

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli adalah kegiatan sehari-hari yang dilakukan masyarakat sebagaimana mestinya untuk memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan lahir dan batin. Wirjono Prodjodikoro menyebutkan bahwa jual beli merupakan suatu persetujuan yang dimana seorang pihak mengikatkan dirinya untuk wajib menyerahkan suatu barang dan pihak lainnya memiliki kewajiban untuk membayar barang dari barang yang telah diberikan pihak pertama dan sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Jual beli merupakan transaksi dan perjanjian yang dilakukan oleh 2 orang atau lebih.¹ Jual beli seiring berkembangnya waktu semakin dipermudah dan dimodernisasi oleh zaman agar pasar dan konsumen semakin lebih dekat.

Konsumen dapat diartikan sebagai setiap orang yang memakai barang maupun jasa yang tersedia dalam masyarakat, konsumen melakukan kegiatan baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga bahkan orang lain. Konsumen merupakan penggerak dari aktivitas perdagangan dan sebagai capaian dari produksi yang telah dilakukan oleh produsen.²

¹ Raden Mas Suryodiningrat, *Perikatan-Perikatan Bersumber Perjanjian* (Bandung: Tarsito, 1978).

² Wahyu Simon Tampubolon, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Ilmiah Advokasi* 4, no. 1 (2016): 53–61.

Terdapat tiga faktor utama yang mendorong pergerakan ekonomi di Indonesia, menurut statistik tenaga kerja Februari 2019. Mereka adalah sektor kehutanan, perikanan, dan pertanian dengan persentase 29,46 persen, perdagangan dengan persentase 18,92 persen, dan industri pengolahan dengan persentase 14,09 persen. Berdasarkan yang disajikan, jelas bahwa salah satu indikasi utama yang mendorong perekonomian masyarakat adalah perdagangan.

Aspek pada bidang teknologi yang pada awalnya hanya digunakan sebagai media penyebaran informasi, hiburan dan sekarang merambah pada bidang bisnis dan perdagangan sehingga muncul istilah baru yakni *E - Commerce*. Zaman semakin berkembang jual beli semakin dekat dan mudah dengan aplikasi yang ada di ponsel pintar. Berkembangnya dunia perekonomian dan perdagangan dengan teknologi yang canggih saat ini, era modern tidak lagi menggunakan dengan cara kontak fisik atau konvensional antara pedagang dan konsumen, namun dalam perkembangannya saat ini transaksi dalam jual beli dapat digunakan dengan memanfaatkan jejaring internet dan teknologi informasi melalui *E-commerce*. *E-commerce* dapat diartikan sebagai salah satu model jual beli atau perdagangan yang memungkinkan bagi konsumen dapat membeli barang.

TikTok menjadi sangat populer dalam tiga tahun terakhir. Aplikasi tersebut pertama kali muncul di Indonesia pada awal 2017 saat pandemi COVID-19 sedang melanda. Aplikasi TikTok telah berkembang menjadi pasar online terbesar di Indonesia saat ini. Tidak diragukan lagi, hal ini memiliki

dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Pasar online TikTok yang muncul dengan cepat menarik banyak pengguna dan mendapat tanggapan yang berbeda dari masyarakat. Pesatnya berkembang TikTok Shop memengaruhi ekonomi digital, khususnya *e-commerce*, terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia sangat besar.³

Teknologi dan informasi yang biasa disingkat dengan IT (*Information Technology*) sudah merubah keadaan pada masyarakat, IT sudah menciptakan jenis barang dan peluang pekerjaan yang baru dan juga menciptakan jenis lapangan usaha dalam pekerjaan manusia.⁴ Salah satu aspek yang mengalami perkembangan signifikan adalah di bidang Teknologi dan Internet. Melalui internet, masyarakat memiliki akses yang lebih luas dalam memilih produk (baik barang maupun jasa) yang ingin mereka gunakan, dengan berbagai macam kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.⁵

E-commerce juga peluang besar dalam perdagangan, dalam biaya operasional, *e-commerce* memangkas beberapa aspek seperti biaya sewa bangunan, perekrutan pegawai, pendirian bangunan, *maintenance* atau perawatan toko, dan detail detail barang yang digunakan untuk jual beli, dalam hal pencatatan dan perekapan data keuangan juga dipermudah karena memiliki

³ Kandi Dwi Pratiwi, "E-Commerce and Economic Growth in Indonesia: Analysis of Panel Data Regression," *Gema Publica* 7, no. 1 (2022): 171–86.

