses, dan memberikan layanan kepada masyarakat dengan cara ini. Kementerian dan lembaga pemerintah mungkin menghadapi kesulitan dalam memberikan informasi tepat waktu dan akurat, yang menghambat mereka untuk memenuhi tanggung jawab mereka.<sup>133</sup>

Sistem elektronik dan data juga memungkinkan lembaga pemerintah menjadi lebih transparan dan akuntabel. Melacak dan mengaudit tindakan pejabat pemerintah menjadi lebih mudah dengan digitalisasi proses dan penyimpanan data elektronik. Hal ini tidak hanya membantu menemukan kemungkinan kelalaian atau korupsi, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Oleh karena itu, entitas pemerintah mungkin kesulitan menjaga transparansi dan akuntabilitas publik yang

---

<sup>133</sup> Pasal 21 Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020.



diharapkan, jika mereka tidak mempunyai akses ke sumber daya elektronik. Ini akan mengurangi kredibilitas mereka. Tinjauan Aplikasi TikTok Shop pada kewajiban yang harus dilakukan oleh penyedia sarana Elektronik melaksanakan 2 dari 5 kewajiban yang diwajibkan oleh pemerintah Indonesia sebagai Penyedia Sarana Elektronik (PSE).<sup>134</sup>

## **2. Perlindungan Represif Terhadap Konsumen yang Dirugikan pada Jual Beli Elektronik**

Perlindungan represif adalah perlindungan yang timbul sejak konsumen melakukan aktifitas jual beli, namun produk yang dikehendaki tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh penjual setelah terjadinya transaksi yang tidak dapat melewati jalur negosiasi, mediasi, dan arbitrase lalu terjadi sengketa, perlindungan represif merupakan perlindungan terakhir dengan bentuk berupa sanksi, yaitu sanksi penjara, hukuman, dan denda.<sup>135</sup>

Perlindungan konsumen adalah hak asasi bagi setiap warga negara, yang menjadi semakin penting khususnya dalam kegiatan transaksi jual beli.<sup>136</sup> Pada era digital yang berkembang pesat ini, TikTok telah menjadi salah satu platform yang memberikan layanan jual beli, menciptakan kemungkinan baru bagi konsumen untuk berinteraksi dengan penjual dan

---

<sup>134</sup> Abdul Halim Baraktullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2019), 12.

<sup>135</sup> Marbun B.N., "*Kamus Hukum Indonesia*", (Jakarta: Sinar Harapan, 2006): 21.

<sup>136</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022).

membeli produk atau layanan. Penting untuk diingat bahwa setiap orang yang melakukan transaksi jual beli melalui TikTok memiliki hak untuk diperlakukan dengan adil dan dijamin keselamatan serta kepuasan dalam pengalaman berbelanja mereka.<sup>137</sup>

- a. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan

Pasal ini menerangkan bahwa konsumen memiliki hak untuk menyampaikan pendapat serta keluhan yang dialami terhadap barang atau jasa yang mereka gunakan. Maksudnya, ketika konsumen mengalami kendala atau merasa tidak puas, maka mereka mempunyai hak untuk menyuarkan pendapat dan mengajukan keluhan kepada pihak yang berwenang, termasuk kepada penyedia barang atau jasa. Berarti pada umumnya konsumen mempunyai hak untuk memberikan umpan balik (*feedback*) positif atau negatif pada pengalaman yang dialami. Jika konsumen merasa barang atau jasa itu tidak sesuai sehingga merasa tidak memenuhi harapan, maka mereka berhak mengajukan keluhan sehingga mendapatkan solusi bahkan ganti rugi yang sesuai. Contohnya, jika seseorang membeli produk secara online, namun ia menemukan bahwa barang tersebut rusak atau tidak sesuai deskripsi yang ada di laman penjual, maka ia mempunyai hak untuk mengajukan keluhan kepada penjual atau platform *e-commerce* yang bersangkutan. Konsumen juga dapat memberikan ulasan tentang

---

<sup>137</sup> Lila Mustainah, "Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli *Live Streaming* Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif" (Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024).

produk dan layanan tersebut agar pengalaman mereka dapat diperlihatkan kepada konsumen lain.

TikTok Shop belum mempunyai mekanisme yang baik untuk *Customer Service*, *Customer Service* yang ada bukan chat personal kepada admin agar menyelesaikan masalah, namun yang ada di TikTok Shop adalah BOT yang ada dalam *Frequently Asked Question* atau pertanyaan yang sering ditanyakan akan secara otomatis terjawab, lalu sistem yang ada ialah jika kita keluar aplikasi tersebut maka chat history hilang dan harus mengulang lagi dari awal.<sup>138</sup>

- b. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

Pasal ini menerangkan bahwa konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian

sengketa perlindungan konsumen secara patut. Yang dimana jika

konsumen mengalami kendala atau perselisihan terkait dengan transaksi jual beli, maka mereka mempunyai hak untuk memperoleh bantuan, perlindungan, dan upaya penyelesaian yang adil dan layak dari pihak yang berwenang dalam perlindungan konsumen.

“Advokasi” mengarah pada dukungan atau representasi yang diberikan kepada konsumen dalam melindungi hak-hak mereka. Ini bisa berupa bantuan dari organisasi atau lembaga yang memperjuangkan hak-hak konsumen, contohnya seperti lembaga

<sup>138</sup> Seldya Vindi Mayce, Risma Riski Ramadani, Riska Nuvia Cahyani, Teralia Anataya, Pengaturan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce, *Jurnal Hukum dan Keadilan*, Vol. 2 No. 1 (Maret 2023), 7.

perlindungan konsumen, badan pengawas perdagangan, atau organisasi nirlaba yang berfokus pada advokasi konsumen.

