

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online Marketplace TikTok Shop: Perspektif Hukum Positif Indonesia

Reza Anggara Bahar

rezadukuhpakis@gmail.com

Wahyu Prawesthi

wahyu.prawesthi@unitomo.ac.id

Dedi Wardana Nasution

dediwardana.nasution@unitomo.ac.id

Sri Sukmana Damayanti

srisukmanad@gmail.com

ABSTRACT

The high volume of transactions on online platforms adds to the complexity of monitoring violations. According to Katadata data, TikTok Shop recorded a transaction value of USD 4.4 billion or approximately IDR 66.7 trillion in 2021. This figure reflects the platform's popularity among Indonesian consumers. The purpose of this study is to identify and analyze the legal issues that frequently arise in online marketplace transactions on TikTok Shop. To identify and analyze consumer protection in online marketplace transactions on TikTok Shop from an Indonesian positive law perspective. This research type is normative legal research. The procedure for collecting and processing legal materials in this study involved a literature review or library research. The analysis used descriptive qualitative analysis. The results indicate that legal issues in TikTok Shop transactions include misleading product information, fraud, non-conforming goods, and a weak complaints system. Consumer protection in TikTok Shop is not yet optimal, despite being regulated by Law No. 8 of 1999 and the Electronic Information and Transactions Law. Violations of consumer rights, resulting in material losses, continue to occur.

Keywords: *Consumer Protection, Online Transactions, TikTok Shop Marketplace, Positive Indonesian Law*

ABSTRAK

Tingginya volume transaksi di platform daring menambah kompleksitas pengawasan terhadap pelanggaran yang terjadi. Menurut data Katadata, TikTok Shop mencatatkan nilai transaksi sebesar 4,4 miliar USD atau sekitar Rp 66,7 triliun pada tahun 2021. Angka ini mencerminkan popularitas platform tersebut di kalangan konsumen

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis permasalahan hukum yang sering terjadi dalam transaksi online marketplace tiktok shop. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan konsumen dalam transaksi online marketplace tiktok shop dengan perspektif hukum positif indonesia. Tipe penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Prosedur Pengumpulan dan pengolahan bahan hukum dalam penelitian ini yaitu Kajian literatur atau studi kepustakaan (*library research*). Analisis pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan hukum dalam transaksi TikTok Shop meliputi informasi produk yang menyesatkan, penipuan, barang tidak sesuai, serta lemahnya sistem pengaduan. Perlindungan konsumen dalam TikTok Shop belum optimal, meskipun telah diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 dan UU ITE. Masih terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang berdampak pada kerugian material.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi Online, Marketplace Tiktok Shop, Hukum Positif Indonesia

1. PENDAHULUAN

Teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, dan perubahan ini telah mempengaruhi kebiasaan sehari-hari masyarakat. Salah satu aspek yang terpengaruh oleh kemajuan teknologi adalah proses jual beli. Banyak pelaku usaha yang menggunakan media internet sebagai sarana untuk bertransaksi. Dengan adanya sistem jual beli yang memanfaatkan teknologi canggih, interaksi antara penjual dan pembeli mengalami perubahan. Awalnya, transaksi dilakukan secara tatap muka langsung, namun saat ini interaksi dapat dilakukan secara mudah melalui media internet.

Hal ini membuat banyak pelaku usaha berlomba-lomba untuk mendaftarkan barang dagangannya ke media internet seperti *e-commerce*. *E-commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui media internet dan wadah yang digunakan untuk proses transaksi tersebut adalah website. *E-commerce* memberikan kemudahan yang besar bagi konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar untuk berbelanja, dan pemilihan barang/jasa bervariasi karena harga yang relatif murah (Ente, 2024).

Salah satu *e-commerce* yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah TikTok Shop. Bermula dari munculnya aplikasi TikTok yang

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

merupakan aplikasi berisi video musik yang berasal dari Tiongkok, yang kemudian diluncurkan di Indonesia pada tahun 2016. Berkembangnya aplikasi ini diketahui sejak Pandemi CoVid-19 dimana masyarakat yang pada saat itu tidak dianjurkan untuk beraktifitas diluar rumah, sehingga membuat masyarakat melakukan segala aktifitas di dalam rumah, salah satu aktifitas masyarakat yang dilakukan di rumah yaitu berkreasi melalui aplikasi TikTok dengan membuat konten video berupa tarian, tips memasak, pembelajaran sejarah dan lain-lain (Mawardin et al., 2023).