⁴ Sutan Remi Sjahdeini, "Hukum Siber Sistem Pengamanan E-Commerce," in *dalam Mariam Darus Badruzaman dkk. Kompilasi Hukum Perikatan, cet.*, vol. 1, 2001.

⁵ Mansur Dikdik, Arief Mansur, dan Elisatris Gultom, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi* (Bandung: Refika Aditama, 2005).

sistem sehingga dapat memangkas biaya yang relatif tinggi daripada jual beli konvensional. Melalui perkembangannya tentang tanggung jawab produsen ini memiliki hukum yang berbeda beda di berbagai negara.

Pesatnya perkembangan berbagai produk di bidang makanan, kosmetik, buku, dan sektor lainnya menuntut pemerintah untuk menetapkan standar kualitas yang berbeda-beda untuk setiap jenis produk. Pemerintah perlu melakukan penyesuaian agar memudahkan pemberian kompensasi atau pengembalian produk melalui sistem refund bagi konsumen yang mendapatkan produk yang rusak atau cacat yang beredar di masyarakat. Produk-produk yang mengalami kegagalan tersebut dapat dikenali baik secara langsung maupun tidak langsung.

Permasalahan yang timbul dalam transaksi jual beli menunjukkan bahwa berbisnis melalui sarana elektronik membawa risiko yang signifikan. Risiko ini terutama muncul ketika transaksi dilakukan dengan sistem pembayaran di muka, di mana konsumen membayar atau mentransfer dana terlebih dahulu sebelum menerima barang. Pada situasi seperti ini, ada ketidakpastian mengenai kualitas dan kuantitas produk yang akan diterima, karena tidak ada jaminan yang diberikan baik oleh platform TikTok maupun oleh penjual itu sendiri.

Pembayaran di muka, atau yang lebih dikenal dengan istilah *Advanced Payment*, dapat mengakibatkan ketidaksesuaian karena tidak melibatkan proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli, yang seharusnya menciptakan kesepakatan yang jelas antara kedua belah pihak. Hal ini bertentangan dengan

prinsip Perlindungan Konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, yang menegaskan bahwa konsumen atau pembeli memiliki hak untuk merasa nyaman, aman, dan terlindungi saat melakukan transaksi dan memilih produk atau jasa sesuai dengan nilai dan kondisi yang telah disepakati.⁶ Artinya perlindungan konsumen sangat dibutuhkan oleh masyarakat mengingat belum seluruh kalangan cakap dalam bermedia sosial, perlindungan hukum yang diberikan aplikasi TikTok belum sempurna. Hal ini bisa dikomparasi pada *e-commerce* yang lain dalam fitur fitur yang diberikan.

Transaksi dalam *e-commerce* menjelaskan bahwa permasalahan yang ada dalam transaksi jual beli yang dilakukan pada media elektronik memiliki ruang timbulnya resiko yang cukup besar. Resiko besar yang sering timbul pada transaksi Jual Beli elektronik melalui aplikasi TikToK adalah Penipuan. Pada layanan TikTok Shop masih ditemukan barang barang yang belum terverifikasi oleh FDA bahkan BPOM, hal ini tentu dapat membahayakan kesehatan masyarakat sebagai konsumen barang tersebut. Produk produk yang belum tersertifikasi tersebut masih ada dalam toko toko di TikTok Shop bahkan diperjual belikan dalam siaran langsung.

Krim pemutih wajah sangat digemari oleh masyarakat terutama kaum wanita, jika kita mencari dalam TikTok Shop masih banyak Krim Pemutih

⁶ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.