“Perlindungan” mengarah pada tindakan atau langkah-langkah yang diambil untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan atau melanggar hak konsumen lain. Ini bisa berupa penerapan peraturan atau kebijakan perlindungan konsumen, tindakan penegakan hukum terhadap pelanggar, atau pembentukan mekanisme penyelesaian sengketa secara efektif.<sup>139</sup>

“Upaya penyelesaian sengketa” mengarah pada proses penyelesaian perselisihan atau masalah antara konsumen dan penyedia barang atau jasa. Ini bisa melibatkan mediasi, negosiasi, arbitrase, atau proses penyelesaian sengketa lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan solusi yang adil dan memuaskan bagi semua pihak yang

terlibat.<sup>140</sup> Mekanisme TikTok Shop dalam penanganan konsumen melalui *Customer Service* tidak personal, maka pendampingan advokasi yang dilakukan terbilang sulit, salah satu kasus yang dialami narasumber adalah saat mereka berbelanja di TikTok Shop lalu ternyata penipuan, narasumber menggunakan fitur *Customer Service* namun uang mereka yang sudah dikirim tidak bisa dikembalikan.<sup>141</sup>

---

<sup>139</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 21.

<sup>140</sup> Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 448.

<sup>141</sup> Nazwa Karnelia Attaya, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok” (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2024), 17.

- c. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

Pasal ini menerangkan bahwa konsumen mempunyai hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi atau penggantian jika barang atau jasa yang mereka peroleh tidak sesuai atau tidak memenuhi standar yang semestinya. Artinya, jika konsumen membeli barang atau menggunakan jasa dengan harapan sesuai dengan deskripsi yang diberikan atau kualitas yang dijanjikan, namun kenyataannya barang atau jasa itu tidak sesuai dengan yang diharapkan, konsumen berhak untuk mendapatkan penggantian atau kompensasi yang layak atas ketidaksesuaian tersebut.

Contohnya, jika seseorang membeli sebuah produk pada aplikasi TikTok Shop, dan barang tersebut tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan penjual. Mungkin produk tersebut rusak, cacat, atau tidak berfungsi dengan baik. Dalam kondisi seperti ini, konsumen mempunyai hak untuk meminta penggantian produk yang sesuai dengan deskripsi atau ganti rugi atas kerugian yang dialami, seperti biaya pengiriman atau waktu yang terbuang.

TikTok Shop mengakomodir pengembalian barang yang tidak sesuai, namun titik persetujuan bukan ada pada TikTok Shop tetapi ada pada penjual yang berjualan menggunakan aplikasi TikTok,

sehingga jika konsumen mengajukan pengembalian maka ditolak dengan penjual maka konsumen harus menerima.

Perlindungan konsumen melalui platform seperti TikTok bukanlah sekedar opsi, akan tetapi sebuah keharusan karena sengan meningkatkan jumlah transaksi online, resiko terhadap praktis bisnis yang tidak etis juga meningkat.<sup>142</sup> Tidak hanya itu, konsumen juga harus memiliki akses yang mudah untuk menyampaikan keluhan atau sengketa jika terjadi masalah dalam transaksi mereka. Ini bisa berupa penolakan pengembalian uang, ketidaksesuaian produk dengan deskripsi yang dicantumkan atau masalah lainnya. Mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan transparan penting untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen tidak diabaikan dan kepercayaan dalam berbelanja online tetap terjaga. Terdapat dua cara yang dapat dilakukan dalam penyelesaian sengketa konsumen, yaitu:

#### 1) Non Litigasi

Non litigasi merupakan penyelesaian sengketa yang dilakukan diluar pengadilan, jika para pihak yang bersangkutan memilih penyelesaian non litigasi mereka dapat mengadopsi berbagai pendekatan, seperti mediasi, negosiasi, atau arbitrase.<sup>143</sup>

Penyelesaian melalui musyawarah antara para pihak, melibatkan pihak ketiga sebagai mediator atau melauai lembaga khusus yang

<sup>142</sup> Daevina Sari, “Analisis Pelaksanaan Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Wanprestasi Pelaku Usaha Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce) (Studi Kasus Pada E-Commerce Media Sosial TikTok)” (Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2023).

<sup>143</sup> Usman, Rachmadi, “*Pilihan Penyelesaian sengketa Di Luar Pengadilan*” (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2003), 7.

ditunjuk untuk menangani sengketa konsumen merupakan opsi yang tersedia ketika penyelesaian diluar pengadilan menjadi pilihan para pihak. Penyelesaian sengketa ini memerlukan kesepakatan dari semua para pihak yang terlibat. Selama proses penyelesaiannya, para pihak akan terlibat dalam diskusi yang melibatkan beberapa aspek, seperti penentuan jumlah ganti rugi untuk kerugian materiil yang dialami oleh pihak yang dirugikan, serta pembahasan mengenai tindakan preventif yang dapat diambil untuk mencegah terulangnya kerugian serupa dimasa depan. Proses ini memungkinkan terjadinya dialog antara pihak-pihak yang terlibat untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Penyelesaian sengketa diluar pengadilan dapat direalisasikan dengan melibatkan dua pihak yang terlibat langsung dalam konflik, atau dengan menghidirkan pihak ketiga sebagai mediator, seperti dalam mediasi. Meskipun kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikan sengketa tanpa pengadilan, penting untuk diingat bahwa keputusan tersebut tidak menghapuskan tanggungjawab pidana yang mungkin ada kaitannya dengan sengketa tersebut, sehingga walaupun proses penyelesaian dilakukan secara damai di luar pengadilan, aspek- aspek hukum

dan tanggungjawab pidana masih tetap relevan dan harus dipertimbangkan dengan serius oleh semua pihak yang terlibat.<sup>144</sup>