TikTok Shop adalah fitur baru yang diperkenalkan oleh platform media sosial TikTok. Adanya kerjasama strategis antara TikTok Shop dengan Tokopedia memiliki konsekuensi. Dengan kerjasama ini, produk yang dijual oleh TikTok Shop akan dapat diakses oleh jutaan pengguna TikTok di Indonesia. Kerjasama ini dapat mengubah dinamika pasar *e-commerce* di Indonesia. TikTok Shop sebagai platform media sosial yang populer dapat memberikan pengaruh besar terhadap tren belanja online dan preferensi konsumen (Mawardin et al., 2023). Terutama menurut Masrukin et al. (2025), *e-commerce* bukan hanya menyediakan jasa iklan tetapi juga sering memberikan diskon sehingga menaikkan animo masyarakat untuk transaksi.

Setelah kerjasama strategis antara TikTok Shop dengan Tokopedia, TikTok Shop Indonesia diharapkan memberikan jaminan perlindungan pada konsumen melalui sistem keamanan yang kuat, perlindungan pembeli melalui kebijakan pengembalian barang yang jelas dan adil, penyelesaian sengketa yang transparan, dan penanganan keluhan konsumen dengan cepat dan efisien, memberikan edukasi kepada konsumen tentang cara berbelanja yang aman, mengenali penipuan online, dan memahami hak-hak mereka sebagai konsumen. Kerjasama ini harus didukung oleh komitmen yang kuat dari kedua belah pihak untuk menjaga kepercayaan konsumen dan memberikan pengalaman belanja yang aman dan nyaman. Penting untuk diingat bahwa perlindungan konsumen adalah tanggung jawab bersama antara TikTok Shop Indonesia dan Tokopedia (Agustian Anhar & Kurniawan, 2024).

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Transaksi jual beli online akan menimbulkan masalah dalam mempercayai antara pihak, karena dalam sistem transaksi jual beli secara online ini adalah penjual dan pembeli tidak dapat berintraksi dan betatap muka secara langsung sehingga pembeli tidak dapat melihat memeriksa secara langsung barang yang akan di beli, setiap penjual tentu saja tidak semua bisa jujur dalam memperdagangkan barangnya. Barang yang ia jual dengan informasi yang di terima pembeli sering kali tidak sesuai dengan ekspektrasi bahkan terdapat cacat pada barang yang dijual oleh penjual. Sesuai ketentuan pasal 4 Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa pembeli berhak menerima informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai kondisi serta keadaan barang yang akan ia beli dan memperoleh jaminan terhadap barang yang diperjual belikan (Taufiqurahman et al., 2024). Lebih lanjut menurut Ardyan et al. (2025), transaksi pembelian merupakan perjanjian antara pihak penjual dan pembeli, sehingga apabila ada yang melanggar aturan dapat menyebabkan kerugian.

Permasalahan yang kerap dikomentari oleh seorang konsumen berkenaan dengan pelanggan yang yang menyimpannya diantaranya : Konsumen kecewa kepada pihak yang bersangkutan dalam mengirim produk, Produk yang diterima sering kali tidak mirip dengan produk yang dipesan, Bentuk produk yang kurang bagus, Pengantaran produk atau pelayanannya yang kurang memuaskan, Membohongi konsumen tentang produk yang ditawarkan dengan berbagai alasan. Tingginya volume transaksi di platform daring menambah kompleksitas pengawasan terhadap pelanggaran yang terjadi. Menurut data Katadata, TikTok Shop mencatatkan nilai transaksi sebesar 4,4 miliar USD atau sekitar Rp 66,7 triliun pada tahun 2021. Angka ini mencerminkan popularitas platform tersebut di kalangan konsumen Indonesia. Namun, besarnya transaksi juga membuka peluang terjadinya masalah hukum, seperti barang yang tidak sesuai pesanan, keterlambatan pengiriman, atau bahkan kasus penipuan.

Untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat transaksi daring, Indonesia memiliki kerangka hukum yang relevan, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 8

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Dalam Pasal 1 Ayat (1), perlindungan konsumen didefinisikan sebagai "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen." Undang-undang ini memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas, jujur, dan transparan tentang barang atau jasa yang ditawarkan, serta perlindungan dari praktik bisnis yang merugikan.

Selain UU Perlindungan Konsumen, transaksi daring juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 28 Ayat (1) UU ITE yang menyebutkan "Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), Pasal 26 Ayat (1) UU ITE yang menegaskan kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan, kedua pasal tersebut mengatur bahwa penyebaran informasi yang menyesatkan dan merugikan konsumen dalam transaksi elektronik dapat dikenai sanksi pidana. Ketentuan ini bertujuan untuk memastikan bahwa platform daring, seperti TikTok Shop, bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan perlindungan hukum yang tidak bisa dipisahkan serta di tarik batasannya dari hukum. Konsumen berhak memperoleh kenyamanan dan keamanan dari produk dan pelayanan yang ditawarkan kepadanya. Setiap produk yang di tawaran kepada konsumen lewat media online, harus disertai dengan informasi yang jelas agar tidak memanipulasi pembeli. Informasi ini diperlukan agar seorang pembeli tidak merasa bingung dengan produk yang ditawarkan kepadanya (Sartika & Maharani, 2024).

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Seiring dengan meningkatnya integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari, transaksi digital bukan lagi sekadar alternatif, melainkan telah menjadi bagian dari budaya konsumsi masyarakat modern. Pergeseran perilaku belanja dari konvensional ke digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, beragamnya pilihan produk, serta strategi pemasaran yang semakin kreatif melalui media sosial. Dalam konteks ini, fenomena social commerce—khususnya TikTok Shop—menjadi representasi nyata dari transformasi pola konsumsi yang menggabungkan hiburan dengan aktivitas perdagangan. Perkembangan tersebut tidak hanya membawa peluang ekonomi, tetapi juga melahirkan tantangan hukum yang kompleks. Di satu sisi, konsumen memperoleh banyak manfaat berupa variasi produk dan harga yang kompetitif; namun di sisi lain, risiko pelanggaran hak-hak konsumen juga meningkat, mulai dari informasi produk yang menyesatkan, penipuan, barang cacat, hingga penyalahgunaan data pribadi. Permasalahan ini menuntut adanya perlindungan hukum yang kuat agar konsumen tidak berada pada posisi yang lemah dalam menghadapi pelaku usaha maupun platform digital.

Urgensi penelitian ini semakin relevan ketika dikaitkan dengan visi pembangunan hukum nasional yang menekankan perlindungan terhadap masyarakat dalam segala bentuk aktivitas ekonomi, termasuk perdagangan berbasis elektronik. Dengan demikian, analisis mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi online melalui TikTok Shop tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan ilmu hukum, tetapi juga memiliki nilai praktis dalam mendukung terciptanya ekosistem perdagangan digital yang adil, aman, dan berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Tipe penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah proses penelitian untuk meneliti dan mengkaji tentang hukum sebagai norma, aturan, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum dan kepustakaan lainnya

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti. Data yang diteliti bertujuan untuk menggambarkan kondisi hukum, gejala hukum, dan peristiwa hukum yang sebenarnya di dalam lingkup Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online *Marketplace* TikTok Shop: Perspektif Hukum Positif Indonesia. Pendekatan yang digunakan untuk dapat menjawab permasalahan dalam penelitian ini adalah Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Penulisan hukum ini dimaksudkan untuk memahami sekaligus menganalisis secara komprehensif hirarki peraturan perundang-undangan dan asas-asas dalam peraturan perundang-undangan. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang terjadi.

3. PEMBAHASAN

Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online Marketplace TikTok Shop Berdasarkan Perspektif Hukum Positif Indonesia

TikTok Shop sebagai bagian dari perdagangan berbasis digital telah memperluas akses konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan secara daring. Namun, kemudahan ini juga diiringi dengan berbagai persoalan hukum yang menyangkut perlindungan terhadap konsumen. Dalam perspektif hukum positif Indonesia, perlindungan konsumen dalam transaksi online di TikTok Shop telah diatur dalam sejumlah peraturan, namun implementasinya masih menghadapi tantangan.

a. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Positif Indonesia

Hukum positif disebut juga *ius constitutum* yang berarti kumpulan asas dan kaidah hukum tertulis yang pada saat ini sedang berlaku dan mengikat secara umum atau khusus untuk ditegakkan oleh dan/atau melalui pemerintah atau pengadilan dalam Negara Indonesia (Astawa, 2008). Hukum Positif merupakan hukum yang berlaku di waktu tertentu dalam suatu wilayah negara tertentu. Di Indonesia, hukum positif disebut juga sebagai hukum nasional Indonesia.

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Menurut Hans Kelsen, hukum adalah sebuah sistem norma. Norma adalah pernyataan yang menekankan aspek “seharusnya” atau *das solen*, dengan menyertakan beberapa peraturan tentang apa yang harus dilakukan. Norma-norma adalah produk dari aksi manusia yang membedakan antara apa yang ada (*das sein*) dan apa yang “seharusnya”, juga keyakinan bahwa tidak memungkinkan pemunculan kesimpulan dari kejadian faktual bagi *das solen*. Sehingga, Kelsen percaya bahwa hukum, yang merupakan pernyataan-pernyataan “seharusnya” tidak bisa direduksi ke dalam aksi-aksi alamiah (Asshidiqie, 2006).

Hukum di Indonesia berada pada landasan filsafat positivisme. Positivisme hukum merupakan aliran pemikiran yang memperoleh pengaruh kuat dari ajaran positivisme pada umumnya. Sehingga, pemahaman ajaran positivisme hukum merupakan norma positif dalam sistem peraturan perundang-undangan. Positivisme merupakan suatu aliran filsafat yang menyatakan ilmu alam sebagai satu-satunya sumber pengetahuan yang benar dan menolak aktivitas yang berkaitan dengan metafisik. Tidak mengenal adanya spekulasi, semua didasarkan pada data empiris. Positivisme merupakan empirisme yang dalam segi-segi tertentu sampai kepada kesimpulan logis ekstrim karena pengetahuan apa saja merupakan pengetahuan empiris dalam satu atau lain bentuk, sehingga tidak ada spekulasi yang dapat menjadi pengetahuan (Hardiman, 2003).

Beberapa peraturan hukum yang menjadi dasar perlindungan konsumen dalam transaksi online antara lain:

- 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 - a) Mengatur hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
 - b) Memberikan dasar hukum untuk penyelesaian sengketa konsumen.
- 2) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo. UU No. 19 Tahun 2016 Mengatur sahnya transaksi elektronik dan perlindungan data.

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

- 3) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik: Menetapkan kewajiban pelaku usaha online, termasuk platform *e-commerce*.
- 4) Permendag No. 50 Tahun 2020: Menetapkan kriteria pelaku usaha di *e-commerce* dan tanggung jawabnya dalam transaksi digital.

b. Hak Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam Pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak antara lain:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur;
- 4) Hak untuk didengar keluhannya;
- 5) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian.

Dalam praktiknya, banyak konsumen TikTok Shop tidak mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat, tidak memiliki akses aduan yang mudah, serta kesulitan mendapatkan ganti rugi ketika terjadi kerugian akibat barang tidak sesuai atau penipuan.

c. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dan Platform dalam Transaksi TikTok Shop

Dalam Pasal 19 UUPK, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi apabila produk atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian. Sedangkan TikTok sebagai penyelenggara sistem elektronik, tunduk pada:

- 1) Pasal 15 UU ITE jo. Pasal 26 UU ITE, yang mengatur kewajiban menjaga informasi elektronik dan data pribadi pengguna;
- 2) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

3) Permendag No. 50 Tahun 2020, yang mewajibkan platform digital melakukan verifikasi pelaku usaha dan menyediakan layanan pengaduan konsumen.

Dengan demikian, baik penjual maupun TikTok Shop memiliki tanggung jawab hukum apabila terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.

d. Bentuk Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Positif

1) Perlindungan Preventif

Perlindungan preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya kerugian, antara lain melalui:

- a) Penyediaan informasi produk yang jujur dan transparan oleh penjual (Pasal 7 huruf b UUPK);
- b) Verifikasi identitas penjual oleh TikTok Shop sesuai ketentuan Permendag 50/2020;
- c) Penyuluhan dan edukasi hukum kepada konsumen agar lebih cermat sebelum bertransaksi.

2) Perlindungan Represif

Jika konsumen telah dirugikan, maka bentuk perlindungan dapat berupa:

- a) Ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19–21 UUPK;
- b) Pengaduan kepada lembaga penyelesaian sengketa konsumen, baik melalui BPSK, pengadilan, maupun melalui fitur penyelesaian sengketa dalam platform;
- c) Tindakan hukum pidana apabila ditemukan unsur penipuan (Pasal 378 KUHP) atau pelanggaran perlindungan data pribadi (Pasal 26 UU ITE).

3) Kelemahan Implementasi Perlindungan Konsumen di TikTok Shop

Meskipun secara normatif hukum telah mengatur perlindungan konsumen, dalam praktiknya masih terdapat berbagai hambatan, antara lain:

- a) Tidak semua penjual terverifikasi, sehingga rentan penipuan.
- b) Sulitnya akses pengaduan, konsumen kesulitan menghubungi penjual atau mendapatkan tanggapan.

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

- c) Minimnya pengawasan dari platform terhadap konten penjualan yang menyesatkan.
- d) Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat mengenai hak konsumen dalam transaksi digital.

4) Hukum Internal

Perlindungan internal = pengawasan oleh pelaku usaha sendiri untuk melindungi konsumen. Sesuai dengan dasar hukum: UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

- a) Kewajiban pelaku usaha: memberikan informasi yang benar dan jujur (Pasal 7) dan Memberi ganti rugi jika produk cacat atau tidak sesuai (Pasal 19).
- b) Bentuk perlindungan internal: SOP pelayanan, sistem pengendalian mutu, unit pengaduan konsumen, kepatuhan terhadap izin dan sertifikasi.
- c) Tujuan sesuai dengan *Good Corporate Governance* (GCG) yaitu mencegah sengketa, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan menjaga keberlanjutan dan reputasi usaha.

5) Hukum Eksternal

Perlindungan eksternal dari dari pihak di luar pelaku usaha. Menurut dasar hukum: UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- a) Lembaga terkait peranannya: BPSK (menyelesaikan sengketa), LPKSM (advokasi & edukasi konsumen), Pengadilan umum (jalur litigasi) dan OJK, Kemendag (pengawasan sektor).
- b) Bentuk perlindungan: Penyelesaian sengketa konsumen, edukasi dan advokasi, serta pemberian sanksi administratif/pidana.
- c) Tujuan: Menjamin keadilan bagi konsumen, memberi kepastian hukum, dan mengawasi dan mengoreksi pelaku usaha dari luar.

e. Peran Pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen

Pemerintah memiliki peran penting dalam:

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

- 1) Mengawasi dan mengevaluasi aktivitas perdagangan digital;
- 2) Menindak pelanggaran terhadap hak konsumen;
- 3) Menyediakan sarana penyelesaian sengketa melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen);
- 4) Meningkatkan kesadaran hukum konsumen dan pelaku usaha dalam perdagangan online.

Tanggung Jawab Platform dan Penjual

- 1) Tanggung jawab dalam transaksi elektronik dibagi dua:
 - a) Tanggung jawab penjual sebagai pelaku usaha, mengacu pada Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha bertanggung jawab apabila barang atau jasa yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Jika konsumen mengalami kerugian akibat produk cacat, rusak, atau tidak sesuai, penjual wajib memberikan ganti rugi, yang dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau kompensasi. Pemberian ganti rugi ini harus dilakukan paling lambat 7 hari setelah transaksi, dan tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana atas kerugian yang ditimbulkan.
 - b) Tanggung jawab TikTok Shop sebagai penyelenggara sistem elektronik, mengacu pada:
 - (1) UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE jo. UU No. 19 Tahun 2016 menegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik wajib menjamin ketersediaan, keutuhan, dan kerahasiaan informasi elektronik, serta bertanggung jawab apabila sistem yang dikelolanya menimbulkan kerugian bagi pengguna karena kelalaian atau pelanggaran hukum.
 - (2) PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menegaskan bahwa TikTok Shop juga bertanggung jawab atas transparansi informasi, perlindungan konsumen, penyediaan bukti transaksi elektronik, serta penyelesaian sengketa secara adil. Dengan demikian, TikTok Shop

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

tidak hanya sebagai platform teknis, tetapi juga memiliki peran aktif dalam menciptakan transaksi elektronik yang aman dan terpercaya.

- (3) Permendag No. 50 Tahun 2020 TikTok Shop diwajibkan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas perdagangan elektronik di platformnya dilakukan sesuai dengan standar dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Kementerian Perdagangan. Secara spesifik, TikTok Shop harus menyediakan informasi produk yang lengkap, akurat, dan transparan, serta menjamin ketersediaan data yang diperlukan oleh konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Selain itu, platform ini harus menerapkan mekanisme verifikasi penjual dan produk, sehingga dapat meminimalisir praktik penipuan dan penyalahgunaan, serta memfasilitasi penyelesaian sengketa dengan adil jika terjadi masalah antara pelaku usaha dan konsumen.

2) Platform wajib:

- a) Menyediakan layanan pengaduan
- b) Melakukan verifikasi terhadap penjual
- c) Memberikan sistem pemulihan (*refund/return*)

Analisis Kepastian Hukum Bagi Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik, khususnya di TikTok Shop, masih menghadapi berbagai tantangan. Meskipun perangkat hukum di Indonesia sudah cukup lengkap, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa konsumen seringkali berada dalam posisi yang lemah. Hal ini menandakan adanya ketimpangan antara norma hukum (*das sollen*) dengan realitas implementasi (*das sein*). Banyak konsumen masih kesulitan mengakses mekanisme pengaduan ketika mengalami kerugian. Prosedur yang tersedia di platform sering tidak efektif, lambat, atau bahkan tidak responsif. Selain itu, sebagian besar konsumen belum memahami secara utuh hak-haknya sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Perlindungan Konsumen. Ketidappahaman ini diperburuk oleh rendahnya literasi digital masyarakat, sehingga konsumen tidak mengetahui cara memperjuangkan haknya ketika dirugikan, dari perspektif hukum positif Indonesia, sebenarnya telah tersedia berbagai instrumen hukum yang menjamin perlindungan konsumen, antara lain:

- a. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) → mengatur hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta mekanisme ganti rugi.
- b. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE, serta UU No. 1 Tahun 2024 → memberikan perlindungan terkait transaksi elektronik, berita bohong, dan keamanan data pribadi.
- c. Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) → mewajibkan adanya layanan pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif.
- d. Permendag No. 50 Tahun 2020 → menegaskan kewajiban platform melakukan verifikasi pelaku usaha sebelum memperjualbelikan produk.
- e. Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) → melindungi konsumen dari kebocoran data pribadi.

Namun, meskipun regulasi tersebut tersedia, kepastian hukum belum sepenuhnya tercapai. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor:

- a. Lemahnya sistem pengawasan dan penegakan hukum → Aparat penegak hukum masih kesulitan melacak penjual fiktif, terutama yang berbasis di luar negeri.
- b. Kurangnya transparansi dari platform → TikTok Shop belum sepenuhnya memberikan akses mudah bagi konsumen untuk mengajukan keluhan dan memperoleh ganti rugi.
- c. Rendahnya literasi hukum dan digital konsumen → Banyak konsumen tidak memahami hak-haknya sehingga tidak menuntut perlindungan secara maksimal.
- d. Tantangan yurisdiksi lintas negara → Karena sebagian penjual beroperasi dari luar negeri, penerapan hukum nasional sering kali terhambat.

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah konkret untuk memperkuat kepastian hukum bagi konsumen, antara lain penguatan sistem pengawasan digital melalui kerja sama antara pemerintah, platform, dan otoritas perlindungan konsumen, edukasi konsumen agar masyarakat memahami hak-haknya dan lebih berhati-hati dalam bertransaksi digital, penerapan teknologi berbasis kecerdasan buatan (*AI*) dan big data oleh platform untuk mendeteksi penjual fiktif dan iklan menyesatkan. Dengan adanya penguatan tersebut, diharapkan kepastian hukum bagi konsumen tidak hanya berhenti pada tataran normatif, tetapi juga dirasakan nyata dalam praktik sehari-hari. Hal ini penting agar konsumen tidak lagi berada pada posisi yang rentan, melainkan terlindungi secara adil sesuai prinsip hukum perlindungan konsumen.

Dalam praktiknya, perlindungan konsumen di TikTok Shop masih menghadapi kesenjangan antara hukum yang berlaku (*law in the books*) dan penerapannya (*law in action*) (Hamdani, 2021a, 2021b). Walaupun perangkat hukum seperti UUPK, UU ITE, PP No. 80 Tahun 2019, dan Permendag No. 50 Tahun 2020 sudah cukup memadai, implementasinya belum berjalan optimal, hal ini disebabkan lemahnya pengawasan digital yang belum mampu menjangkau transaksi secara real-time, rendahnya literasi konsumen, serta keterbatasan mekanisme pengaduan yang ada di platform. Oleh karena itu, perlu kolaborasi pemerintah, platform, dan masyarakat untuk memperkuat sistem pengawasan, menyediakan layanan pengaduan yang lebih responsif, serta meningkatkan kesadaran hukum konsumen.

4. PENUTUP

Permasalahan hukum yang sering timbul antara lain penyajian informasi produk yang tidak akurat atau menyesatkan, maraknya penipuan oleh penjual palsu, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau cacat, lemahnya mekanisme pengaduan, serta penyalahgunaan data pribadi konsumen. Selain itu, kurangnya verifikasi penjual dan lemahnya kepastian hukum bagi konsumen memperparah risiko kerugian. Hal ini

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

menunjukkan bahwa praktik transaksi di TikTok Shop masih menyisakan celah perlindungan hukum yang cukup besar bagi konsumen.

Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia sudah diatur dalam UUPK, UU ITE, UU Perdagangan, PP No. 80 Tahun 2019, serta Permendag No. 50 Tahun 2020. Regulasi tersebut menjamin hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan tanggung jawab platform digital. Namun, implementasi perlindungan tersebut belum berjalan optimal karena keterbatasan pengawasan, rendahnya literasi digital, serta sulitnya akses konsumen untuk memperoleh keadilan ketika terjadi sengketa. Dengan demikian, hukum positif Indonesia masih perlu diperkuat pada tataran pelaksanaan agar benar-benar mampu memberikan kepastian, keamanan, dan kenyamanan bagi konsumen TikTok Shop.

4. DAFTAR PUSTAKA

- Agustian Anhar, D., & Kurniawan, S. (2024). Ketidakpastian Hukum dalam Kembalinya Tiktok Shop Sebagai Platform Social Commerce di Indonesia. *Maret*, 6(3), 8963.
- Asshidiqie, J. (2006). *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Jakarta: Sekretariat Jenderal & Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi RI. Lihat dalam jurnal Darmini Roza, dan Gokma Toni Parlindungan. *Teori Positivisme Hans Kelsen Mempengaruhi Perkembangan Hukum Di In*.
- Astawa, I. G. P. (2008). *Dinamika Hukum dan ilmu Perundang-Undangan di Indonesia*. PT. Alumni.
- Ente, H. F. (2024). ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KEBIJAKAN REFUND PRODUK DALAM PLATFORM E-COMMERCE TIKTOK SHOP. *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(01), 15–18.
- Hamdani, F. (2021a). Hanyut dalam Nafas Cinta. In *Antologi Cerpen: Before You Go* (pp. 56–59). Ail-TM Publishing dan CV. Lutfi Gilang.
- Hamdani, F. (2021b). Menggapai Cahaya Cinta. In *Antologi Cerpen: Senyawa Asmaraloka* (pp. 143–147). Penerbit Wahana Revolusi.
- Hardiman, F. B. (2003). *Melampaui Positivisme dan Modernitas; Diskursus filosofis tentang Metode Ilmiah dan Prolema Moderitas*, Kanisius, Yogyakarta, hlm. 5. Lihat dalam jurnal Faissal Malik, *Tinjauan Terhadap Teori Positivisme Hukum Dalam Sistem Peradilan*.

Tersedia di online: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/hukum>

E-ISSN: 2580-9113

P-ISSN: 2581-2033

LEX JOURNAL: KAJIAN HUKUM & KEADILAN

Mawardin, M., Khairunnisah, N. A., & Rosdiyanti, E. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online Tiktok Shop Di Kota Mataram. *JIHAD : Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi*, 5(2), 49–52. <https://doi.org/10.58258/jihad.v5i2.5995>

Sartika, R. P., & Maharani, N. (2024). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP JUAL BELI ONLINE TIKTOK SHOP BAJU WANITA DI INDONESIA. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier*, 8(7), 856–860.

Taufiqurahman, F., Alisah, S., & Rahman, N. (2024). *Analisis Hukum Undang Undang Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Live Shopping Di E-commerce TikTok Shop*. 3(2), 57–67.