Wajah yang masih menggunakan merkuri atau krim dengan etiket biru, yang seharusnya tidak boleh diperjual belikan secara bebas, apalagi dalam perjanjian Tiktok Shop melarang kepada seller untuk memperjualkan barang barang yang belum mendapat FDA atau standar dalam Indonesia yaitu BPOM.

Adanya Perlindungan Konsumen, aspek pertama dari permasalahan ini adalah tentang tanggung jawab produsen terhadap kerugian yang disebabkan oleh produk yang dihasilkannya (*product liability*).⁷ Secara fundamentalnya pertanggungjawaban dari produsen tercipta akibat dari ketimpangan kedudukan serta tanggung jawab antara produsen dan konsumen. Walaupun resiko yang timbul akibat dari jual beli elektronik cukup besar, masyarakat Indonesia harus memiliki sifat proaktif dalam tindakan preventif menjaga dan menghadapi perkembangan dari teknologi jual beli elektronik. Hal ini terlihat bahwa indonesia sudah beralih dengan indeks 64 % ke pasar online.

Berjalanya waktu dalam menggunakan TikTok Shop sebagai *platform* perbelanjaan pada 4 Oktober 2023 kegiatan jual beli pada TikTok Shop sempat terhenti dikarenakan perizinan yang dilakukan oleh aplikasi adalah hanya sebagai *hosting video* hiburan dan media sosial dan bukan untuk *marketplace* jual beli barang. Pada 12 Desember 2023 TikTok shop kembali dibuka untuk masyarakat, pada saat dibuka kembali TikTok Shop merger dengan salah satu *Marketplace* yang dibuat oleh Indonesia yaitu TOKOPEDIA.

⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014).

Berdasarkan penjelasan yang telah disebutkan di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ELEKTRONIK MELALUI APLIKASI TIKTOK** . Hal ini disebabkan penulis mengkaji lebih lanjut karena dapat menjadi hal yang sangat krusial karena *e-commerce* TikTok yang tersaji dan digunakan oleh semua kalangan dari masyarakat karena aplikasi tersebut sangat mudah diakses dan tidak adanya verifikasi data bagi batas minimal usia untuk pembelian barang di TikTok Shop.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan, maka penulis menyusun rumusan masalah sebagai pokok persoalan yang akan dicapai. Dibentuknya rumusan masalah memiliki tujuan agar pokok dari permasalahan menjadi sistematis dan jelas sehingga dapat terwujudnya pemecahkan masalah, Rumusan masalah pada penelitian ini adalah mengenai bagaimana perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli elektronik melalui aplikasi TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang disusun penulis adalah untuk memastikan agar penelitian ini memiliki tujuan yang jelas, yang akan menciptakan arah dan pedoman dalam proses penelitian. Terdapat 2 (dua) jenis tujuan dalam penelitian

ini, yaitu tujuan obyektif dan tujuan subyektif. Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis:

1. Tujuan Obyektif
 - a. Perlindungan Konsumen yang didapat saat dirinya dirugikan oleh transaksi jual beli elektronik aplikasi TikTok.
 - b. Dapat mengetahui peran dari Perlindungan Konsumen pada Penyedia Sarana Elektronik aspek jual beli.
2. Tujuan Subyektif
 - a. Memenuhi persyaratan tugas akhir bidang akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.
 - b. Mengembangkan aspek Perlindungan Konsumen pada era digital agar korban korban yang datang tidak semakin banyak pada proses jual beli elektronik khususnya pada aplikasi TikTok.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti yang menulis penelitian hukum ini juga harus mempunyai manfaat yang baik bagi, Sugiyono menyatakan bahwa setiap penelitian pasti memiliki tujuan dan manfaat tertentu. Penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, dan membuktikan data. Selain itu, temuan penelitian akan memberikan pengetahuan baru yang dapat digunakan untuk memahami,

memecahkan, dan mengantisipasi masalah.⁸ Pihak yang membaca tulisan hukum ini diharapkan dalam mengembangkan aspek perlindungan konsumen pada jual beli elektronik, berikut ini merupakan acuan yang diharapkan penelitian ini bermanfaat:

1. Manfaat Teoritis

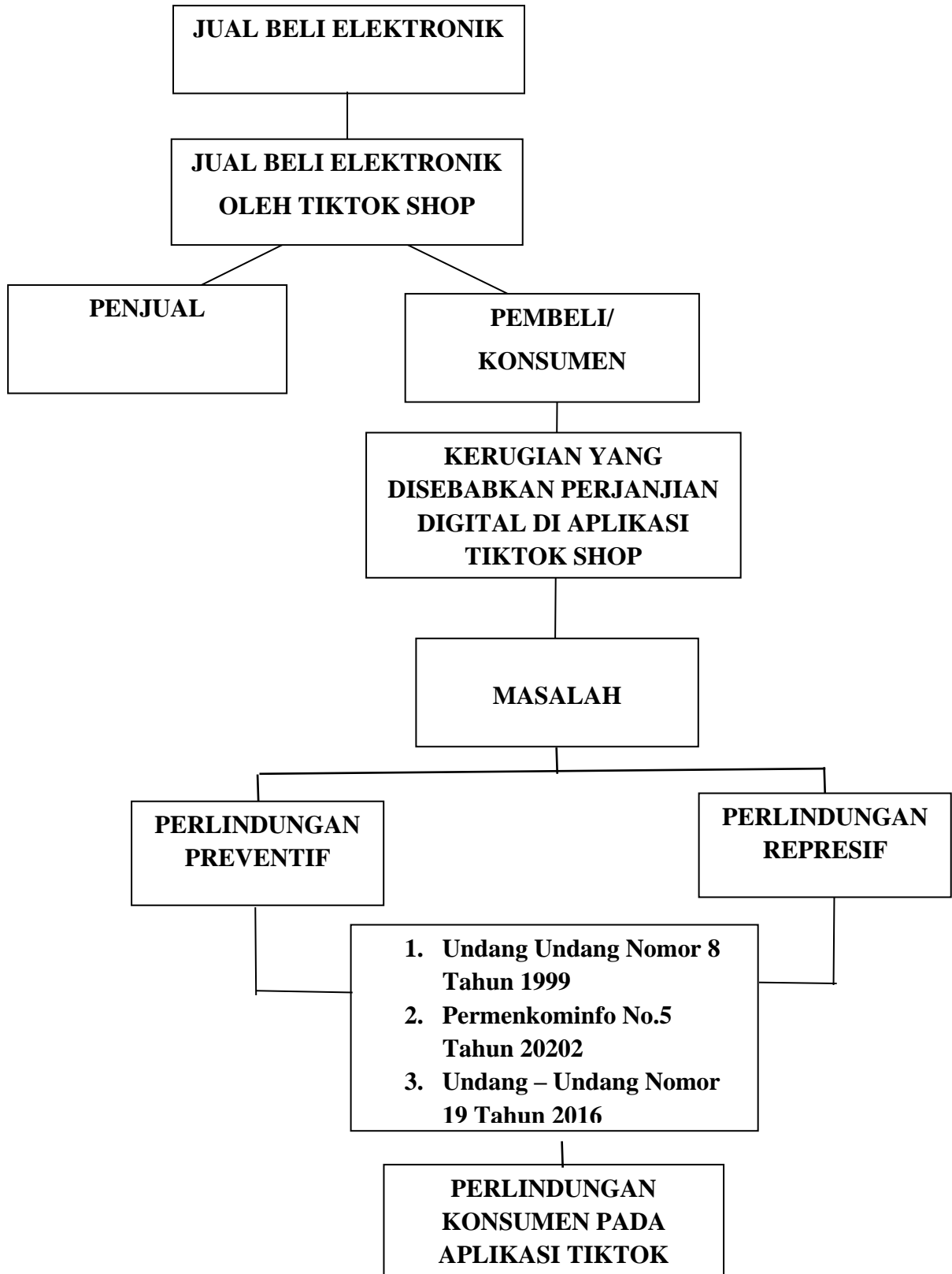
- a. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan luaran yang bermanfaat serta kontribusi untuk perkembangan ilmu hukum khususnya dengan perlindungan konsumen dalam jual beli elektronik.
- b. Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan mampu menambah dan memperkaya referensi serta literatur dalam penulisan sejenis di kemudian hari dan dalam dunia hukum perlindungan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Menjadi wadah dan sarana dalam pengembangan pola pikir dan sebagai literatur dan referensi bagi penulisan dalam isu ini pada penulis lain.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode r&d* (Bandung: Alfabeta, 2011).