Apabila penyelesaian sengketa diluar pengadilan berhasil mencapai kesepakatan, langkah selanjutnya ialah segera mendaftarkan keputusan tersebut ke Pengadilan Negeri setempat untuk mendapatkan penetapan resmi. Penetapan ini mempunyai peran penting selama proses eksekusi hukum, karena mengukuhkan kesepakatan yang dicapai oleh para pihak terlibat. Penetapan yang disahkan oleh pengadilan berfungsi ketika salah satu pihak tidak mematuhi kewajibannya sesuai dengan kesepakatan, pengadilan dapat terlibat dalam proses eksekusi kesepakatan tersebut. Hal ini berarti bahwa ketika terjadi pelanggaran terhadap kesepakatan, pihak yang merasa dirugikan dapat meminta bantuan pengadilan untuk menegakkan hak-haknya sesuai dengan apa yang telah disepakati sebelumnya.<sup>145</sup>

Penting untuk dicatat bahwa jika para pihak telah sepakat untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan, maka gugatan di pengadilan hanya dapat diajukan setelah proses penyelesaian sengketa di luar pengadilan tersebut gagal mencapai kesepakatan secara damai melalui proses di luar pengadilan tidak berhasil, maka para pihak mempunyai opsi untuk mengajukan gugatan ke

---

<sup>144</sup> Nazwa Karnelia Attaya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok" (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2024), 19.

<sup>145</sup> Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 449.



pengadilan guna menyelesaikan sengketa tersebut secara resmi melalui jalur hukum yang berlaku.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur pembentukan badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai salah satu mekanisme utama untuk menangani sengketa konsumen. Badan ini bertujuan agar menjadi sarana serta fasilitator bagi para pihak yang terlibat dalam sengketa konsumen, baik melalui mediasi, arbitrase, maupun konsiliasi. Pemerintah bertanggungjawab atas pembentukan badan ini dan menempatkannya di tingkat daerah kedua, sehingga lebih dekat dengan masyarakat.

Meskipun badan ini di bentuk oleh pemerintah, namun cara penyelesaiannya dilakukan diluar pengadilan. Badan ini memiliki fungsi sebagai lembaga penengah yang objektif dan netral untuk membantu para pihak mencapai kesepakatan tanpa harus melalui proses peradilan formal. Anggota badan terdiri dari minimal tiga hingga lima orang yang mewakili berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha dan konsumen. Keterwakilan dari berbagai pihak ini penting untuk memastikan bahwa kepentingan semua pihak tercakup dan dipertimbangkan dalam proses penyelesaian sengketa konsumen.<sup>146</sup>

---

<sup>146</sup> Nazwa Karnelia Attaya, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok", (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2024), 21.

Apabila konsumen dan pelaku usaha yang berselisih sepakat untuk menyelesaikan sengketa melalui badan penyelesaian sengketa konsumen, keputusan yang dijatuhkan oleh badan ini memiliki sifat mengikat, serupa dengan putusan yang diberikan oleh pengadilan. Badan ini mempunyai kewajiban untuk mengeluarkan putusan atas sengketa yang diajukan dalam waktu maksimal 21 hari setelah menerima gugatan. Setelah putusan dikeluarkan, badan ini juga berkewajiban untuk meminta penetapan eksekusi dari Pengadilan Negeri yang berwenang, khususnya di wilayah tempat tinggal konsumen yang dirugikan. Tidak hanya itu, jika pelaku usaha tidak mematuhi putusan yang telah dijatuhkan oleh badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, badan tersebut juga mempunyai kewajiban untuk melaporkan kejadian tersebut kepada penyidik yang berwenang. Tindakan ini penting untuk memastikan penegakan hukum yang efektif dan memberikan sanksi yang sesuai terhadap pelaku usaha yang melanggar putusan badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

## 2) Litigasi

Litigasi merupakan penyelesaian sengketa melalui proses hukum di pengadilan, jika para pihak yang bersangkutan memilih litigasi, maka prosedur hukum harus diikuti sesuai dengan

peraturan yang berlaku di pengadilan.<sup>147</sup> Pelaku usaha yang melanggar ketentuan yang diatur dalam pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dikenakan sanksi administratif oleh badan Penyelesaian Sengketa. Sanksi administratif tersebut berupa ganti rugi yang besarnya dapat mencapai Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah), sebagai bentuk tanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan kepada konsumen akibat pelanggaran tersebut. Akan tetapi, jika pelaku usaha terbukti melanggar pasal-pasal tertentu, Badan Penyelesaian Sengketa mempunyai kewenangan untuk memberikan sanksi pidana yang lebih berat.<sup>148</sup>

Apabila pelanggaran yang terjadi menyebabkan kerugian fisik seperti luka atau cacat, maka pelanggaran tersebut dapat dikenai sanksi pidana berdasarkan hukum pidana yang berlaku.

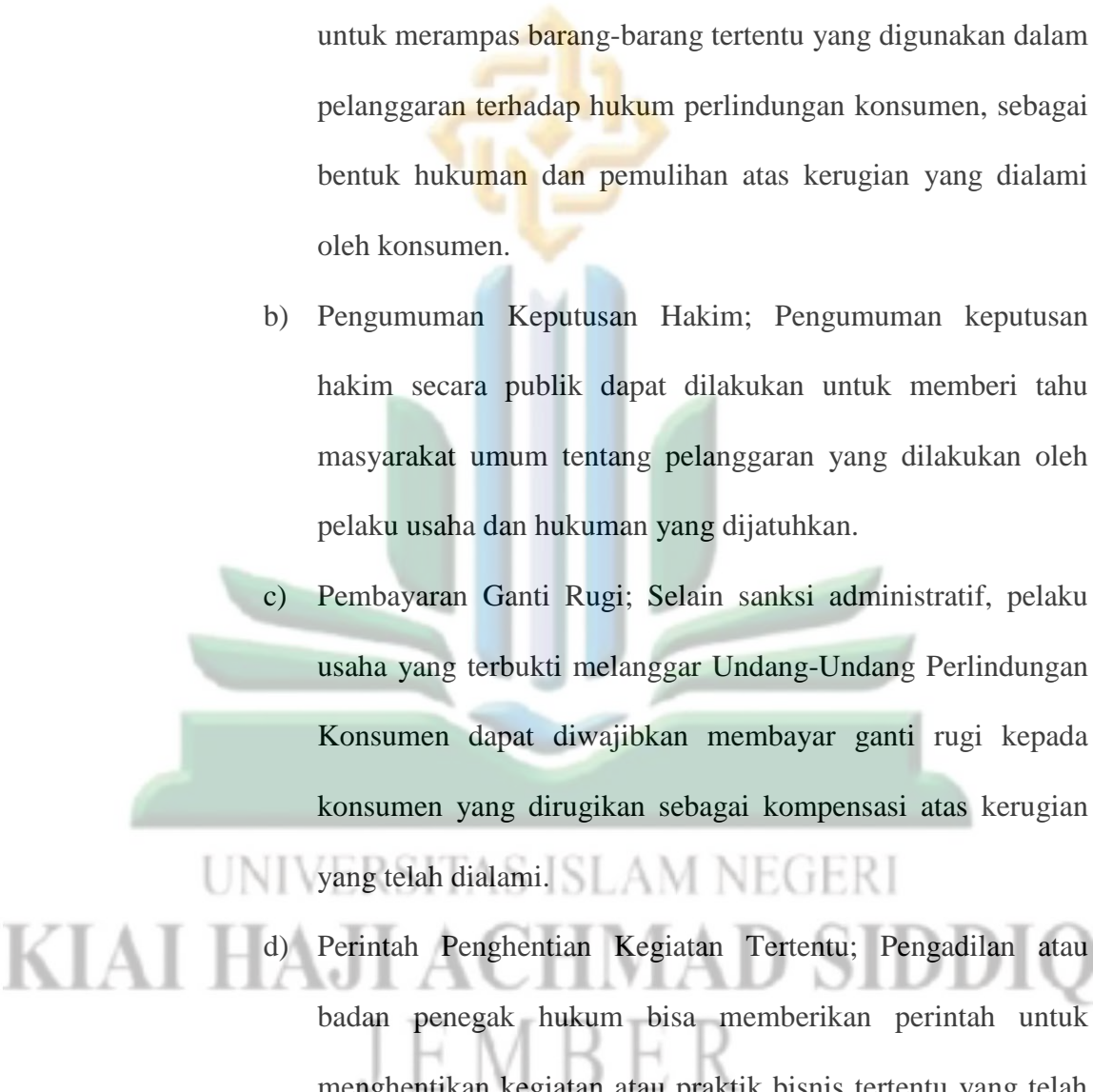
Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur sanksi pidana tambahan yang bertujuan untuk menegakkan kepatuhan terhadap hukum serta melindungi kepentingan konsumen. Sanksi-sanksi ini adalah tahap-tahap tambahan yang boleh diberlakukan oleh pengadilan atau badan penegak hukum dalam rangka memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan perlindungan konsumen.

Beberapa sanksi pidana tambahan yang dikenal, yaitu:

---

79. <sup>147</sup> Sunggono, "*Metodologi Penelitian Hukum*", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003),

80. <sup>148</sup> Sunggono, "*Metodologi Penelitian Hukum*", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003),

- 
- a) Perampasan Barang Tertentu; Pengadilan dapat memutuskan untuk merampas barang-barang tertentu yang digunakan dalam pelanggaran terhadap hukum perlindungan konsumen, sebagai bentuk hukuman dan pemulihan atas kerugian yang dialami oleh konsumen.
- b) Pengumuman Keputusan Hakim; Pengumuman keputusan hakim secara publik dapat dilakukan untuk memberi tahu masyarakat umum tentang pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dan hukuman yang dijatuhkan.
- c) Pembayaran Ganti Rugi; Selain sanksi administratif, pelaku usaha yang terbukti melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diwajibkan membayar ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan sebagai kompensasi atas kerugian yang telah dialami.
- d) Perintah Penghentian Kegiatan Tertentu; Pengadilan atau badan penegak hukum bisa memberikan perintah untuk menghentikan kegiatan atau praktik bisnis tertentu yang telah menyebabkan timbulnya kerugian bagi konsumen.
- e) Kewajiban Penarikan Barang dari Peredaran; Jika barang yang dijual oleh pelaku usaha telah terbukti berbahaya atau melanggar standar keselamatan, pengadilan dapat memerintahkan penarikan barang tersebut dari peredaran.

f) Pencabutan Izin Usaha; Jika pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha sangat serius, pengadilan atau badan penegak hukum dapat memutuskan untuk mencabut izin usaha yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut sebagai tindakan hukuman.<sup>149</sup>

Sanksi-sanksi pidana tambahan ini adalah instrumen penting dalam menegakkan aturan dan memberikan perlindungan yang efektif kepada konsumen, serta mendorong kepatuhan dari pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Hal ini menunjukkan seriusnya konsekuensi hukum yang dihadapi oleh pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta pentingnya menjaga kepatuhan terhadap hak-hak dan kesejahteraan konsumen dalam setiap transaksi bisnis.<sup>150</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

TEMBER

Analisis mengenai penyelesaian sengketa konsumen menunjukkan bahwa terdapat berbagai cara untuk menyelesaikan permasalahan atau sengketa, baik melalui jalur pengadilan ataupun di luar pengadilan. Beberapa cara alternatif yang bisa dilakukan ialah sebagai berikut:

- a. Musyawarah: Pihak-pihak yang terlibat dalam sengketa dapat melakukan musyawarah untuk mencapai kesepakatan tanpa melibatkan pihak ketiga.