E. Kerangka Penelitian



Jual Beli Elektronik yang di fasilitasi oleh PSE memiliki berbagai macam media, TikTok Shop merupakan salah satu media yang lolos pada prasyarat PSE yang harus ditunaikan agar aplikasi tersebut dapat digunakan oleh masyarakat Indonesia. TikTok Shop hadir menjadi media berbelanja secara online yang masih dini yang dalam latar belakang dijelaskan masih banyak kasus yang merugikan konsumen.

Tanggung jawab yang timbul akibat jual beli elektronik semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kasus yang terjadi. Hal ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang memilih untuk bertransaksi jual beli melalui Aplikasi TikTok. Mereka cenderung memilih platform ini karena harga yang ditawarkan oleh penjual cenderung lebih murah. Selain itu, membeli produk melalui aplikasi TikTok Shop juga memberikan kemudahan bagi konsumen karena mereka tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi untuk berbelanja. Namun, saat ini masih banyak produsen yang tidak jujur dalam memasarkan produknya di aplikasi TikTok Shop. Berdasarkan fenomena tersebut, maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta UU ITE harus dapat mengatasi masalah masalah yang ada di masyarakat terutama pada aplikasi TikTok sendiri, apakah sudah sesuai dengan standar baku yang diberikan oleh Undang-Undang sebagai salah satu *E Commerce* di Indonesia atau masih membutuhkan pembenahan dalam pengaplikasiannya.

F. Metode Penelitian

Metode Penulisaan merupakan hasil dari kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematisitas, dan pemikiran-pemikiran untuk mencapai tujuan untuk mempelajari gejala hukum untuk analisis berikutnya.⁹

1. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan metode analisis hukum doktrinal atau normatif, Soerjono Soekanto menyatakan bahwa pendekatan yuridis normatif adalah jenis penelitian hukum di mana bahan pustaka atau data sekunder digunakan sebagai dasar untuk penelitian. Penelitian ini juga melakukan penelusuran terhadap peraturan dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.¹⁰ Metode ini penulis menggunakan sudut pandang secara normatif dengan mempunyai bahan hukum yang diperoleh maka akan mendeskriptifkan yang selanjutnya akan masuk pada tahap mengkaji untuk mencari tahu kebenaran atau kesalahan sehingga dapat ditemukan hasil dari peneliti yang baru.

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan penelitian hukum yang digunakan yang dituliskan menurut Peter Mahmud Marzuki menyebutkan “Metode yang digunakan dalam penelitian hukum memiliki 5 model pendekatan yaitu; Pendekatan

⁹ Khudzaifah Dimiyati dan Kelik Wardiono, *Metodologi Penelitian Hukum* (Surakarta: Fakultas Hukum UMS, 2004).

¹⁰ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudja, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan singkat* (Jakarta: Rajawali Press, 2007).

Undang - Undang (*Statue Approach*), Pendekatan Kasus (*Case Approach*), Pendekatan Historis (*Historical Approach*), Pendekatan Perbandingan (*Comparative Approach*), Pendekatan Konseptual (*Conceptual approach*)”.¹¹

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan Pendekatan Undang-Undang untuk mempelajari studi kasus tentang Jual Beli Elektronik melalui aplikasi TikTok. Dengan demikian, diharapkan peneliti dapat menemukan ide, gagasan, dan pemahaman yang relevan terkait dengan kasus yang sedang diteliti.