<sup>149</sup> Pasal 63 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>150</sup> Barda Nawawi Arief, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003), 88.

b. Penyelesaian Sengketa dalam Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase: Alternatif penyelesaian sengketa melalui lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, seperti:<sup>151</sup>

- 1) Konsultasi: Tindakan personal antara pihak yang bersengketa dan konsultan untuk memberikan nasehat terhadap kebutuhan pihak tersebut.
- 2) Negosiasi: Proses di mana kedua pihak mencapai kesepakatan melalui kompromi dan memberikan kelonggaran.
- 3) Mediasi: Penyelesaian sengketa secara pribadi dengan bantuan mediator yang netral untuk membantu pihak yang bersengketa mencapai kesepakatan.
- 4) Penilaian ahli: Dalam melakukan proses ini dibutuhkan persetujuan dari para pihak untuk memberikan fakta serta pendapat kepada ahli. Dan ahli tersebut yang nantinya akan melakukan penyelidikan dan pencarian fakta guna mendapat informasi lebih lanjut dan akan membuat keputusan.

Langkah-langkah perlindungan konsumen khususnya bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli elektronik melalui TikTok bisa dicapai dengan memenuhi hak-hak konsumen dan mematuhi kewajiban dan tanggung jawab oleh pelaku usaha. Apabila dalam pelaksanaannya ditemukan permasalahan, maka sengketa yang

---

<sup>151</sup> Seldya Vindi Mayce et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui *E-Commerce*: (Studi Kasus Pembelian Melalui Sosial Media TikTok)," *PLEDOI (Jurnal Hukum dan Keadilan)* 2, no. 1 (2023), 1-11.

terjadi bisa diselesaikan sebagaimana perselisihan hukum pada umumnya, baik dengan upaya penal maupun non-penal, baik berupa permasalahan perdata maupun pidana.<sup>152</sup>

Analisis perlindungan hukum ialah upaya untuk memberikan jaminan kepada individu atau kelompok agar hak-hak mereka terpenuhi dan terjaga dari tindakan yang merugikan. Dalam konteks perlindungan konsumen, bentuk perlindungan hukum dapat dibagi menjadi beberapa kategori:

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa sebelum masalah muncul. Misalnya, undang-undang menetapkan kewajiban bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai produk yang mereka beli.

b. Perlindungan Hukum Represif

Jika sengketa telah terjadi, perlindungan hukum yang represif menyediakan jalur bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi atau kompensasi atas kerugian yang dialami. Dalam Hal ini, konsumen mempunyai hak untuk mengajukan tuntutan sesuai

---

<sup>152</sup> Barda Nawawi Arief, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 90.

dengan ketentuan hukum yang berlaku, termasuk kemungkinan mengajukan sengketa melalui pengadilan atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

c. Sanksi Administratif dan Pidana

Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan hukum. Sanksi ini bisa berupa denda, ganti rugi, dan sanksi pidana jika pelanggaran menyebabkan kerugian fisik kepada konsumen. Sanksi ini berfungsi untuk memberikan efek jera kepada pelaku usaha agar lebih berhati-hati dalam melakukan praktik bisnis.

d. Perlindungan Melalui Lembaga Penyelesaian Sengketa

Konsumen juga dapat memanfaatkan lembaga penyelesaian sengketa yang menangani masalah antara konsumen dan pelaku usaha tanpa melalui jalur pengadilan. Lembaga ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam menyelesaikan masalahnya secara cepat dan murah, serta mengurangi beban sistem pengadilan.

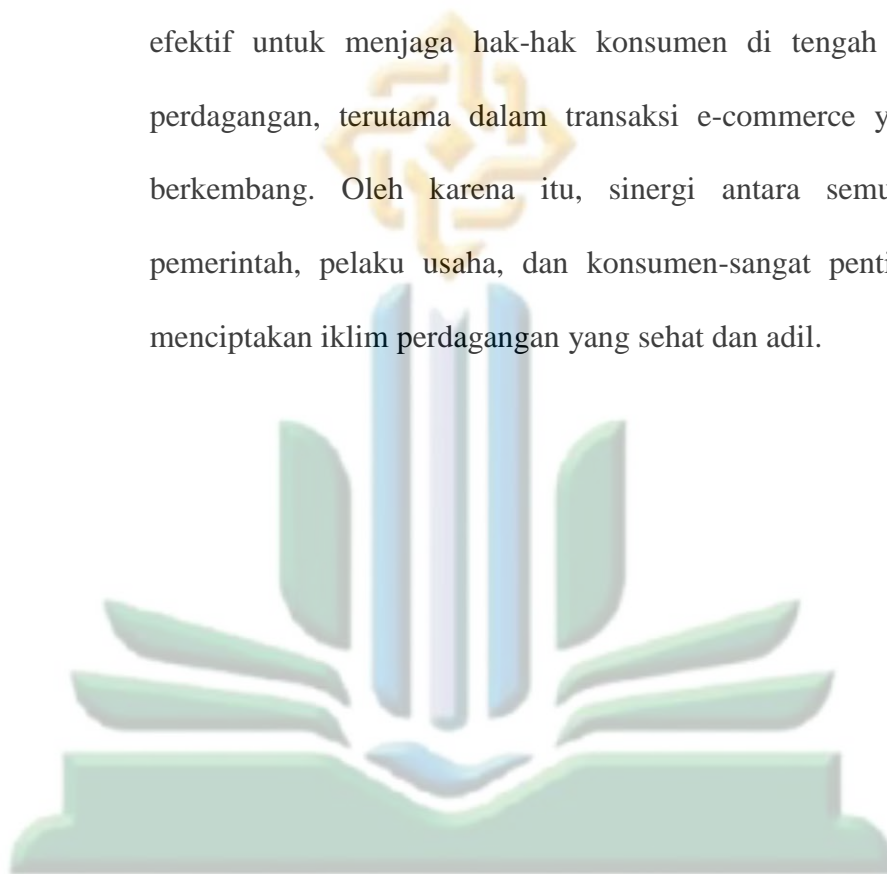
e. Pemberdayaan Konsumen

Selain itu, perlindungan hukum juga berusaha memberdayakan konsumen melalui pendidikan dan penyuluhan mengenai hak-hak mereka, sehingga konsumen lebih sadar dan mampu melindungi diri dari praktik bisnis yang merugikan.

Berdasarkan analisis di atas, perlindungan hukum terhadap konsumen bukan hanya terbatas pada pembuatan undang-undang,



tetapi juga melibatkan implementasi dan penegakan hukum yang efektif untuk menjaga hak-hak konsumen di tengah dinamika perdagangan, terutama dalam transaksi e-commerce yang terus berkembang. Oleh karena itu, sinergi antara semua pihak-pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen-sangat penting untuk menciptakan iklim perdagangan yang sehat dan adil.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan penulis sebagaimana dalam rumusan masalah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan hal yang krusial, terutama dalam konteks *e-commerce*, di mana konsumen sering kali berada dalam posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) mengatur hak dan kewajiban baik bagi konsumen maupun pelaku usaha, memberikan kepastian hukum dan melindungi hak-hak konsumen dari praktik yang merugikan. Perlindungan ini mencakup hak atas kenyamanan, keamanan, informasi, dan kesempatan untuk menyampaikan keluhan, serta kewajiban untuk bertindak dengan itikad baik dalam transaksi.
2. Efektivitas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mencerminkan sejauh mana peraturan tersebut mampu melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Dalam konteks ini, efektivitas hukum tidak hanya diukur dari adanya regulasi, tetapi juga dari sejauh mana hukum tersebut ditaati oleh masyarakat, termasuk pelaku usaha dan konsumen. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas undang-undang ini adalah pengetahuan tentang

substansi hukum, peran penegak hukum, infrastruktur pendukung, kondisi masyarakat, dan budaya hukum yang ada.

3. Adapun perlindungan yang diberikan TikTok Shop belum sepenuhnya memenuhi kewajiban dalam melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, yang mana pertama dalam perlindungan Preventif, TikTok Shop belum sepenuhnya memenuhi hak-hak konsumen yang tercantum dalam UU PK dan Permenkominfo No. 5 Tahun 2020. Yang kedua perlindungan Represif, TikTok Shop memiliki kekurangan dalam hal *Customer Service*, mekanisme advokasi dan penyelesaian sengketa, serta proses pengembalian barang yang tidak sesuai.

## **B. Saran**

Dari Kesimpulan diatas selanjutnya penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak Konsumen yang akan melakukan transaksi melalui media internet(online) harus lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi, kenali terlebih dahulu alamat web atau situs yang menyediakan jasa jual beli tersebut serta pahami klausula baku yang diadakan oleh pihak pelaku usaha atau penjual. Serta pahami hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
2. Perlunya pemahaman dini terhadap konsumen dalam melakukan transaksi melalui media internet, karena transaksi *e-commerce* memiliki mekanisme yang berbeda dengan transaksi konvensional.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Al-Qur'an dan Hadis

Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275.

### B. Buku

Al Mariam Darus Badruzaman et. *Kompilasi Hukum Perikatan*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung. 2001.

Ali Achmad. *Menguak Teori Hukum (Legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicialprudence) Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legisprudence)*. Jakarta. Penerbit Kencana. 2009.

Ali Muhammad. *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung. Angkasa 1997.

Amiruddin & Zainal Azikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo 2018.

Arief Barda Nawawi. *Kapita Selekta Hukum Pidana*. Bandung. Citra Aditya Bakti. 2003.

Atmasasmita Romli. *Reformasi Hukum. Hak asasi manusia dan Penegakan hukum*. Bandung. Mandar Maju. 2001.

Atsar Abdul. Rani Apriani. 00000. Sleman: Deepublish. 2019.

AZ Lukman Santoso. *Aspek Hukum Perjanjian*. ctk pertama. Penebar Media Pustaka. Yogyakarta. 2019.

Baraktullah Abdul Halim dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2006.

Baraktullah Abdul Halim. *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-commerce di Indonesia*. Bandung: Nusa Media. 2019.

Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikat Halal*. UIN Maliki Pres. Malang. 2011.

Dapertemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Edisi IV Cet. 1; Jakarta: PT Gramedia Pustaka. 2008.

Dewi. Radix Prima. "Sosial Media Sebagai Sarana Jual Beli Online". 2019.

- Hariri Wawan Muhwan. *Hukum Perikatan: Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam*. Bandung: Pustaka Setia. 2011.
- Hisan Moh. Syifa'ul. "Pengantar Manajemen Ziswaf di Indonesia" Ctk. Pertama; Jember: Al- Bidayah. 2023.
- Ibrahim Jhonny. *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*. cetakan 1. Malang: Bayu Media Publishing. 2005.
- Indrajat Richardus Eko. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2001.
- Kahlany Al. Subul al- Salam. *Jilid 4*. Bandung: Dahlan.
- KBBI. Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Kristiynti Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. 2008.
- Lubis. Suhrawardi K. dkk. "Hukum Ekonomi Islam". Jakarta: Sinar Grafika. 2012.
- M Didik. Arief Mansur dan Elisatris Gultom. *Cyber Law. Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Refika. Bandung. 2005.
- Marbun B.N. "Kamus Hukum Indonesia". Jakarta: Sinar Harapan. 2006.
- Marzuki Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011.
- Miru Ahmadi dan Sakapati. *Hukum Perjanjian Penjelasan Makna Pasal-Pasal Perjanjian Bernama Dalam KUHPerdota*. Sinar Grafika. Ctk. Pertama. Jakarta. 2020.
- Miru Ahmadi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2011.
- Moloeng. *metedologi penelitian*. Jakarta: 2004.
- Muhammad Abdulkadir. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti. Cetakan ke-5. 2017.
- Muhammad Abdulkadir. *Hukum Perjanjian*. PT Alumni. Bandung. 2010.
- Mustainah Lila. "Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Live Streaming Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif". Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2024.

- Nugroho Susanti Adi. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2008.
- Pradjodikoro Wirjono. *Hukum Perjanjian Asas-Asas*. Mazdar Madju. Bandung. 2000.
- Purbo Onno W dan Anang Arief Wahyudi. *Mengenai E-Commerce*. Alex Media Computendo. Jakarta. 2000.
- Rahman Jalal al-Din ‘Abd al. Al- Suyuti. Al- Jami’ al- Shaghir fi al- Haditsah al- Bashir al- Nadir. *Jilid 2*. Beirut: al- Kutub al- ‘Ilmiyyah. T.th.
- Ramli Ahmad M. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* Bandung: PT. Refika Aditama. 2004.
- Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Sidharta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi*. Jakarta: Grasindo. 2006.
- Soekanto Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1983.
- Streers Richard M. *Efektivitas Organisasai Perusahaan*. Jakarta. Erlangga. 1985.
- Sudrajat Tedi dan Endra Wijaya. *Perlindungan Hukum Terhadap Tindakan Pemerintahan*. Jakarta: Sinar Grafika. 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sunggono. “*Metodologi Penelitian Hukum*”. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003.
- Suratman dan Philips Dillah. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Susanto Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia. 2008.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2021*. Jember. UIN KHAS Jember. 2021.
- Usman. Rachmadi. “*Pilihan Penyelesaian sengketa Di Luar Pengadilan*” Bandung: Citra Aditya Bhakti. 2003.

Widiarty Wiwik Sri. “*Hukum Perlindungan Konsumen*” Depok: PT. Komodo Books. 2016.

Wulandari Andi Sry Rezky. Nurdiyana Tadjuddin. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2018.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen* Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media 2013.

### **C. Skripsi**

Attaya Nazwa Karnelia. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok”. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2024.

Cahyono Eko Budi. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi *E-Commerce* Melalui Pembayaran *Cash On Delivery*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2023.

Dullal Mohammad. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Perspektif UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Skripsi IAIN Jember. 2019.

Nugroho Muhammad Yusuf Dwi. Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Rusak Di *E-Commerce* Ditinjau Dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Skripsi Universitas Semarang. 2022.

Ramadhanty Annisa Dira Qisthy. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui TikTok Shop. Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2023.

Sari Daevina. “Analisis Pelaksanaan Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Wanprestasi Pelaku Usaha Melalui Transaksi Elektronik (*E-Commerce*) Studi Kasus Pada *E-Commerce* Media Sosial TikTok. Universitas Islam Sultan Agung Semarang. 2023.

### **D. Tesis**

Widiyastuti Anissa. Praktek Jual Beli Di TikTok Shop Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Dan Fatwa DSN-MUI. Tesis UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023.

### **E. Jurnal**

Al Seldya Vindi Mayce et. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui *E-Commerce*: Studi Kasus Pembelian Melalui Sosial Media TikTok”. *PLEDOI Jurnal Hukum dan Keadilan* 2. no. 1. 2023.

- Alydrus Sayyid Muhammad Zein, Suhadi, Ratna Lutfitasari. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen PT. PLN Persero Balikpapan Terkait Adanya Pemadaman Listrik". *Jurnal Lex Suprema*. Vol.2. No.1. 2020.
- Anugrah Dikha. "Strategi Pembaharuan Hukum Transaksi Jual Beli Online dengan Metode Pembayaran *Cash On Delivery*". *Jurnal Penelitian Universitas Kuningan*. Volume 13 Nomor 1. 2022.
- Arifah, Fatimah Nur. "Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online". *Jurnal Transformasi* 11. no. 2. Tahun 2015.
- Aswar Asrul, Resdianto Willem. "Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Yang Adil Bagi Konsumen". *Alauddin Law Development Journal ALDEV*. Vol. 5. No. 1. 2023.
- Benuf Kornelius. "Urgensi Kebijakan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Fintech Peer To Peer Lending Akibat Penyebaran Covid-19". *Jurnal Rechts Vinding*. Vol.9. No.2. Agustus. 2020.
- Damayanti Ariningsih Nura, Zanuvar Bayu Pamungkas, dan Tri Indah Lestari. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan". dalam Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi vol. 3. 2023.
- Devi Ria Shinta, Feryanti Simorsoit, Universitas Darma Agung, Medan. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen *E-Commerce* Menurut Undang-Undang NO.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". *Jurnal Rectum*. Vol 2, No 2, Juli 2020.
- Fista Yanci Libria, Aris Machmud, Suartini. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Ditinjau dari Segi Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen" *Jurnal Binamulia Hukum*. Vol.12. No.1. Juli 2023.
- Gunawan Johannes. "Kontroversi *Strict Liability* Dalam Hukum Perlindungan Konsumen". *Veritas et Justitia* 4. no. 2. 2018.
- Hanim Lathifah. "Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Sebagai Akibat Globalisasi Ekonomi". *Jurnal Pembaharuan Hukum* Vol 1. 2. Mei-Agustus. 2014.
- Iska Syukri. *E-Commerce* Dalam Perspektif Hukum Ekonomi. *JURIS* Volume 9 No. 02. Desember. 2010.
- Khotimah Cindy Aulia dan Jeumpa Crisan Chairunnisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online *E-Commerce*". *BUSINESS LAW REVIEW*. Vol. 1. No. 1. 2016.



- Lumentut Regina, Wulanmas A P G Frederik, Revy S. M. Korah. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi TikTok Shop. *Jurnal Lex Administratum* Vol.XI/No.3/Mei/2023.
- Maharani Alfina dan Adnand Darya Dzikra. “Fungsi Perlindungan Konsumen dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia: Perlindungan, Konsumen dan Pelaku Usaha Literature Review”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2. no. 6 2021.
- Marco Robert dan Bernadheta Tyas Puspa Ningrum. “Analisis Sistem Informasi *E-marketplace* pada Usaha Kecil Menengah UKM Kerajinan Bambu Brajan”. *Jurnal Ilmiah DASI*. Volume 18 Nomor 2 Juni. 2017.
- Mayce Seldya Vindi, Risma Riski Ramadani, Riska Nuvia Cahyani, Teralia Anataya. Pengaturan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui *E-Commerce*. *Jurnal Hukum dan Keadilan*. Vol.2 No.1 Maret 2023.
- Nisantika Riris, Ni Luh Putu Egi Santika Maharani. “Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”. *Jurnal Locus Delicti*. Volume 2 Nomor 1 April 2021.
- Nufus, Hayatun, and Trisni Handayani. “Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan Studi Kasus Pada *TN Official Store*”. *Jurnal EMT KITA* 6. No.1 (2022).
- Nugraha Rifan Adi, Jamaluddin Mukhtar, Hardika Fajar Ardianto. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online”. *Jurnal Serambi Hukum*. Vol.08. No. 02. Agustus. 2014- Januari. 2015.
- Permata Sherlina dan Hendra Haryanto. “Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi *Shopee Pay Later*”. *Krisna Law: Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana* 4. no. 1 2022.
- Rahmidani Rose. “Penggunaan *E-Commerce* Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan”. *Jurnal FH UNP*. 2015.
- Ramadhona Bella Citra dan Anak Agung Gede Agung Dharmakusuma. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Wanprestasi Dalam Transaksi Elektronik”. Kertha Semaya: *Journal Ilmu Hukum*. 2018.
- Sandrina Gusti Ayu, I Made Dedy Priyanto. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang Yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja Tiktok Shop”. *Jurnal Kertha Semaya*. Vol.11 No.3. Tahun 2023.

Situmorang Ferdinan. “Keabsahan Kontrak Jual Beli Secara Elektronik (E-Commerce) Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik”. *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan. Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura* 4. No. 2. 2016.

Sofiah Rodatus. Suhartono. dan Ratna Hidayah. “Analisis Karakteristik Sains Teknologi Masyarakat (STM) Sebagai Model Pembelajaran: Sebuah Studi Literatur”. *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan*. Vol. 9. 1No. 1. Mei 2020,

Torong Dhea Cynara. “Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli Melalui Media Internet”. *Jurnal Perspektif Hukum* 2. no. 1 2021.

#### **F. Undang-Undang**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020.

Undang-Undang Nomor 71 Tahun 2019.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

#### **G. Internet**

Di akses terakhir tanggal 01 Juli 2024

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/19/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya>

Diakses terakhir 02 Juni 2024, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/4-syarat-sah-perjanjian-dan-akibatnya-jika-takdipenuhi-cl4141/>

Kamus Besar Bahasa Indonesia <https://kbbi.web.id/konsumen.html>

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Intan Syarafina Syupian  
NIM : 204102020061  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka Saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa pengakuan dari siapapun.

Jember, 22 November 2024

Saya yang menyatakan



**Intan Syarafina Syupian**  
NIM. 204102020061

**BIODATA PENULIS****A. Identitas Diri**

1. Nama : Intan Syarafina Syupian
2. Nim : 204102020061
3. Tempat, tanggal lahir : Jembrana, 18 Juli 2002
4. Alamat : Loloan Timur, Jembrana, Bali
5. Fakultas : Syariah
6. Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
7. E-mail : [intansyarafina187@gmail.com](mailto:intansyarafina187@gmail.com)

**B. Riwayat Pendidikan**

1. TK Permata Iman (2006-2007)
2. SDN 2 Loloan Timur (2007-2014)
3. SMP Nurul Abror Al-Robbaniyyin (2014-2017)
4. MAN 3 Jembrana (2017-2020)
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2020-2024)