3. Jenis data dan Sumber Bahan Hukum

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan menggunakan serta mengumpulkan data data sekunder yakni pada data data yang telah dipublikasikan, dokumen dengan cara mempelajari data berupa data maupun buku, laporan hasil penelitian, makalah seminar serta tulisan para ahli dan segala peraturan yang berkaitan dengan materi penelitian adalah alat yang akan digunakan oleh peneliti.

Jenis data dan Sumber Bahan Hukum yang digunakan penulis dalam pelaksanaannya memiliki 3 Bahan hukum yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier dengan rincian sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹¹ Mahmud Peter Marzuki, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi* (Kharisma Putra Utama, 2015).

- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
- 3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 4) Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020
- 5) UU No 11 tahun 2008 tentang ITE

b. Bahan Hukum Sekunder

Peneliti menggunakan bahan hukum sekunder yaitu dengan *e-book*, jurnal doktrin, buku cetak yang erat kaitanya dengan bahan hukum primer.

4. Metode Pengumpulan Data

Bahan Hukum yang digunakan penulis adalah bahan hukum sekunder, Menurut Husein Umar data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram.¹²

Data yang dikumpulkan oleh penulis untuk mendukung data primer termasuk buku-buku tentang teori perpustakaan, teori psikologi pendidikan, dan buku lain yang berkaitan dengan kenyamanan membaca pemustaka. Selain itu, sumber data sekunder berasal dari lingkungan tempat penulis melakukan penelitian, yang memberikan gambaran umum tentang lingkungan penelitian dan bagaimana pembaca menggunakan perpustakaan-diagram.

¹² Husein Umar, *Research Methods for Thesis and Thesis* (Jakarta: Rajawali, 2013).

5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses setelah data dikumpulkan dan digunakan untuk menjawab masalah penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yang berarti mengamati data yang dikumpulkan, dan kemudian menggabungkannya dengan aturan dan prinsip hukum yang relevan dengan isu Perlindungan Konsumen dalam jual beli Elektronik. Metode yang dilakukan seperti :

1. Inventaris Peraturan mengenai jual beli dan hak hak konsumen
2. Inventaris Peraturan mengenai Penyelenggara Sarana Elektronik
3. Tinjauan dengan Perjanjian dan realitas dengan fitur yang tersedia di Aplikasi TikTok Shop
4. Inventaris peraturan penyelesaian sengketa pada konsumen

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pada penelitian disusun untuk mencapai gambaran dengan jelas dan menyeluruh, sistematika yang dibuat bertujuan untuk mempermudah pemahaman tentang isi penelitian hukum yang penulis buat. Hasil penelitian akan disusun lalu dibagi menjadi empat bab yang akan memiliki capaian tersendiri setiap babnya, sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I berisi tentang pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, serta sistematika skripsi

BAB II memuat mengenai tinjauan pustaka, dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai tinjauan umum tentang perlindungan konsumen dalam jual beli elektronik aplikasi TikTok yang akan meliputi : a) tinjauan perlindungan hukum ; b) pengertian jual beli elektronik; c) pengertian Penyedia Sarana Elektronik (PSE); d) unsur pelanggaran jual beli elektronik; e) fitur fitur dalam aplikasi TikTok dalam pemenuhan perlindungan konsumen

BAB III memuat tentang hasil penelitian dan pembahasan, dalam bab ini akan dijabarkan apakah selama ini aplikasi TikTok apakah sudah memenuhi perlindungan konsumen dalam Jual Beli Elektronik dengan skala besar. Lalu apakah Undang-Undang yang ada apakah masih relevan dengan perkembangan dari perilaku jual beli konsumen. Lalu apakah dampak jangka panjang jika perlindungan konsumen dalam aplikasi TikTok tidak memiliki tumpuan hukum yang relevan.

BAB IV memuat mengenai penutup yang terdiri atas kesimpulan serta saran sebagai upaya dari pemenuhan perlindungan konsumen pada jual beli elektronik melalui aplikasi TikTok

BAB V memuat referensi maupun sumber data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yang berkaitan erat dengan perlindungan konsumen pada transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok