

**ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PEMBELIAN BARANG MELALUI PLATFORM TIKTOK SHOP DAN SHOPEE**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh:

Bagus Ajie Saputra

NIM: 30302200070

PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)

SEMARANG

2025

**ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PEMBELIAN BARANG MELALUI PLATFORM TIKTOK SHOP DAN SHOPEE**



Dr.Hj.Widavati.S.H,M.H

NIDN : 06-2006-6801

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN BARANG MELALUI PLATFORM TIKTOK SHOP DAN SHOPEE

Dipersiapkan dan di susun oleh

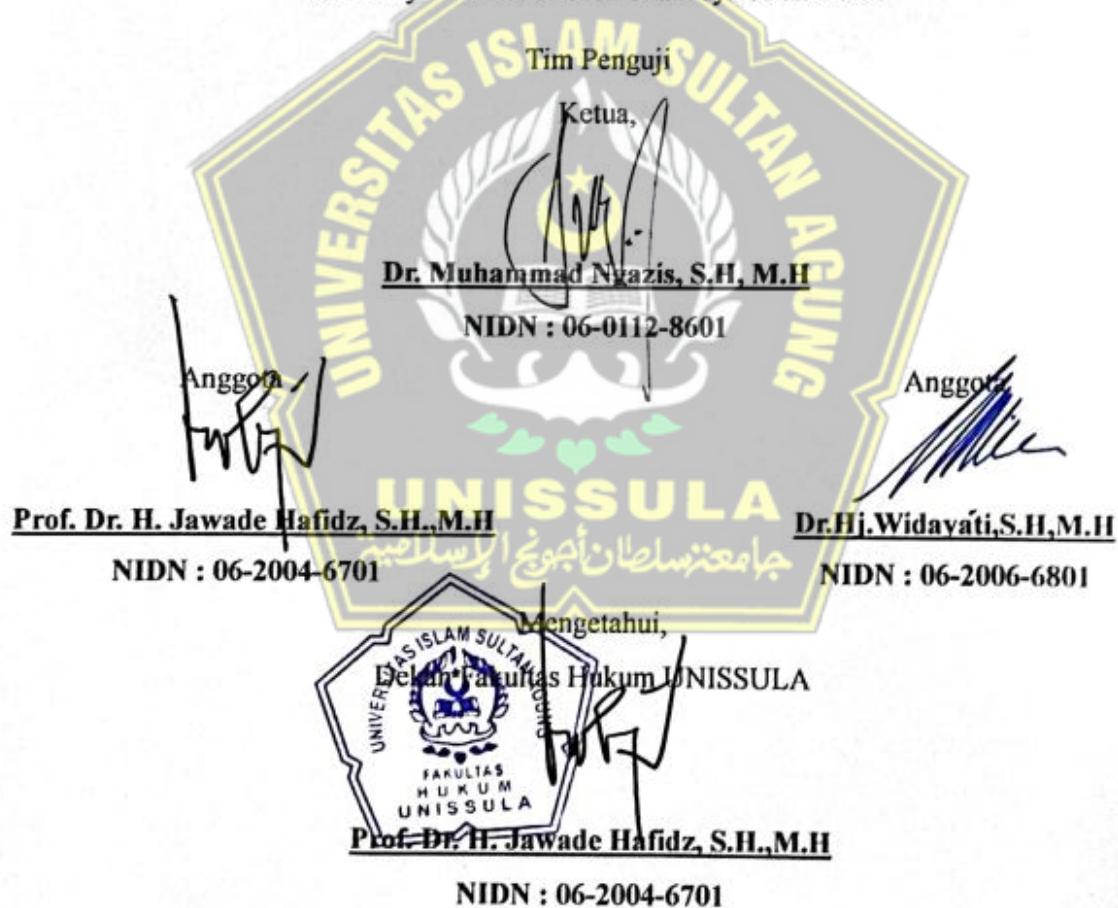
Bagus Ajie Saputra

NIM : 30302200070

Telah dipertahankan di depan Tim penguji

Pada Tanggal ,19 November 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus



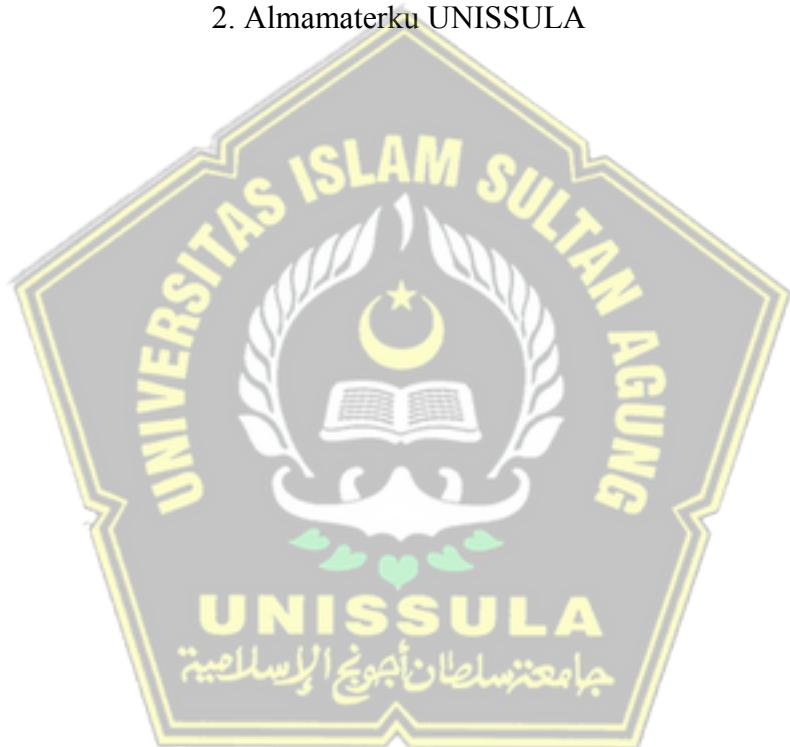
MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." - (QS. *Al-Baqarah*: 275)
- Langkah kecilku hari ini terwujud karena doa besar dari ayah dan ibu.

Persembahan :

1. Kedua Orang Tua Bapak Sariyono dan Ibu Kariasih
2. Almamaterku UNISSULA



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagus Ajie Saputra

NIM : 30302200070

Program Studi : S-1 Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi Saya dengan judul **"ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN BARANG MELALUI PLATFORM TIKTOK SHOP DAN SHOPEE"** benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri, bebas dari peniruan hasil karya orang lain. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surabaya, 19 November 2025

Yang Menyatakan

Bagus Ajie Saputra

NIM. 30302200070

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bagus Ajie Saputra

NIM : 30302200070

Program Studi : S-1 Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul :

"ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN BARANG MELALUI PLATFORM TIKTOK SHOP DAN SHOPEE"

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta Hak Bebas Royaliti Non-ekslusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 19 November 2025



Yang Menyatakan

Bagus Ajie Saputra

NIM. 30302200070

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayahnya kepada Penulis terutama dalam penyelesaian skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan dalam menjalani kehidupan yang telah menuntun umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang ini.

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penyusunan skripsi ini, terdapat beberapa kendala. Namun, berkat bantuan, motivasi, dukungan serta do'a dari berbagai pihak, akhirnya Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Oleh karena itu, dengan segala hormat serta kerendahan hati, Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua, adik Penulis, serta kekasih penulis, atas dukungan, motivasi, dan do'a setiap saat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., S.E., Akt., M.Hum. selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Prof. Dr. H. Jawade Hafidz, SH, MH selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dr. Hj. Widayati S.H., M.H. selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Dr. Denny Suwondo, SH, MH. selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Dr. Muhammad Ngazis, SH., MH. Selaku ketua prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
7. Dr. Ida Musofiana, SH, MH selaku sekretaris prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

8. Dr. Hj. Widayati, S.H,M.H selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan arahan serta motivasi dalam proses penyelesaian skripsi. ini.
9. Dr.H.Umar Ma' ruf, SH,Sp.N,M.Hum selaku Dosen Wali sejak awal kuliah hingga Penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang ada di Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan ilmu sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Civitas Akademisi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah membantu dan memfasilitasi segala keperluan mahasiswa/i sehingga mahasiswa/i dapat melaksanakan program kegiatan belajar mengajar dengan rasa nyaman.
12. Temen-temen perjuangan Angkatan 2022 yang selalu memberikan semangat, dukungan serta motivasi kepada Penulis.
13. Temen-temen Futsal Dos Santos yang menemani hari-hari Penulis dengan berbagai kegiatannya sehingga Penulis tidak merasa jemu dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Serta seluruh pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan ide maupun tenaga sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Demikian ucapan terima kasih ini Penulis sampaikan. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Aamiin ya rabbal 'alamin.



Semarang, 19 November 2025

Bagus Ajie Saputra
NIM : 30302200070

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mendorong munculnya berbagai platform e-commerce seperti TikTok Shop dan Shopee yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli secara daring. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul berbagai permasalahan hukum yang kompleks, khususnya terkait perlindungan hak-hak konsumen yang sering kali berada pada posisi yang lemah dibandingkan pelaku usaha. Kondisi ini menimbulkan kebutuhan akan adanya perlindungan hukum yang tegas guna menjamin keamanan, keadilan, dan kepastian hukum bagi konsumen dalam transaksi elektronik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen serta tanggung jawab hukum pelaku usaha dan penyelenggara platform dalam transaksi pembelian barang melalui TikTok Shop dan Shopee berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, didukung oleh bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Pendekatan ini dipilih untuk menelaah kesesuaian antara ketentuan hukum yang berlaku dengan praktik perlindungan konsumen dalam kegiatan perdagangan elektronik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Perlindungan hukum bagi konsumen mencakup dua bentuk, yaitu perlindungan preventif melalui kewajiban pelaku usaha dan platform menjaga keamanan data, memberikan informasi yang jujur, serta menjamin kualitas produk, dan perlindungan represif melalui pemberian ganti rugi, pengembalian dana, atau penyelesaian sengketa apabila terjadi pelanggaran hak konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan hukum, konsumen, e-commerce, TikTok Shop, Shopee

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has led to the emergence of various e-commerce platforms such as TikTok Shop and Shopee, which make it easier for people to conduct online buying and selling transactions. However, behind this convenience lies a number of complex legal issues, particularly concerning the protection of consumers' rights, who are often in a weaker position than business actors. This situation highlights the need for firm legal protection to ensure security, justice, and legal certainty for consumers in electronic transactions.

This research aims to analyze the forms of legal protection for consumers and the legal responsibilities of business actors and platform providers in purchasing transactions through TikTok Shop and Shopee based on Indonesian legislation. The research method used is normative juridical with statutory and conceptual approaches, supported by primary, secondary, and tertiary legal materials. This approach was chosen to examine the conformity between applicable legal norms and the actual implementation of consumer protection in electronic commerce activities.

The results indicate that legal protection for consumers in electronic transactions is regulated through Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection, Law No. 11 of 2008 on Electronic Information and Transactions and its amendments, and the Indonesian Civil Code. Legal protection consists of two forms: preventive protection, which requires business actors and platforms to ensure data security, provide truthful information, and guarantee product quality; and repressive protection, which involves compensation, refunds, or dispute resolution mechanisms when consumer rights are violated.

Keywords: Legal protection, consumer, e-commerce, TikTok Shop, Shopee



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Terminologi.....	9
F. Metode Penelitian.....	13
G. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Tinjauan umum tentang perlindungan hukum	19
B. Perlindungan Konsumen	21
C. Pembelian Barang online dalam Perspektif Hukum Islam.....	29
D. Konsep Transaksi Elektronik (E-Commerce)	40
E. TikTok Shop dan Shopee.....	44
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi melalui TikTok Shop dan Shopee menurut peraturan perundang -undangan yang berlaku di Indonesia	

B. Penerapan Tanggung Jawab hukum oleh pelaku usaha dan penyedia platform apabila terjadi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik	69
BAB IV PENUTUP	86
A. Kesimpulan.....	86
1. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi pembelian barang melalui platform TikTok Shop dan Shopee menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.....	86
2. Penerapan tanggung jawab hukum oleh pelaku usaha dan penyedia platform apabila terjadi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik.	86
B. Saran	87
1. Bagi Konsumen dan Pelaku Usaha	87
2. Bagi Penyelenggara Platform dan Pemerintah.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen merupakan orang atau badan yang memperoleh produk atau layanan untuk memenuhi keperluan serta hasrat mereka. Di dalam bidang ekonomi, konsumen memainkan peran krusial dalam membentuk permintaan di pasar. Istilah lain yang sering digunakan untuk menyebut konsumen adalah pelanggan, yang merujuk pada orang atau pihak yang secara aktif melakukan transaksi untuk mendapatkan produk atau layanan.¹

Konsumen merupakan salah satu subjek penting dalam aktivitas ekonomi, sebab keberadaan mereka menjadi penentu berlangsungnya proses produksi maupun distribusi barang dan jasa. Namun, dalam praktiknya tidak jarang kepentingan serta hak-hak konsumen terabaikan oleh sebagian pelaku usaha yang lebih mengutamakan keuntungan semata. Kondisi ini menimbulkan ketidakseimbangan posisi di antara pengusaha dan pembeli, sehingga pembeli sering kali berada di sisi yang lebih rentan.

Oleh karena itu, diperlukan suatu bentuk perlindungan hukum yang jelas dan tegas untuk memastikan hak-hak konsumen dapat dihormati, dijaga, serta ditegakkan. Perlindungan ini tidak hanya berfungsi melindungi konsumen dari kerugian akibat praktik usaha yang merugikan, tetapi juga menciptakan iklim Kegiatan usaha yang berjalan secara wajar, menjunjung prinsip keadilan, serta mampu dipertahankan dalam jangka panjang.. Dengan adanya perlindungan hukum, konsumen memperoleh jaminan rasa aman, kepercayaan dalam bertransaksi, serta kepastian

¹ <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/195821026/apa-yang-dimaksud-dengan-konsumen>
diakses pada 10 Juli 2025 pada pukul 03.01

hukum yang pada akhirnya akan mendorong tumbuhnya perekonomian nasional secara lebih stabil.²

Perlindungan pembeli berperan sebagai fondasi hukum yang kuat untuk pemerintah serta badan perlindungan konsumen independen dalam melaksanakan upaya peningkatan posisi konsumen. Upaya tersebut diwujudkan melalui program pembinaan serta pendidikan konsumen agar mereka memiliki pemahaman, kesadaran, dan kemampuan dalam mempertahankan hak-haknya. Dengan demikian, keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya menjadi perangkat hukum formal, tetapi juga berperan sebagai payung besar yang menyatukan berbagai ketentuan hukum yang ada, sekaligus memperkuat pelaksanaan penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen³.

Perlindungan konsumen dalam konteks transaksi elektronik menjadi semakin penting. Dalam era digital, konsumen sering kali berinteraksi dengan produk dan layanan tanpa adanya tatap muka langsung, sehingga risiko penipuan dan ketidakpuasan dapat meningkat. dengan adanya pengakuan terhadap transaksi dan dokumen elektronik, kegiatan Perdagangan Elektronik kini memiliki dasar hukum yang kuat. Dalam konteks ini, konsumen perlu berhati-hati saat melakukan pembelian barang secara online.

Transaksi jual-beli dalam Perdagangan Elektronik biasanya melibatkan perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Jual-beli itu sendiri merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). E-commerce, sebagai model transaksi jual-beli modern, memanfaatkan inovasi teknologi, terutama internet, sebagai media untuk melakukan transaksi tersebut. Dengan adanya regulasi yang jelas, baik pelaku usaha maupun konsumen dapat lebih terlindungi dalam melakukan transaksi. Konsumen disarankan

² Susanto,2008, *Hak hak konsumen jika di rugikan*,Visimedia,Jakarta,hlm.22

³ Ibid,hlm.11

untuk selalu membaca syarat dan ketentuan yang berlaku, serta memahami hak dan kewajiban mereka dalam setiap transaksi yang dilakukan.⁴

Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), menjelaskan pengertian konsumen bahwasanya: *“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”*⁵ Konsumen sering kali menghadapi persoalan seperti produk tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, hingga praktik harga tak wajar yang merugikan pihak tertentu, seperti predatory pricing, yaitu penetapan harga yang terlalu rendah. Praktik semacam ini menimbulkan ketidakseimbangan dalam persaingan usaha dan berpotensi melanggar prinsip keadilan, terutama terhadap pelaku usaha kecil seperti UMKM.

Dari perspektif hukum, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) telah memberikan dasar normatif bagi perlindungan hak-hak konsumen. Namun dalam praktiknya, implementasi perlindungan tersebut belum sepenuhnya efektif, terlebih ketika platform e-commerce berkembang dengan sangat cepat melebihi kemampuan pengawasan hukum yang ada.

Kasus TikTok Shop dan Shopee di Indonesia menjadi contoh nyata di mana dinamika teknologi digital dan regulasi hukum berjalan tidak seimbang. Penawaran harga yang sangat murah dan kemudahan transaksi menarik minat konsumen, tetapi juga menimbulkan keresahan di kalangan pelaku usaha lokal. Dalam merespons hal tersebut, pemerintah mengeluarkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 untuk menata kembali praktik perdagangan melalui sistem elektronik. Oleh karena itu,

⁴ Husnul Khatimah,2022,perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di aplikasi Lazada dan Shopee,*Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*,Vol.3,No.2 hlm.386

⁵ <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>diakses pada 10 Juli 2025 pada pukul 17.37

dibutuhkan kajian yuridis yang mendalam terhadap bentuk-bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen atas transaksi yang dilakukan melalui TikTok Shop dan Shopee, serta bagaimana tanggung jawab penyedia platform dalam menyelesaikan permasalahan yang timbul. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penguatan perlindungan konsumen dalam ekosistem perdagangan digital di Indonesia.⁶

Dalam setiap bentuk transaksi, baik yang berkaitan dengan perdagangan barang maupun penyediaan jasa, posisi yang paling sering mendapatkan keuntungan lebih besar biasanya adalah pihak penjual atau pemberi jasa. Hal ini terjadi karena penjual pada umumnya membeli barang dari produsen dengan harga yang relatif lebih murah, kemudian menawarkan kembali produk tersebut kepada konsumen dengan harga yang lebih mahal. Perbedaan harga tersebut merupakan keuntungan yang didapatkan penjual. Dengan demikian, konsumen harus menanggung beban harga yang lebih besar daripada biaya yang sebenarnya dikeluarkan oleh penjual untuk memperoleh barang tersebut.

Situasi semacam ini sering kali membuat konsumen enggan membeli barang secara langsung, sebab harga yang ditawarkan dianggap terlalu mahal. Sebagai alternatif, banyak konsumen kini beralih menggunakan layanan e-commerce. Melalui platform digital ini, harga produk cenderung lebih terjangkau serta bersifat kompetitif, karena adanya persaingan antar-penjual yang semakin ketat. Dengan kata lain, konsumen memperoleh kesempatan lebih luas untuk memilih produk dengan harga sesuai kemampuan dan kebutuhan mereka.

Perubahan pola konsumsi masyarakat ini juga tidak terlepas dari pengaruh pesatnya perkembangan teknologi. Inovasi teknologi memberikan kemudahan bagi manusia dalam menjalani berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari. Secara

⁶ imothy Miracle Luke Mandas & Wulanmas Anna P. G. Frederik & Ronny Adrie Maramis,2024,Analisis Yuridis Terhadap Penguasaan Pasar oleh E-Commerce TikTok Shop Ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha, *Lex Privatum*,Vol.14,No.3,hlm.385–390.

tidak langsung, perkembangan tersebut juga mendorong perubahan perilaku sosial dan ekonomi masyarakat. Salah satu bukti paling nyata dari kemajuan teknologi tersebut adalah hadirnya internet.

Internet dapat dipahami sebagai suatu jaringan komunikasi global yang memungkinkan interkoneksi berbagai komputer di seluruh dunia. Hubungan ini terbangun melalui sistem yang tersusun secara terorganisir dengan memanfaatkan perangkat telepon maupun satelit sebagai media penghubung. Dengan keberadaan internet, interaksi manusia menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien, khususnya dalam aktivitas ekonomi modern seperti perdagangan elektronik.⁷

Sejak diberlakukannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perkembangan sistem perlindungan konsumen di Indonesia menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan. Pemerintah tidak hanya menetapkan regulasi, tetapi juga membentuk berbagai lembaga resmi untuk menjalankan fungsi pengawasan dan perlindungan. Misalnya, dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang bertugas memberikan saran, rekomendasi, serta melakukan advokasi terhadap permasalahan konsumen. Selain itu, ada pula Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang berfungsi memastikan iklim usaha tetap sehat, adil, dan bebas dari praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat yang dapat merugikan masyarakat sebagai konsumen.

Sebagai bentuk konkret lainnya, pada tahun 2014 pemerintah Indonesia menetapkan tanggal 20 April sebagai Hari Konsumen Nasional (Harkonas). Penetapan ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya hak-hak konsumen, sekaligus mendorong partisipasi aktif konsumen agar lebih kritis sehingga konsumen tidak hanya mengetahui hak dan kewajibannya, tetapi juga dapat mengambil keputusan secara tepat, kritis, dan penuh pertimbangan ketika melakukan transaksi barang maupun jasa. Harkonas juga menjadi momentum bagi pelaku usaha untuk

⁷ <https://katadata.co.id/intan/berita/61ee4467db13b/internet-adalah-jaringan-komputer-inipengertian-dan-sejarahnya> diakses pada 10 Juli 2025 pukul 18.25

lebih bertanggung jawab dalam menyediakan barang dan jasa yang berkualitas serta sesuai standar.

Dengan adanya regulasi, lembaga khusus, dan peringatan nasional ini, perlindungan konsumen di Indonesia diharapkan tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah semata, melainkan juga menjadi kesadaran kolektif antara konsumen, pelaku usaha, dan masyarakat luas dalam menciptakan ekosistem Transaksi yang tertib dan menjunjung prinsip keadilan.⁸

Pesatnya perkembangan teknologi informasi selama satu dekade terakhir telah mendorong transformasi di berbagai sektor, termasuk perdagangan. Salah satu wujud nyata perubahan ini adalah munculnya platform e-commerce seperti TikTok Shop dan Shopee, yang menyediakan fasilitas jual beli daring. Melalui fitur-fitur menarik dan kemudahan bertransaksi, kedua platform ini berhasil menarik perhatian masyarakat luas, terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Namun, di balik kemudahan dan inovasi ini, berbagai permasalahan hukum muncul dalam praktik, khususnya terkait perlindungan hak-hak konsumen.

Pembeli sebagai pihak yang melakukan transaksi sering kali menanggung kerugian, seperti produk yang tidak cocok dengan penjelasan, penundaan pengantaran, atau hambatan dalam mekanisme pengembalian uang. Selanjutnya, adanya perjanjian standar yang disusun secara unilateral oleh pengusaha atau platform semakin melemahkan posisi tawar konsumen, yang tidak memiliki ruang untuk menegosiasikan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan. Salah satu asas penting hukum perdata adalah asas kebebasan berkontrak, tetapi dalam praktik e-commerce modern, asas ini seringkali kehilangan rasa keadilannya. Ketimpangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha menunjukkan bahwa perlindungan hukum tidak hanya dibutuhkan setelah

⁸ Esther Masri, Otih Handayani, Rama Dhianty, dan Sri Wahyuni, 2023, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Jakad Media Publishing, Surabaya, hlm.15

sengketa muncul, tetapi juga harus hadir sejak awal dalam bentuk regulasi yang berpihak pada konsumen sebagai pihak yang lebih rentan.

Indonesia sendiri telah memiliki beberapa instrumen hukum untuk melindungi konsumen, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Namun, efektivitas penerapan regulasi tersebut dalam konteks transaksi digital modern masih sering dipertanyakan, terutama terkait tanggung jawab platform digital sebagai fasilitator transaksi.

Berdasarkan uraian tersebut, Peneliti tertarik ingin melakukan Penelitian Hukum yang berjudul : **ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN BARANG MELALUI PLATFORM TIKTOK SHOP DAN SHOPEE**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi pembelian barang melalui platform TikTok Shop dan Shopee menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia?
2. Bagaimana penerapan tanggung jawab hukum oleh pelaku usaha dan penyedia platform apabila terjadi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang permasalahan yang diuraikan dalam rumusan masalah. Berdasarkan rumusan masalah ini, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengidentifikasi aturan hukum yang mengatur mengenai perlindungan konsumen dalam kegiatan transaksi jual beli melalui platform TikTok Shop dan Shopee, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.
2. Untuk mengkaji tanggung jawab hukum dari pelaku usaha serta penyelenggara platform apabila terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dalam kegiatan transaksi perdagangan elektronik.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dirancang tidak hanya sebagai upaya pemenuhan akademik, tetapi juga untuk memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu hukum dan praktik perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Secara garis besar, manfaat dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan serta memperluas kajian dalam ranah hukum perlindungan konsumen, terutama yang berhubungan dengan aktivitas transaksi melalui platform digital seperti TikTok Shop dan Shopee. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas aspek hukum dalam transaksi perdagangan elektronik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas kepada masyarakat, khususnya konsumen pengguna platform TikTok Shop dan Shopee, mengenai hak-hak hukum yang mereka miliki dalam setiap transaksi daring. Dengan mengetahui bentuk perlindungan yang tersedia, konsumen diharapkan dapat lebih kritis dan cermat dalam melakukan pembelian secara elektronik

serta mampu mengambil langkah yang tepat apabila terjadi pelanggaran hak.

b. Bagi pelaku usaha dan penyelenggara platform

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pelaku usaha dan penyelenggara platform perdagangan elektronik untuk lebih memahami tanggung jawab hukum yang harus dipenuhi dalam menjalankan kegiatan usaha secara digital

c. Bagi Pemerintah

Hasil kajian dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah atau lembaga pembuat kebijakan dalam menyusun atau menyempurnakan regulasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di era digital. Penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai masukan untuk meningkatkan efektivitas pengawasan terhadap aktivitas perdagangan melalui platform e-commerce dan social commerce.

E. Terminologi

Terminologi mengacu pada makna kata atau kalimat yang terdapat dalam judul penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memilih judul **"ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN BARANG MELALUI PLATFORM TIKTOK SHOP DAN SHOPEE"**. Berdasarkan judul tersebut, terminologi yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis

Analisis merupakan kegiatan menelaah suatu peristiwa, tindakan, atau karya tulis guna memahami keadaan yang sesungguhnya, termasuk faktor penyebab dan permasalahan yang terkait..⁹

⁹ <https://www.kbbi.web.id/analisis> diakses pada tanggal 11 Juli 2025 pada pukul 02.40

2. Yuridis

Yuridis adalah hukum baik tertulis maupun lisan. Hukum tertulis mencakup undang-undang, sedangkan hukum lisan mencakup hukum adat.¹⁰

3. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum pada dasarnya dapat dipahami melalui gabungan makna dari dua kata, yaitu perlindungan dan hukum. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perlindungan diartikan sebagai segala bentuk tindakan, upaya, maupun perbuatan yang bertujuan untuk melindungi atau memberikan rasa aman kepada seseorang maupun kelompok dari ancaman, bahaya, atau tindakan yang merugikan. Perlindungan pada hakikatnya merupakan usaha preventif maupun represif agar pihak yang dilindungi terhindar dari kerugian, baik secara fisik, psikologis, maupun material.

Sementara itu, istilah hukum dalam KBBI dipahami sebagai seperangkat aturan, norma, atau ketentuan, baik tertulis maupun tidak tertulis, yang oleh masyarakat dianggap mengikat, serta memiliki kekuatan memaksa karena dikukuhkan oleh otoritas resmi, yakni penguasa atau pemerintah. Hukum berfungsi sebagai pedoman tingkah laku dalam kehidupan bermasyarakat, sekaligus menjadi alat kontrol sosial untuk menciptakan keteraturan, keadilan, dan kepastian hukum.

Dengan demikian, perlindungan hukum dapat dimaknai sebagai suatu bentuk jaminan yang diberikan oleh sistem hukum terhadap hak-hak individu maupun kelompok agar terhindar dari pelanggaran, ancaman, atau tindakan sewenang-wenang. Perlindungan ini juga merupakan perwujudan dari peran negara dalam menjamin hak asasi warga negara serta menjaga keseimbangan antara kebutuhan pribadi serta kebutuhan publik. Perlindungan hukum tidak hanya berbentuk

¹⁰ <https://brainly.co.id/tugas/7902015>, diakses pada 11 Juli 2025 pada pukul 02.50

peraturan yang tertulis dalam perundang-undangan, tetapi juga dalam praktik penerapan hukum oleh aparat yang berwenang.¹¹

4. Konsumen

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen di Indonesia, konsumen didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang Menggunakan barang dan/atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha dengan tujuan memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, ataupun kelompok, tanpa maksud untuk memperdagangkannya kembali. Konsumen tidak berperan sebagai pelaku usaha, melainkan sebagai penerima manfaat langsung dari suatu produk atau layanan.

Definisi tersebut tercantum secara tegas dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bukan untuk diperjualbelikan kembali, melainkan untuk digunakan sendiri maupun bersama. Kedudukan konsumen dalam hubungan hukum bersifat pasif, yaitu menerima tawaran dari pelaku usaha, sehingga perlindungan hukum menjadi penting agar konsumen tidak dirugikan oleh praktik bisnis yang tidak adil, informasi yang menyesatkan, atau kualitas barang/jasa yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam transaksi digital, seperti pada platform TikTok Shop dan Shopee, posisi konsumen bahkan menjadi semakin rentan karena terbatasnya kontrol terhadap penjual dan informasi produk yang diberikan secara sepihak.¹²

5. Pembelian Barang

Pembelian barang merupakan suatu bentuk perjanjian dalam hukum perdata, di mana satu pihak (penjual) berjanji menyerahkan

¹¹ <https://www.hukumonline.com/berita/a/perlindungan-hukum-1t61a8a59ce8062/> di akses pada 11 juli 2025 pada pukul 10.00

¹² Indonesia. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 1 angka 2. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43613/uu-no-8-tahun-1999> ,di akses pada 11 juli 2025 pada pukul 10.20

suatu barang dan pihak lainnya (pembeli) berkewajiban membayar sejumlah uang sebagai imbalannya. Ketentuan dasar mengenai jual beli ini diatur dalam Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).¹³

6. Platform TikTok Shop dan Shopee

TikTok Shop: Fitur e-commerce yang terintegrasi dalam aplikasi sosial media TikTok. Platform ini memungkinkan penjual untuk menampilkan dan menjual produk secara langsung melalui konten video, memanfaatkan popularitas dan engagement pengguna TikTok.¹⁴

Shopee adalah marketplace elektronik yang menjadi perantara antara penjual dan pembeli. Platform ini menyediakan berbagai layanan pendukung seperti sistem pembayaran aman, pelacakan pengiriman, dan promosi digital untuk meningkatkan kenyamanan konsumen.¹⁵

7. Transaksi elektronik

Transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan melalui pemanfaatan komputer, jaringan komputer, dan/atau sarana elektronik lainnya. Dalam konteks penelitian ini, transaksi tersebut mencakup kegiatan pembelian barang melalui platform digital seperti TikTok Shop dan Shopee tanpa harus bertemu secara fisik.¹⁶

8. Platform Digital

Mengacu pada sistem berbasis teknologi informasi yang menyediakan fasilitas layanan transaksi secara daring antara penjual dan pembeli. TikTok Shop dan Shopee termasuk dalam kategori

¹³ Indonesia. (1847). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Pasal 1457).

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37469/kuhperdata> di akses pada 11 juli 2025 pada pukul 11.23

¹⁴ TikTok. (2024). *TikTok Shop*. https://en.wikipedia.org/wiki/TikTok_Shop di akses tanggal 11 juli pada pukul 11.29

¹⁵ Shopee. (2024). *Shopee*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Shopee> di akses pada tanggal 11 juli 2025 pada pukul 11.30

¹⁶ Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, <https://peraturan.bpk.go.id/Download/26683/UU%20Nomor%2011%20Tahun%202008.pdf> di akses pada 12 juli 2025 pada pukul 09.35

platform dagang elektronik (e-commerce), yang tidak hanya berfungsi sebagai perantara, tetapi juga turut bertanggung jawab dalam memastikan perlindungan hak-hak konsumen yang menggunakan layanannya.¹⁷

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah serangkaian langkah atau prosedur ilmiah yang disusun secara sistematis untuk memudahkan peneliti dalam mengenali, menelusuri, serta mengolah data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang dikaji. Tujuan penggunaan metode ini ialah untuk memperoleh informasi yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Adapun metode penelitian yang diterapkan dalam kajian ini dijabarkan sebagai berikut.:

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu pendekatan yang mempelajari hukum dari sisi peraturan yang berlaku. Dalam pendekatan ini, peneliti tidak melakukan wawancara atau pengamatan langsung di lapangan, melainkan menelaah aturan hukum yang mengatur perlindungan konsumen, terutama dalam transaksi online melalui TikTok Shop dan Shopee.

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memahami bagaimana hukum tertulis, seperti undang-undang dan peraturan pemerintah, mengatur perlindungan bagi konsumen. Selain itu, pendekatan ini juga digunakan untuk menilai apakah aturan-aturan tersebut sudah cukup melindungi hak konsumen saat berbelanja secara digital.

2. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, artinya penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara jelas dan rinci mengenai

¹⁷ GenerisOnline. (2025). *Understanding Internet and E-Commerce Regulations in Indonesia*. GenerisOnline: <https://generisonline.com/understanding-internet-and-e-commerce-regulations-in-indonesia>/di akses pada 12 juli pada pukul 11.35

masalah hukum yang dibahas, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi pembelian barang melalui Platform TikTok Shop dan Shopee. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menjelaskan bagaimana aturan-aturan hukum yang berlaku mengatur hak dan kewajiban konsumen. Sementara itu, pendekatan analitis digunakan untuk menilai apakah aturan-aturan tersebut sudah diterapkan dengan baik dan memberikan perlindungan yang cukup bagi konsumen. Dengan pendekatan ini, peneliti tidak hanya menjelaskan isi hukum, tetapi juga menganalisis penerapannya dalam situasi nyata, terutama dalam perkembangan perdagangan digital saat ini.

3. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu informasi yang diperoleh bukan dari interaksi langsung dengan responden, melainkan dari bahan-bahan yang sudah ada sebelumnya. Data tersebut dikumpulkan melalui studi pustaka terhadap sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan pokok bahasan. Bahan yang digunakan meliputi dokumen hukum seperti undang-undang, peraturan pemerintah, jurnal ilmiah, buku teks hukum, dan referensi tertulis lainnya yang mendukung analisis yuridis terhadap isu yang dikaji.

a. Data Primer

Bahan hukum primer merupakan jenis sumber hukum yang memiliki kekuatan mengikat secara langsung karena berasal dari produk hukum resmi negara. Sumber ini dijadikan sebagai rujukan utama dalam penelitian untuk menelaah dan menganalisis aturan yang mengatur perlindungan terhadap konsumen dalam aktivitas perdagangan secara elektronik. konteks penelitian ini, bahan hukum primer yang digunakan mencakup berbagai peraturan perundang-undangan sebagai berikut:

1. Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen.
3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, termasuk perubahannya dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
4. Undang Undang Hukum Perdata

Seluruh ketentuan tersebut digunakan sebagai fondasi hukum dalam menganalisis sejauh mana perlindungan terhadap konsumen diberikan dalam praktik jual beli melalui platform digital seperti TikTok Shop dan Shopee.

b. Data Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan jenis sumber yang tidak memiliki kekuatan hukum langsung, tetapi sangat berguna untuk memberikan pemahaman tambahan dan memperkaya penafsiran terhadap isi dari peraturan perundang-undangan yang berlaku. Walaupun sifatnya tidak mengikat, bahan ini penting untuk mendukung argumentasi hukum dalam proses analisis.

Dalam penelitian ini, bahan hukum sekunder yang digunakan mencakup antara lain:

1. Buku-buku yang disusun oleh ahli hukum sebagai referensi akademik.
2. Artikel ilmiah dan jurnal yang mengangkat tema tentang perlindungan konsumen dan aktivitas perdagangan elektronik.

3. Karya ilmiah seperti skripsi, tesis, dan disertasi yang memiliki keterkaitan topik.
4. Informasi hukum dari situs terpercaya seperti Hukum online atau Badan Pemeriksa Keuangan (BPK).

Bahan hukum ini berfungsi untuk menambah perspektif, memperjelas pokok masalah, serta mendukung penalaran hukum dalam proses pembahasan yang dilakukan oleh peneliti.

c. Data Tersier

Bahan hukum tersier adalah sumber pendukung yang berfungsi untuk menjelaskan istilah, definisi, dan konsep hukum secara umum. Jenis bahan ini tidak digunakan sebagai rujukan utama dalam menganalisis peraturan, namun sangat membantu dalam memperjelas bagian-bagian tertentu dalam pembahasan agar isi penelitian lebih mudah dipahami. Meskipun tidak menjadi dasar analisis utama, bahan ini tetap penting untuk menunjang ketepatan penulisan serta memperjelas istilah yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian hukum normatif ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi studi kepustakaan (library research) dan penelitian dokumen (documentary research). Keduanya merupakan cara utama untuk memperoleh data dalam penelitian yang tidak dilakukan secara langsung di lapangan, melainkan melalui pengkajian terhadap sumber-sumber hukum tertulis dan literatur ilmiah.

5. Lokasi dan subyek Penelitian

Karena penelitian ini bersifat normatif, maka lokasi penelitian tidak merujuk pada tempat pengumpulan data secara fisik, melainkan pada tempat di mana peneliti mengakses dan mengkaji sumber-sumber

hukum yang relevan. Penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka dan kajian dokumen hukum, yang dilaksanakan di sejumlah tempat yang menyediakan bahan referensi hukum dan literatur ilmiah.

6. Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif normatif, yaitu cara analisis yang dilakukan dengan menafsirkan isi peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta pandangan para ahli hukum.

Langkah pertama dalam analisis ini adalah mengklasifikasikan data berdasarkan jenis bahan hukum, yaitu bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Setelah itu, dilakukan penafsiran hukum (legal interpretation) terhadap norma-norma yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan untuk melihat kesesuaian antara ketentuan hukum dengan praktik perlindungan konsumen dalam transaksi digital melalui TikTok Shop dan Shopee. Analisis ini tidak menggunakan perhitungan statistik atau angka, melainkan fokus pada pengolahan data secara deskriptif, yaitu dengan menggambarkan isi hukum yang berlaku, mengkaji prinsip-prinsip hukumnya, serta menilai penerapan hukumnya dalam konteks yang diteliti. Tujuannya adalah untuk menemukan kejelasan norma, menilai efektivitasnya, serta memberikan argumentasi hukum yang logis dan sistematis terhadap permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan karya ilmiah ini disusun secara terstruktur dan berurutan agar pembahasannya mudah dipahami serta mengarah pada tujuan yang jelas. Penelitian ini dibagi ke dalam empat bab utama, yang masing-masing membahas aspek berbeda dari topik yang dikaji. Adapun susunan sistematika penulisan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Penyusunan karya ilmiah ini dilakukan dengan mengikuti alur yang runut dan logis, agar isi pembahasannya dapat dimengerti dengan jelas dan tetap fokus pada tujuan penelitian. Struktur dalam penelitian ini terdiri atas empat bab : Latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian, Terminologi, Metode penelitian, Sistematika penulisan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori dan konsep yang menjadi dasar dalam membahas masalah hukum yang diteliti. Beberapa teori yang dijelaskan dalam bab ini antara lain teori perlindungan konsumen, serta prinsip-prinsip dasar dalam hukum perlindungan konsumen. Selain itu, bab ini juga membahas aturan-aturan hukum yang berkaitan dengan transaksi elektronik (e-commerce).

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

menyajikan analisis mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi pembelian barang melalui TikTok Shop dan Shopee, serta tanggung jawab hukum pelaku usaha dan penyedia platform.

BAB IV

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya. Kesimpulan disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, yang dirumuskan secara ringkas namun padat, mencerminkan inti dari temuan penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait, seperti konsumen dan pelaku usaha, maupun penyelenggara platform dan pemerintah, agar temuan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat secara praktis maupun akademik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan umum tentang perlindungan hukum

1. Pengertian perlindungan Hukum

perlindungan hukum merupakan bentuk pelaksanaan sistem hukum secara struktural dan hirarkis, yang berfungsi menjaga keteraturan dalam masyarakat melalui penerapan norma hukum yang bersifat umum dan abstrak sebagai tatanan normatif yang bertujuan untuk mengatur perilaku manusia dengan mengaitkannya pada sanksi hukum. Dalam konteks ini, perlindungan hukum berarti bahwa setiap pelanggaran terhadap norma akan menghasilkan konsekuensi yang dapat ditegakkan oleh negara. Dengan kata lain, perlindungan hukum adalah jaminan bahwa pelaksanaan hak dan kewajiban warga negara berada dalam pengawasan sistem hukum yang konsisten, tidak bertentangan, dan dijalankan oleh institusi yang berwenang.¹⁸ Perlindungan hukum adalah suatu pengakuan terhadap hak-hak fundamental individu yang diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945, khususnya dalam Pasal 28G ayat (1), yang menyebutkan bahwa setiap orang memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan terhadap diri, harga diri, martabat, dan kekayaan pribadinya.¹⁹

perlindungan hukum merupakan upaya untuk melindungi hak asasi manusia yang mengalami kerugian karena tindakan orang lain. Perlindungan ini diarahkan kepada masyarakat agar mereka bisa merasakan semua hak yang dijamin oleh hukum. Dengan kata lain, berbagai tindakan hukum harus diberikan oleh pihak penegak hukum untuk memastikan rasa aman, baik dari segi mental maupun fisik, dari berbagai gangguan dan ancaman dari siapapun. Perlindungan hukum

¹⁸ Jimly Asshiddiqie dan M. Ali Safa'at, 2006, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan MK RI, Jakarta, hal. 12

¹⁹ Pasal 28G ayat (1) UUD

merupakan unsur fundamental dalam sistem hukum suatu negara, karena berkaitan langsung dengan pengakuan dan penghormatan terhadap hak-hak individu maupun kelompok. Dalam konteks ini, hak dianggap sebagai suatu kepentingan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum, baik melalui peraturan perundang-undangan maupun melalui lembaga peradilan. Perlindungan tersebut bertujuan agar hak tersebut tidak dilanggar, diabaikan, atau dirampas secara sewenang-wenang oleh individu lain, kelompok, maupun negara.

Hukum berfungsi sebagai alat rekayasa sosial yang menciptakan keseimbangan antar berbagai kepentingan dalam masyarakat. Oleh karena itu, ketika terdapat konflik kepentingan antar individu, atau antara individu dan negara, hukum harus mampu hadir untuk menengahi dan memberikan keadilan secara proporsional. Dalam proses ini, peran hukum bukan sekadar memberi sanksi, tetapi juga menjaga keteraturan, menjamin kepastian hukum, dan memelihara rasa keadilan sosial. Dengan kata lain, perlindungan hukum bukan hanya untuk menghukum pelanggaran, tetapi juga untuk mencegah terjadinya pelanggaran melalui pengaturan yang adil dan rasional.

Lebih lanjut, perlindungan hukum menuntut adanya kehati-hatian dalam mempertimbangkan berbagai kepentingan yang ada di dalam masyarakat. Setiap individu memiliki hak dan kepentingan yang sah, namun dalam praktiknya hak tersebut bisa saja saling berbenturan. Oleh karena itu, sistem hukum harus dibangun sedemikian rupa agar mampu menyaring, mengkaji, dan menyeimbangkan berbagai kepentingan tersebut secara bijaksana, guna menciptakan ketertiban dan harmonisasi kehidupan bersama. Dalam hal ini, keberadaan hukum menjadi alat pengatur dan pelindung yang mengupayakan titik temu antara kebebasan dan ketertiban, antara hak individu dan kepentingan umum.²⁰

2. Bentuk perlindungan hukum

²⁰ Ramadhan,2022, Kepastian hukum dan perlindungan hukum investasi di Indonesia. Dharmasisya, *Jurnal Program Magister Hukum FH UI*, Vol.1, No. 4, hlm.1752

a. Perlindungan Preventif

Perlindungan hukum preventif merupakan jenis perlindungan yang bersifat proaktif, di mana perlindungan ini diberikan sebelum terjadinya pelanggaran atau perselisihan hukum. Sasaran dari perlindungan ini adalah untuk mencegah terjadinya kerugian atau perseteruan hukum dengan cara membangun sistem hukum yang jelas, tegas, dan dapat dimengerti oleh seluruh masyarakat. Proses ini direalisasikan melalui penyusunan undang-undang, pedoman etik, serta kebijakan administratif yang secara jelas.

b. Perlindungan represif

Perlindungan hukum represif merujuk pada langkah-langkah hukum yang diambil setelah terjadi pelanggaran atau penyalahgunaan hak, yang bertujuan untuk memberikan keadilan bagi pihak yang dirugikan serta menangani pelaku pelanggaran secara legal. Perlindungan ini biasanya diwujudkan melalui proses peradilan, pengaduan kepada pihak berwenang, atau metode penyelesaian sengketa alternatif, seperti mediasi dan arbitrase.²¹

B. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian perlindungan konsumen

Perkembangan hukum konsumen di tingkat global bermula dari gerakan perlindungan konsumen pada abad ke-19, khususnya di Amerika Serikat. Gelombang pertama muncul pada tahun 1891 dengan berdirinya Liga Konsumen di New York, yang menjadi organisasi perlindungan konsumen pertama di dunia. Kemudian, pada tahun 1898, terbentuk Liga Konsumen Nasional di tingkat nasional Amerika Serikat. Meskipun organisasi-organisasi ini menghadapi berbagai kendala, perkembangan penting terjadi pada tahun 1906 dengan lahirnya dua undang-undang

²¹ M. A. L. Quintarti, *Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, *Jurnal Kolaboratif Sains*, Vol. 7, No. 8, 2023, hlm. 60-61

perlindungan konsumen, yaitu *The Meat Inspection Act* dan *The Food and Drugs Act*. Undang-undang kedua kemudian diamandemen menjadi *The Food, Drug and Cosmetics Act* pada tahun 1938, setelah tragedi Elixir Sulfanilamide tahun 1937 yang menyebabkan kematian 93 konsumen.²²

Istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris “consumer”, sedangkan dalam bahasa Belanda disebut “consument”. Secara terminologis, konsumen diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang memakai, memanfaatkan, atau mengonsumsi produk berupa barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, maupun rumah tangga, dan tidak untuk diperjualbelikan kembali.

konsumen merupakan subjek ekonomi yang berperan sebagai pihak akhir dalam rantai distribusi suatu produk. Sementara itu, perlindungan konsumen merujuk pada serangkaian kebijakan, tindakan hukum, dan mekanisme kelembagaan yang bertujuan untuk memberikan janji atas hak-hak konsumen secara menyeluruh. Tujuan utama dari perlindungan ini adalah untuk menciptakan kepastian hukum serta mencegah adanya eksplorasi, penipuan, atau ketidakadilan dalam proses perolehan maupun penggunaan barang dan jasa. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, tidak hanya terbatas pada saat transaksi, tetapi juga sejak tahap sebelum konsumen memperoleh barang dan jasa, selama penggunaan produk, hingga timbulnya akibat hukum atau kerugian setelah pemakaian produk tersebut. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi hal yang fundamental dalam mewujudkan keadilan sosial di bidang ekonomi, terutama di tengah berkembangnya transaksi berbasis digital dan e-commerce.²³

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen dipahami sebagai setiap individu yang memanfaatkan, menggunakan, atau mengonsumsi barang dan/atau jasa yang tersedia di tengah masyarakat. Tujuan dari penggunaan tersebut

²² Abdul Atsar dan Rani Apriani, 2019, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Deepublish, Sleman, hlm. 7

²³ Ibid., hlm. 3162- 3164

dapat bersifat pribadi maupun kolektif, baik untuk dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, maupun makhluk hidup lain yang berada dalam tanggung jawabnya. Yang menjadi pembeda utama adalah bahwa aktivitas konsumsi ini tidak dimaksudkan untuk tujuan komersial atau diperjualbelikan kembali.

Dengan kata lain, konsumen merupakan subjek yang berada pada titik akhir dari rantai distribusi barang dan jasa, yang menggunakan produk tersebut semata-mata untuk memenuhi kebutuhan hidup atau menunjang kesejahteraan, bukan untuk memperoleh keuntungan ekonomis melalui transaksi lanjutan. Definisi ini mencerminkan upaya negara dalam memberikan posisi hukum yang jelas bagi pihak yang paling rentan terhadap kerugian akibat praktik usaha yang tidak adil atau menyesatkan.²⁴

2. Asas – asas perlindungan konsumen

Dalam rangka melindungi hak-hak konsumen secara adil dan seimbang, Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan sejumlah asas penting yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan perlindungan tersebut. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing asas:

a. Asas Manfaat

Asas ini menekankan bahwa setiap upaya perlindungan terhadap konsumen harus memberikan keuntungan yang sebesar-besarnya, tidak hanya untuk konsumen, tetapi juga bagi pelaku usaha dan masyarakat secara keseluruhan. Artinya, semua kebijakan dan tindakan yang diambil harus memberikan nilai positif dan meningkatkan kesejahteraan berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan konsumsi dan usaha.

b. Asas Keadilan

Asas ini bertujuan untuk menjamin bahwa konsumen dan pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama dalam memperoleh hak dan menjalankan kewajiban secara adil. Tidak boleh ada yang dirugikan, baik konsumen maupun pelaku usaha. Prinsip ini menekankan

²⁴ Zulham, , 2013 ,Hukum Perlindungan Konsumen, kencana,Jakarta , hlm.16-17.

perlunya sistem yang tidak memihak dan memberi ruang partisipasi aktif bagi seluruh lapisan masyarakat dalam perlindungan konsumen.

c. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan mengandung arti bahwa hubungan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah harus dibangun secara setara dan saling menguntungkan. Keseimbangan ini mencakup aspek materiil seperti hak atas barang yang layak dan jasa yang berkualitas, maupun aspek non-materiil seperti rasa aman dan kepercayaan antar pihak.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Melalui asas ini, negara menjamin bahwa barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat harus aman digunakan serta tidak menimbulkan risiko yang membahayakan jiwa, kesehatan, maupun keselamatan konsumen. Pelaku usaha wajib memastikan produk yang dijual telah memenuhi standar keamanan sesuai ketentuan yang berlaku.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas terakhir ini menekankan pentingnya keberadaan hukum yang jelas, tegas, dan dapat ditegakkan, agar baik konsumen maupun pelaku usaha merasa terlindungi dan tahu hak serta kewajibannya. Negara harus hadir dalam menegakkan aturan dan memberikan kepastian atas hak hukum konsumen ketika terjadi pelanggaran.²⁵

3. Tujuan perlindungan Konsumen

Penerapan hukum perlindungan konsumen yang baik tidak hanya berdampak positif pada peningkatan kesadaran dan martabat konsumen secara langsung, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara bertanggung jawab. Keberhasilan perlindungan konsumen sangat bergantung pada konsistensi pelaksanaan hukum tersebut di lapangan. Untuk itu, terdapat beberapa langkah strategis yang perlu

²⁵ Siregar, S. P. (2024). Kepastian hukum perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, Vol 4, No 2, hlm. 231

ditempuh agar tujuan perlindungan konsumen dapat tercapai secara optimal.

- a. Sistem hukum perlindungan konsumen harus bersifat adil dan seimbang, tidak memihak satu pihak saja. Artinya, aturan yang berlaku harus menjamin hak-hak konsumen, sekaligus tidak memberatkan pelaku usaha secara berlebihan. Pelaku usaha tetap memiliki hak untuk menjalankan kegiatan usaha dengan cara yang jujur dan sesuai etika bisnis.
- b. aparat penegak hukum yang bertugas dalam bidang perlindungan konsumen perlu didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai. Dukungan ini harus disertai dengan komitmen profesionalisme serta tanggung jawab moral dalam menegakkan hukum secara adil dan tidak diskriminatif.
- c. perlu dilakukan edukasi publik secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya konsumen, terhadap hak dan kewajiban mereka dalam aktivitas ekonomi. Dengan pemahaman yang baik, konsumen akan lebih siap melindungi dirinya dari praktik usaha yang merugikan.
- d. masyarakat secara umum perlu membangun pola pikir baru yang lebih peduli terhadap hak-hak konsumen. Perubahan nilai sosial ini akan membentuk budaya hukum yang mendukung terciptanya ekosistem perdagangan yang adil, transparan, dan saling menghargai antara pelaku usaha dan konsumen.²⁶

4. Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Dalam upaya memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menetapkan sejumlah hak yang harus dijamin oleh pelaku usaha maupun negara. Hak-hak tersebut meliputi:

- a. Berikut ini adalah hak-hak konsumen:

²⁶ Niru Anita Sinaga,2015,Pelaksanaan perlindungan konsumen di indonesia,Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*,Vol 5,No 2,hlm. 74

Hak dasar untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang dan/atau jasa;

- 1) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta menerima barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan;
- 2) Hak untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan transparan mengenai kondisi dan garansi barang dan/atau jasa; d. Hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan terkait barang dan/atau jasa yang dimanfaatkan.
- 3) Hak untuk menerima dukungan, perlindungan, dan metode penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang adil; f. Hak untuk mendapatkan bimbingan dan pendidikan bagi konsumen;
- 4) Hak untuk diperlakukan atau dilayani dengan adil, jujur, dan tanpa diskriminasi;
- 5) Hak untuk menerima kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak memenuhi standar yang semestinya;
- 6) Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

b. Kewajiban konsumen

Selain memiliki hak, konsumen juga memiliki tanggung jawab dalam setiap transaksi yang dilakukan. Tanggung jawab ini bertujuan untuk membangun hubungan yang sehat dan seimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Kewajiban konsumen terdiri dari:

- 1) Menyimak petunjuk penggunaan barang atau jasa.

Konsumen diharuskan untuk membaca dan mengikuti informasi yang diberikan mengenai penggunaan, penyimpanan, dan pemeliharaan barang atau jasa. Tindakan ini sangat penting untuk melindungi keselamatan diri dan menghindari kesalahan penggunaan yang bisa menyebabkan kerugian.

- 2) Bertindak dengan niat baik dalam bertransaksi.

Konsumen wajib menghargai prinsip kejujuran dan tidak boleh melakukan tindakan yang merugikan pelaku usaha, seperti menyampaikan informasi tidak benar, menyalahgunakan sistem transaksi, atau secara sengaja menimbulkan kerugian.

3) Membayar sesuai dengan kesepakatan.

Salah satu kewajiban konsumen adalah membayar harga barang atau jasa sesuai nilai yang sudah disetujui, baik dalam transaksi tunai maupun non-tunai.

4) Menghormati proses penyelesaian sengketa.

Jika terjadi konflik antara konsumen dan pelaku usaha, konsumen diharuskan untuk mengikuti prosedur penyelesaian hukum yang telah ditetapkan secara adil.

c. Hak pelaku usaha

1) Hak atas pembayaran yang layak.

Pelaku usaha berhak menerima pembayaran dari konsumen sesuai dengan ketentuan harga dan kondisi barang atau jasa yang ditawarkan.

2) Memiliki hak untuk mencari penyelesaian dan pertolongan hukum atas kerugian yang dialami.

Apabila konsumen melakukan tindakan yang merugikan secara tidak sah, pelaku usaha memiliki hak untuk mendapat perlindungan hukum dan tidak dikriminalisasi secara sepihak.

3) Hak membela diri dalam penyelesaian sengketa

Jika terjadi konflik atau perselisihan, pelaku usaha berhak menyampaikan pembelaan serta bukti dalam proses penyelesaian hukum yang berlangsung.

4) Hak memulihkan reputasi

Dalam hal terjadi tuduhan kerugian terhadap konsumen yang ternyata tidak terbukti secara hukum, pelaku usaha berhak untuk memulihkan nama baiknya demi menjaga keberlangsungan usaha.

5) Hak lainnya sesuai hukum yang berlaku

Di luar hak-hak tersebut, pelaku usaha juga mendapatkan hak-hak tambahan sebagaimana yang dijamin dalam peraturan perundang-undangan lain yang berlaku.

d. Kewajiban pelaku usaha

Pelaku usaha adalah pihak yang memegang peran penting dalam mewujudkan praktik perdagangan yang adil dan sehat. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan sejumlah ketentuan serta kewajiban yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha agar tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Adapun kewajiban-kewajiban tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan kegiatan usaha.

Pelaku usaha diwajibkan untuk menjalankan seluruh aktivitas usahanya secara jujur, terbuka, dan tidak menipu. Prinsip ini mencerminkan tanggung jawab moral dan hukum dalam setiap interaksi dengan konsumen.

- 2) Memberikan informasi yang akurat dan transparan

Konsumen berhak menerima penjelasan yang benar dan lengkap mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, pelaku usaha berkewajiban menyampaikan detail terkait kondisi produk, jaminan yang disertakan, serta petunjuk penggunaan, pemeliharaan, maupun perbaikannya, agar konsumen dapat mengambil keputusan yang tepat.

- 3) Memperlakukan semua konsumen dengan sikap yang jujur, profesional, dan tanpa perlakuan yang bersifat membeda-bedakan.

Pelaku usaha harus memperlakukan seluruh konsumen dengan sopan dan setara, tanpa membedakan berdasarkan latar belakang, status sosial, agama, jenis kelamin, atau alasan lainnya yang bersifat diskriminatif.

- 4) Menjamin kualitas barang atau jasa sesuai standar yang berlaku
Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan memenuhi standar mutu yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan. Hal ini mencakup aspek keamanan, daya tahan, dan kesesuaian fungsi produk.
- 5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memverifikasi produk.
Konsumen memiliki hak untuk menguji atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha harus memberi ruang dan waktu yang layak untuk uji coba tersebut.
- 6) Memberikan ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan dari penggunaan produk.
Jika konsumen mengalami kerugian akibat pemakaian produk atau jasa yang disediakan, pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, baik berupa perbaikan, penggantian barang, atau pengembalian dana sesuai kerugian yang dialami.²⁷

C. Pembelian Barang online dalam Perspektif Hukum Islam

1. Pengertian Hukum Islam

Hukum Islam merupakan gabungan dari dua istilah, yaitu *hukum* dan *Islam*. Istilah hukum dipahami sebagai seperangkat aturan atau norma yang mengatur perilaku manusia dalam masyarakat, baik yang dibentuk oleh penguasa maupun tumbuh secara alami dalam kehidupan sosial. Aturan tersebut dapat berwujud berbagai bentuk. Ilmu hukum Islam tidak dapat bersifat pasif apabila ingin tetap hidup dan diterapkan di tengah masyarakat. Hukum yang tidak bergerak atau tidak berkembang hanya akan menjadi artefak sejarah yang pantas

²⁷ Syahruddin Nawi,2018, hak dan kewajiban konsumen menurut undang-undang no.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, *Pleno De Jure*, Vol.7, No.1, hlm.3-4

disimpan di museum. Padahal, hukum Islam (syariah) diyakini sebagai aturan yang berlaku sepanjang masa dan dapat diterapkan di berbagai tempat (*li kulli zamaan wa makaan*), serta menjadi rahmat bagi seluruh alam.

Karena itu, dapat dipahami bahwa pada setiap masa dan di berbagai belahan dunia selalu muncul tokoh-tokoh yang menawarkan gagasan dan konsep pembaruan hukum Islam sebagai respons terhadap dinamika masyarakat. Upaya ini merupakan bentuk aktualisasi keberlakuan, pengembangan, dan implementasi hukum Islam agar tetap relevan dengan kebutuhan hukum masyarakat dalam kehidupan mereka.

Hukum Islam atau *syari'at Islamiyah* adalah seperangkat aturan dalam ajaran Islam yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Syariat tidak hanya memuat hukum, ketentuan, dan pedoman untuk menjalani kehidupan, tetapi juga menyediakan solusi atas berbagai permasalahan manusia, baik untuk kehidupan dunia maupun sebagai bekal menuju kehidupan akhirat.²⁸

2. Pengertian Jual Beli dalam Islam

Dalam bahasa Arab, kata al-bai' diartikan sebagai aktivitas menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain, yaitu tindakan menjual. Kebalikannya adalah al-syira', yang bermakna menerima atau membeli. Secara etimologis, jual beli dapat dipahami sebagai pertukaran barang maupun pemindahan hak kepemilikan dari satu pihak ke pihak lainnya.

Sementara itu, secara terminologis, jual beli merupakan suatu peristiwa pertukaran yang berdampak pada peralihan kepemilikan suatu benda kepada pihak lain dengan cara tertentu yang diakui syariat. Pada dasarnya, praktik jual beli umumnya terkait dengan barang berwujud, bukan jasa. Adapun manfaat atau jasa (maliyah) dapat

²⁸ Tribus Wahyudi ,2025, *Hukum Islam dalam sistem hukum di Indonesia segi teori keberlakuan pengembangan dan implementasinya*, C.V Yudhisti Fateeh, Demak, hlm.8-9

dianggap sebagai bagian dari transaksi hanya secara kiasan, sebab sifatnya abstrak, meskipun tetap sah dijadikan objek usaha.

Dengan kata lain, istilah jual beli atau berdagang dapat ditemukan dalam berbagai istilah lain, seperti al-bai', at-tijarah, maupun al-mubadalah. Menurut ketentuan hukum positif, jual beli dimaknai sebagai pertukaran barang dengan barang lain atau dengan uang yang mengakibatkan berpindahnya hak kepemilikan. Bentuk lain dari transaksi ini dapat digambarkan sebagai tukar-menukar barang dengan uang tanpa harus memperhitungkan adanya keuntungan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa aktivitas jual beli merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia, terlepas dari kekurangan maupun kelebihannya. Bahkan, hampir semua bentuk interaksi sosial-ekonomi dapat dipandang sebagai transaksi jual beli. Dalam perspektif Islam, fiqh muamalah telah mengatur tata cara pelaksanaan jual beli sesuai prinsip syariat. Sementara itu, hukum keuangan Islam merupakan seperangkat aturan dan pedoman yang dapat dijadikan acuan, baik bagi individu maupun dalam kegiatan ekonomi swasta maupun publik, agar sesuai dengan nilai-nilai Islam.²⁹

Perkembangan bisnis berbasis Islam saat ini semakin pesat di Indonesia. Hal ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim untuk memilih serta memanfaatkan produk dan layanan yang halal serta baik. Kehadiran perusahaan atau pelaku usaha yang berorientasi pada prinsip syariah menjadi salah satu alternatif yang cukup potensial. Fenomena ini tentu membawa dampak positif, namun tetap harus diantisipasi secara kritis. Sebab, tidak tertutup kemungkinan munculnya berbagai produk yang hanya sekadar menggunakan label "syariah" sebagai kemasan, padahal praktik bisnisnya masih bercorak sekuler atau kapitalistik. Dengan kata lain, label syariah terkadang hanya diposisikan sebagai simbol etika Islam

²⁹ Sri Ulfa Rahayu & Sahrudin,2024, Analisis Jual Beli Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.4, No.2, hlm.1172.

seperti kejujuran dan amanah tanpa diikuti penerapan prinsip syariah yang menyeluruh.³⁰

3. Dasar Hukum Jual Beli dalam Islam

a. Al – Qur'an

Al-Qur'an menegaskan bahwa kegiatan jual beli diperbolehkan asalkan dilakukan sesuai aturan yang benar, serta melarang segala bentuk transaksi yang tidak sah.

1) QS. Al-Baqarah ayat 275:

ذَلِكَ أَمْسَى مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ أَذْنِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا أَرْبَوَا يُكْلُونَ أَذْنِي
ظَمِيمُهُ جَاءَهُ فَمَنْ أَرْبَوَا وَحَرَمَ الْبَيْعَ أَلَّا وَاحِلَّ أَرْبَوَا مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ
هُمُ الْأَنَارُ أَصْحَلُ فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ أَلَّا إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَلَهُ فَأَنْتَهُ رَبُّهُ مَنْ
خَلَدُونَ فِيهَا

Latin:

Alladzīna ya'kulūna r-ribā lā yaqūmūna illā kamā yaqūmu
alladzī yatakhabbatuhusy-syayṭānu minal-mass, dzālika bi-
annahum qālū innamal-bay'u mitslur-ribā, wa ahallallāhul-
bay'a wa ḥarramar-ribā, faman jāahū maw'izatum mir rabbihī
fantahā falahū mā salafa wa amruhū ilallāh, wa man 'āda
faūlāika aṣḥābūn-nār, hum fīhā khālidūn.

Artinya :

Orang-orang yang melakukan praktik riba digambarkan tidak mampu berdiri dengan baik, seakan-akan mereka dirasuki setan hingga kehilangan akal. Hal ini disebabkan oleh anggapan mereka bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah dengan jelas menetapkan bahwa jual beli itu halal, sedangkan riba diharamkan. Siapa pun yang mendapatkan peringatan dari TuhanYa lalu berhenti melakukannya, maka ia tidak berdosa atas apa yang telah dijalani sebelumnya dan urusannya

³⁰ Tribus Wahyudi,2020, konsekuensi hukum perjanjian dalam ekonomi islam bisnis, *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Vol.7, No.1, hlm. 67-68

diserahkan kepada Allah. Namun, siapa saja yang kembali mengulanginya, mereka akan menjadi penghuni neraka dan akan kekal di dalamnya.³¹

2) QS. An-Nisa ayat 29

نَّرَاضِي عَنْ تِجَارَةٍ تَّكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالُكُمْ تَأْكُلُوا لَا آمْنُوا الَّذِينَ أَيَّهَا يَا
رَّجِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنفُسَكُمْ قَتَّلُوا وَلَا مِنْكُمْ

Latin:

Yā ayyuhallāzīna āmanū lā ta'kulū amwālakum bainakum bil-bātīli illā an takūna tijāratā 'an tarādīm minkum, wa lā taqtulū anfusakum, innallāha kāna bikum rahīmā,

Artinya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian saling mengambil harta sesama dengan cara yang tidak benar, kecuali melalui transaksi dagang yang dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak. Jangan pula kalian membinasakan diri sendiri, sebab Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang terhadap kalian.³²

b. Hadis

Dalil dari hadis Rasulullah SAW menjelaskan bahwa dalam transaksi jual beli, kedua belah pihak diberikan hak untuk memilih (khiyar), apakah akan melanjutkan atau membatalkan akad, selama mereka masih berada dalam satu majelis dan belum berpisah.

Selain itu, terdapat pula hadis yang diriwayatkan dari Jabir bin Abdullah RA, bahwa Rasulullah SAW pada masa Fathu Makkah bersabda: “Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli minuman memabukkan (khamr), bangkai, babi, dan berhala.” Mendengar hal itu, ada sahabat yang bertanya

³¹ QS. Al-Baqarah ayat 275

³² QS. An-Nisa ayat 29

mengenai lemak bangkai, sebab sering digunakan untuk melapisi perahu agar tahan air, melumasi kulit, atau dijadikan bahan bakar lampu. Rasulullah SAW menjawab dengan tegas bahwa semua itu tetap tidak diperbolehkan dan hukumnya haram. Kemudian beliau menambahkan, “Allah melaknat kaum Yahudi, karena ketika Allah mengharamkan lemak bagi mereka, justru mereka mencairkannya lalu menjualnya dan memakan hasil penjualannya.” (HR. Bukhari)³³.

4. Rukun dan Syarat Jual Beli

a. Shighat (Ijab dan Qabul)

Dalam masalah shighat, para ulama fikih mengemukakan tiga pandangan utama.

Pertama, akad jual beli hanya dianggap sah apabila dilakukan dengan pernyataan lisan berupa penyerahan (ijab) dan penerimaan (qabul). Bentuk inilah yang menjadi dasar dalam berbagai jenis akad, seperti sewa-menyewa, jual beli, hibah, maupun pernikahan. Kata ijab sendiri berasal dari istilah aujabha yang berarti “menyerahkan”, sementara qabul dimaknai sebagai pernyataan menerima hak kepemilikan dari pihak lain.

Kedua, akad juga dapat dilaksanakan melalui perbuatan, terutama dalam kondisi tertentu di mana praktiknya lazim dilakukan dengan tindakan, bukan ucapan. Contohnya adalah ketika seseorang memberikan pakaian kepada penjahit untuk diperbaiki, membangun masjid lalu membukanya untuk umum sebagai tempat ibadah, atau bentuk akad lain yang pada dasarnya diwujudkan lewat tindakan nyata.

Ketiga, suatu akad dipandang sah selama maksud dan tujuan para pihak dapat dipahami, baik melalui perkataan maupun perbuatan. Artinya, setiap interaksi yang oleh masyarakat dianggap sebagai

³³ F. Mubaraq, A. Hidayat, & W. Wismanto, 2024, Pendidikan jual beli dalam perspektif Islam, *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, vol. 2, no. 1, hlm. 155

transaksi jual beli atau sewa tetap dipandang sah, meskipun cara pengungkapannya berbeda, seperti melalui gerakan, kebiasaan, atau ekspresi yang dipahami sebagai bentuk persetujuan.

b. Subjek (Pihak yang Berakad)

Subjek yang terlibat dalam jual beli disebut dengan istilah al-‘aqid, yaitu pihak-pihak yang melakukan dan menandatangani akad. Dalam praktik jual beli, subjek ini terdiri dari bā’i (penjual) dan musytarī (pembeli). Akad tidak mungkin terjadi tanpa kehadiran keduanya, karena keberadaan penjual dan pembeli menjadi syarat mutlak berlangsungnya transaksi.

Agar akad yang dilakukan sah menurut hukum Islam, pihak yang berakad harus memenuhi beberapa syarat berikut:

1) Beragama Islam

Dalam transaksi tertentu, khususnya yang berkaitan dengan hal-hal sensitif, syarat beragama Islam menjadi penting. Misalnya, dilarang menjual budak Muslim kepada non-Muslim, karena dikhawatirkan akan menimbulkan pelecehan terhadap martabat umat Islam.

2) Berakal Sehat

Subjek akad harus memiliki akal yang sehat, yaitu mampu membedakan baik dan buruk serta dapat menentukan pilihan yang tepat. Dengan demikian, orang yang hilang ingatan, gila, atau mengalami gangguan mental tidak sah melakukan akad, meskipun barang yang diperjualbelikan adalah miliknya sendiri.

3) Atas Kehendak Sendiri

Jual beli hanya sah apabila dilakukan secara sukarela, tanpa adanya paksaan. Dengan kata lain, kedua belah pihak harus menyatakan kerelaan dalam akad tersebut.

4) Baligh (Dewasa)

Pelaku akad harus sudah mencapai usia baligh. Dalam fikih Islam, tanda kedewasaan ditandai dengan mimpi basah atau usia 15 tahun

bagi laki-laki, serta menstruasi bagi perempuan. Kedewasaan ini menunjukkan bahwa seseorang telah dianggap cakap dalam melakukan perbuatan hukum, termasuk akad jual beli.

c. Ma‘qud ‘Alaih (Objek Akad)

Agar suatu akad jual beli dinyatakan sah, maka barang yang menjadi objek transaksi (ma‘qud ‘alaih) harus memenuhi beberapa ketentuan berikut:

1) Halal

Barang yang diperjual belikan harus termasuk kategori yang halal menurut syariat. Dengan demikian, benda yang haram atau najis tidak dapat dijadikan objek akad, misalnya khamar, bangkai, atau babi.

2) Bermanfaat

Barang yang diperdagangkan harus memiliki manfaat nyata. Menjual sesuatu yang tidak memberikan kegunaan atau justru mendatangkan mudarat tidak diperbolehkan dalam Islam.

3) Milik Pihak yang Berakad

Objek jual beli harus merupakan milik sah pihak yang melakukan akad, atau minimal ia mendapat izin dari pemilik barang. Menjual sesuatu yang bukan miliknya tanpa seizin pemilik dianggap tidak sah dan akadnya batal.

4) Diketahui dengan Jelas

Barang yang diperjual belikan harus jelas spesifikasinya, seperti bentuk, jenis, mutu, maupun harganya. Hal ini untuk menghindari adanya kekecewaan atau perselisihan di kemudian hari. Oleh karena itu, akad terhadap barang yang belum tersedia atau masih belum dalam penguasaan penjual tidak diperbolehkan, karena berpotensi menimbulkan ketidakpastian.

5) Dapat Diserahkan

Barang yang dijadikan objek jual beli harus bisa diserahterimakan. Apabila barang tidak mungkin diserahkan,

maka transaksi tersebut berpotensi mengandung penipuan dan merugikan salah satu pihak.

d. Adanya Nilai Tukar (Harga sebagai Pengganti)

Selain barang, setiap akad jual beli harus disertai dengan nilai tukar sebagai kompensasi. Harga tersebut berfungsi sebagai:

- 1) Alat penyimpan nilai (store of value),
- 2) Satuan nilai (unit of account), dan
- 3) Alat tukar (medium of exchange).

Dengan adanya harga yang jelas, transaksi dapat berjalan adil dan tidak merugikan salah satu pihak.

e. Al-Ghairah (Pihak yang Terlibat)

Pihak-pihak dalam akad adalah penjual dan pembeli. Keduanya wajib memiliki kecakapan hukum yang cukup serta kebebasan kehendak untuk melakukan transaksi. Akad tidak sah jika dilakukan oleh pihak yang tidak cakap hukum atau berada di bawah tekanan.³⁴

5. Prinsip Jual Beli Online dalam Islam

a. Prinsip Ketuhanan (Tauhid)

Prinsip ini menegaskan bahwa segala sesuatu adalah milik Allah SWT, dan setiap aktivitas manusia, termasuk transaksi jual beli, selalu berada dalam pengawasan-Nya. Oleh karena itu, tujuan jual beli bukan semata mencari keuntungan duniawi, tetapi juga sarana untuk memperoleh keberkahan akhirat. Penerapan prinsip tauhid dalam bisnis tampak pada sikap pedagang Muslim yang menjauhi praktik riba, eksloitasi, maupun bentuk transaksi yang bertentangan dengan syariat.

b. Prinsip Kerelaan (Ridhaiyyah)

Transaksi hanya sah apabila dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak. Hal ini ditandai dengan adanya ijab dan qabul yang

³⁴ Sri Ulfa Rahayu & Sahrudin,2024, Analisis Jual Beli Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.4, No.2, hlm .1173-1175

berlangsung tanpa paksaan, tekanan, atau bentuk penipuan. Dalam praktik modern, prinsip ini menuntut adanya informasi yang jelas dan transparan mengenai kualitas, jumlah, harga, serta waktu penyerahan barang. Jika informasi tidak lengkap, maka rawan menimbulkan tadlis (penipuan) atau asymmetric information

c. Prinsip Kemanfaatan (Maslahah)

Setiap kegiatan jual beli harus membawa manfaat bagi para pihak yang bertransaksi. Barang yang diperdagangkan harus memiliki nilai guna dan tidak menimbulkan kerusakan atau mudarat bagi manusia. Dengan demikian, transaksi harus diarahkan pada hal-hal yang memberi maslahat dan kebermanfaatan sosial.

d. Prinsip Keadilan

Dalam jual beli, para pihak dilarang berbuat zalim satu sama lain. Penjual harus memperlakukan pembeli secara adil, begitu pula sebaliknya. Wujud keadilan ini tercermin dalam penetapan harga yang wajar, menghindari praktik monopoli, serta tidak melakukan tindakan yang merugikan pihak lain.

e. Prinsip Kejujuran

Kejujuran menjadi syarat mutlak dalam transaksi, baik dalam ucapan maupun tindakan. Penjual wajib menyampaikan informasi secara benar, lengkap, dan apa adanya mengenai barang yang dijual. Islam melarang segala bentuk penipuan, sebagaimana ditegaskan dalam QS. al-Muthaffifin ayat 1–3, yang mengutuk orang-orang yang curang dalam takaran dan timbangan.

f. Prinsip Kebebasan (Khiyar)

Prinsip kebebasan dalam jual beli bermakna bahwa setiap pihak memiliki hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan akad, selama tidak bertentangan dengan syariat. Dalam fiqh muamalah, konsep ini disebut khiyar, yang bertujuan memastikan bahwa akad benar-benar lahir dari kerelaan penuh tanpa adanya tekanan.

g. Prinsip Akhlak (Etika)

Etika merupakan inti dari setiap aktivitas ekonomi dalam Islam. Nilai-nilai utama yang harus diamalkan adalah sifat Nabi Muhammad SAW: siddiq (jujur), amanah (dapat dipercaya), tabligh (menyampaikan kebenaran), dan fathanah (cerdas). Prinsip akhlak mencegah seorang Muslim bertindak sewenang-wenang, bersumpah palsu, berjudi, atau merugikan pihak lain. Dengan demikian, setiap transaksi harus dijalankan dengan moralitas yang luhur.

h. Prinsip Sahih

Sebuah transaksi dianggap sah apabila memenuhi rukun dan syarat jual beli sesuai syariat Islam. Jika salah satu rukun atau syarat tidak terpenuhi, maka jual beli tersebut tidak sah secara hukum Islam.³⁵

Menurut pandangan ulama Hanafiyah, suatu akad memiliki tiga rukun pokok, yaitu:

1) Al-‘Aqid (pihak yang berakad)

Yaitu orang yang melakukan akad. Dalam praktiknya, pihak ini bisa terdiri dari satu orang maupun lebih, bergantung pada jenis akad yang dilaksanakan.

2) Al-Ma’qud ‘Alaih (objek akad)

Yaitu sesuatu yang menjadi objek dalam akad, misalnya barang dalam akad jual beli (bai’), harta yang diberikan dalam akad hibah, atau barang yang dijadikan jaminan dalam akad gadai (rahn).

3) Shighat al-‘Aqd (lafaz akad)

Yaitu pernyataan ijab dan qabul yang menunjukkan adanya kehendak dan kerelaan kedua belah pihak untuk melaksanakan akad. Ijab merupakan penawaran, sedangkan qabul adalah

³⁵ Ulum,2020,Prinsip-prinsip jual beli online dalam Islam dan penerapannya pada e-commerce Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Vol.17 ,No.1,hlm.52-54

penerimaan dari pihak lain, sehingga keduanya menjadi tanda sahnya sebuah perjanjian.³⁶

D. Konsep Transaksi Elektronik (E-Commerce)

1. Pengertian Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 menjelaskan bahwa: “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”³⁷

Pada era digital saat ini, hampir seluruh aktivitas manusia telah mengalami transformasi menuju sistem daring (online), termasuk dalam hal kegiatan ekonomi. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membuat pola transaksi masyarakat berubah secara signifikan. Jika pada masa lalu transaksi jual beli hanya dapat dilakukan melalui interaksi langsung (tatap muka) antara penjual dan pembeli, kini kegiatan tersebut dapat dilaksanakan secara virtual melalui jaringan internet. Kehadiran internet menghadirkan kemudahan baru baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi ruang dan waktu. Proses jual beli tidak lagi memerlukan kontak fisik, melainkan cukup melalui perangkat digital yang terhubung ke jaringan internet.

Model transaksi jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dikenal dengan istilah transaksi elektronik. Dalam konteks hukum, transaksi elektronik dipahami sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan memanfaatkan sistem elektronik, baik berupa komputer, jaringan, maupun perangkat digital lainnya. Transaksi ini tidak hanya mencakup aktivitas jual beli barang, melainkan juga jasa

³⁶ Tribus Wahyudi,2020, konsekuensi hukum perjanjian dalam ekonomi islam bisnis, *Jurnal Pembaharuan Hukum*,Vol.7,No.1,hlm.69

³⁷ Republik Indonesia. (2024). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Pasal 1 ayat (2).

serta bentuk perjanjian hukum lain yang dibuat dalam ruang lingkup digital.

Dengan kata lain, transaksi elektronik merupakan inovasi dalam dunia perdagangan yang lahir dari perkembangan teknologi. Kehadirannya membawa berbagai keuntungan seperti efisiensi waktu, akses pasar yang lebih luas, serta biaya operasional yang lebih rendah. Namun, di sisi lain, transaksi elektronik juga menimbulkan tantangan baru, terutama terkait aspek perlindungan hukum bagi konsumen.³⁸

2. Jenis-Jenis E-Commerce

Berbagai model e-commerce berkembang seiring dengan kebutuhan bisnis modern. Beberapa di antaranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Business to Business (B2B)

Jenis transaksi ini berlangsung antar perusahaan. B2B biasanya melibatkan pemasok, produsen, distributor, hingga pengecer, yang seluruh prosesnya dilakukan melalui sistem otomatis. Jika dikelola dengan baik, B2B mampu memberikan sejumlah keuntungan, seperti efisiensi biaya, peningkatan pendapatan, percepatan proses distribusi, pengurangan biaya administrasi, serta peningkatan mutu layanan terhadap mitra usaha.

b. Business to Consumer (B2C)

B2C dikenal juga sebagai transaksi ritel atau pasar, di mana hubungan jual beli terjadi langsung antara perusahaan penjual dan konsumen akhir. Konsumen dapat melihat informasi produk secara digital, melakukan pembayaran melalui sistem elektronik yang aman, kemudian meminta pengiriman barang. Contoh bisnis B2C yang populer di Indonesia antara lain Lazada, Amazon, eBay, Traveloka, hingga Berrybenka.

c. Consumer to Consumer (C2C)

³⁸ Sugara, M. V. L., & Az-Zahra, A. R. (2024). Penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi elektronik (E-commerce) berdasarkan hukum perdata. *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol.8, No.1, hlm.873

Model C2C merupakan transaksi antara konsumen dengan konsumen lainnya. C2C terbagi ke dalam dua bentuk, yakni marketplace dan classified. Pada marketplace, konsumen yang bertindak sebagai penjual memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produknya, contohnya Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee. Sementara itu, model classified hanya mempertemukan penjual dan pembeli tanpa menyediakan fasilitas transaksi daring. Contoh platform classified adalah OLX dan Kaskus, dengan metode pembayaran yang umumnya menggunakan sistem *Cash on Delivery* (COD).

d. Consumer to Business (C2B)

Berbeda dengan B2C, model C2B memungkinkan konsumen menawarkan produk atau jasanya kepada perusahaan. Misalnya, seorang *content writer* atau freelancer memasarkan keahliannya kepada perusahaan yang membutuhkan melalui situs seperti Freelancer.com. Pada platform ini, perusahaan biasanya mengumumkan kebutuhan, kualifikasi, serta kisaran upah, lalu para freelancer dapat mengajukan penawaran sesuai kompetensinya.

e. Business to Administration (B2A) dan Consumer to Administration (C2A)

B2A, atau sering disebut juga Business to Government (B2G), merupakan model e-commerce di mana pelaku bisnis menawarkan produk maupun jasa kepada instansi pemerintah, misalnya melalui sistem tender. Sedangkan C2A (atau C2G) adalah transaksi elektronik yang dilakukan individu kepada pemerintah, contohnya pembayaran pajak, iuran BPJS, dan layanan publik lainnya. Kedua model ini bertujuan meningkatkan efisiensi serta memudahkan interaksi antara masyarakat, dunia usaha, dan pemerintah.

f. Online to Offline (O2O)

O2O adalah bentuk bisnis yang menggabungkan interaksi online dengan layanan offline. Perusahaan memanfaatkan kanal digital

untuk mempromosikan produk, menjangkau konsumen, serta membangun kesadaran merek. Transaksi biasanya dilakukan melalui aplikasi online, namun konsumen mengambil barang atau menikmati layanan secara langsung di tempat offline. Model ini banyak digunakan dalam transportasi online (Go-Jek, Grab) maupun akomodasi (Airbnb, Airy, dan sejenisnya).³⁹

3. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli Melalui *E-commerce*

a. Kelebihan jual beli *E-commerce*

- 1) jual beli online menawarkan kemudahan akses dan biaya yang relatif rendah. Para pelaku usaha tidak lagi diwajibkan menyediakan modal besar untuk membangun toko fisik, menyewa lokasi strategis, ataupun mengeluarkan biaya iklan di media cetak. Cukup dengan mendaftarkan akun pada situs atau aplikasi penjualan, produk dapat langsung dipasarkan secara digital dan menjangkau konsumen dalam skala luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar.
- 2) transaksi daring memiliki jangkauan pasar yang jauh lebih luas. Informasi mengenai produk yang dipublikasikan secara online dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai daerah, bahkan lintas negara. Cukup dengan menampilkan foto produk, deskripsi singkat, serta kontak yang dapat dihubungi, konsumen dari berbagai lokasi dapat dengan mudah terhubung dengan penjual untuk menanyakan detail maupun langsung melakukan pemesanan.
- 3) sistem perdagangan digital memberikan efisiensi tenaga dan waktu. Dalam praktik jual beli konvensional, baik penjual maupun pembeli harus mengeluarkan tenaga lebih untuk

³⁹ Muslim, S., Hadiwinata, K., & Mundzir, H. (2023). Pengembangan UMKM melalui perjanjian kerja dan manajemen sumber daya manusia berbasis e-commerce. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.2, No.1, hlm 3-4

memindahkan, menata, atau mendistribusikan barang. Kondisi ini tentu berbeda dengan sistem daring, di mana sebagian besar proses dapat dilakukan melalui perangkat digital sehingga mengurangi beban fisik maupun biaya tambahan yang biasanya timbul dari proses distribusi manual.

b. Kekurangan jual beli *E-commerce*

- 1) sistem perdagangan daring berlangsung selama 24 jam penuh, karena dunia digital tidak pernah berhenti beroperasi. Selama platform atau situs tempat produk ditawarkan tetap aktif, konsumen dapat mengakses informasi maupun menghubungi penjual kapan saja, meskipun sudah memasuki waktu malam. Akan tetapi, jika penjual tidak segera merespons dan menunda hingga pagi, antusiasme calon pembeli bisa menurun. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha online yang menambahkan keterangan fast respond untuk meyakinkan konsumen bahwa pesan atau panggilan mereka akan segera ditanggapi.
- 2) terdapat risiko terjadinya penipuan. Karena seluruh proses dilakukan secara virtual, modal utama dalam bisnis online adalah membangun rasa percaya antara penjual dan pembeli. Konsumen umumnya harus mentransfer sejumlah uang terlebih dahulu sebelum menerima barang yang dipesan. Jika kepercayaan ini berhasil dijaga, maka reputasi penjual akan semakin baik dan pembeli dari berbagai daerah akan lebih mudah percaya. Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa kasus penipuan masih sering terjadi dalam perdagangan online, baik merugikan pihak pembeli maupun penjual. Tidak jarang kerugian yang timbul bahkan mencapai ratusan juta rupiah.⁴⁰

E. TikTok Shop dan Shopee

⁴⁰ Arafah, A., Setiawan, R., & Kurniati, K. (2024). Menelusuri kelebihan dan kelemahan jual beli di era digital. *Al-Qawānīn: Jurnal Ilmu Hukum, Syariah, dan Pengkajian Islam*, Vol.1, No.1, hlm.130-131

1. Pengertian Tiktok shop dan shopee

a. Tiktok Shop

TikTok Shop adalah salah satu layanan perdagangan elektronik yang dikembangkan oleh aplikasi TikTok. Melalui fitur ini, setiap pengguna, baik individu maupun pelaku usaha, dapat memasarkan sekaligus membeli produk secara digital tanpa memerlukan toko fisik. Sistem penjualan yang ditawarkan cukup unik karena tidak hanya berbentuk katalog, tetapi juga dapat dilakukan melalui metode live streaming. Dalam penjualan secara langsung tersebut, penjual berkesempatan untuk memperlihatkan produk secara real-time, sementara konsumen dapat memberikan tanggapan, pertanyaan, atau komentar melalui kolom interaksi yang tersedia. Dengan demikian, proses jual beli menjadi lebih dinamis dan interaktif dibandingkan dengan model e-commerce konvensional.⁴¹

b. Shopee

Shopee merupakan platform perdagangan elektronik yang beroperasi melalui aplikasi seluler, sehingga pengguna dapat dengan mudah melakukan aktivitas jual beli hanya dengan menggunakan smartphone. Kehadiran aplikasi ini mempermudah konsumen dalam berbelanja secara daring tanpa harus menggunakan perangkat komputer. Melalui Shopee, tersedia beragam pilihan produk mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga berbagai kategori lainnya yang dapat diakses dengan cepat dan praktis.⁴²

2. Dampak Tiktok shop dan shopee bagi Perekonomian di Indonesia

a. Tiktok shop

Munculnya berbagai konten kreator dengan latar belakang yang beragam menjadikan isu-isu sosial dapat diangkat secara

⁴¹ <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/651d7407150c9/apa-itu-tiktok-shop-ini-definisi-dan-alasannya-ditutup-di-indonesia/> di akses pada 28 agustus 2025 pukul 09.35

⁴² <https://www.digifolium.com/apa-shopee-itu/> di akses pada 28 Agustus 2025 pukul 09.41

ringan namun tetap mampu menarik perhatian publik dan menjadi viral. Fenomena ini turut memberikan dampak positif, khususnya dalam mendorong pertumbuhan serta pengembangan UMKM di Indonesia.

Tidak dapat dipungkiri, popularitas TikTok yang sangat tinggi memberikan peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk memperluas pemasaran produknya. Melalui kolaborasi dengan kreator maupun strategi promosi digital, produk lokal dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dari sisi konsumen, hadirnya TikTok menghadirkan beragam pilihan produk dengan variasi kualitas dan harga, disertai kemudahan dalam penggunaan aplikasi, sehingga pengalaman berbelanja menjadi lebih menarik dan praktis.⁴³

b. Shopee

Shopee telah menyediakan ruang yang lebih terbuka dan ramah bagi UMKM serta merek lokal untuk menembus pasar yang lebih luas. Melalui berbagai strategi, inisiatif, dan program yang dijalankan, platform ini berhasil mendorong pertumbuhan signifikan. Salah satu buktinya adalah lonjakan jumlah pesanan dari UMKM dan brand lokal yang meningkat hingga empat kali lipat pada puncak kampanye tahun 2024 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Fakta ini memperlihatkan peran penting Shopee dalam mendukung perkembangan ekonomi digital serta memperkuat daya saing UMKM di pasar daring.⁴⁴

⁴³ <https://www.kompasiana.com/bayu10666/6508769d3adb47087b036232/dampak-besar-tiktok-shop-terhadap-ekonomi-digital-dan-umkm-di-indonesia/> di akses pada 28 Agustus 2025 pada pukul 09.55

⁴⁴ <https://mediaindonesia.com/ekonomi/677956/shopee-menguatkan-ekonomi-nasional-dengan-dukung-transformasi-dan-daya-saing-umkm-sejak-awal-2024/> di akses pada 28 agustus 2025 pada pukul 10.04



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Bentuk Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi melalui TikTok Shop dan Shopee menurut peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia**

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan tanggung jawab negara yang direalisasikan melalui campur tangan dalam bentuk peraturan perundang-undangan. Upaya ini dibutuhkan karena dalam praktiknya, konsumen kerap berada pada posisi yang kurang menguntungkan dibandingkan dengan pelaku usaha. Dalam hubungan hukum, kedudukan konsumen biasanya kurang memiliki daya tawar sehingga berpotensi menimbulkan kerugian apabila tidak mendapat perlindungan yang memadai.

Hukum hadir bukan semata-mata sebagai sarana pengendali sosial, melainkan juga berfungsi sebagai sarana untuk memberikan rasa aman, kepastian, dan keadilan kepada masyarakat. Salah satu sifat dasar sekaligus tujuan utama hukum bertujuan untuk memberikan perlindungan, yaitu melindungi kepentingan pihak-pihak yang rentan agar tidak dirugikan. Oleh karena itu, posisi konsumen yang lemah secara struktural maupun praktis harus dijamin melalui perangkat hukum yang berlaku.

Bentuk jaminan hukum yang disediakan negara bagi konsumen harus direalisasikan melalui adanya kepastian hukum. Kepastian hukum inilah yang merupakan hak fundamental setiap konsumen. Dengan adanya kepastian hukum, konsumen memperoleh jaminan bahwa hak-hak mereka terlindungi, pelaku usaha memiliki pedoman yang jelas dalam menjalankan aktivitasnya, serta tercipta keseimbangan dalam hubungan antara pihak konsumen dengan pelaku usaha.

Dengan demikian, intervensi negara melalui regulasi hukum tidak hanya sebatas melindungi kepentingan individu konsumen, tetapi juga menjadi bagian dari upaya mewujudkan sistem perdagangan yang sehat, adil, dan berlandaskan prinsip kepastian hukum.⁴⁵

⁴⁵ Yumnah Al Hafidzah,2024, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Pinjaman Online pada Aplikasi Indodana dalam Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Ekonomi Syariah, *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, Vol.2, No. 2, hlm.1053

Dalam konteks transaksi di platform daring seperti TikTok Shop dan Shopee, perlindungan ini diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 3 yang menyatakan bahwa: "Setiap konsumen berhak mendapatkan perlindungan atas keselamatan, keamanan, dan kepentingannya dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa."⁴⁶

Bentuk perlindungan hukum dapat dibedakan ke dalam perlindungan preventif (pencegahan) dan perlindungan represif (penyelesaian sengketa).

1. Perlindungan Preventif (pencegahan sejak awal)

Perlindungan hukum preventif memiliki kedudukan yang penting karena berfungsi sebagai mekanisme pengawasan awal agar hak-hak masyarakat tidak dirugikan oleh kebijakan maupun tindakan yang diambil oleh pemerintah.

Melalui perlindungan hukum preventif, subjek hukum (baik individu maupun kelompok masyarakat) diberikan ruang untuk mengajukan keberatan, kritik, atau masukan terhadap suatu kebijakan atau keputusan sebelum keputusan tersebut memperoleh kekuatan hukum yang mengikat. Dengan demikian, masyarakat dapat berperan aktif dalam proses pengambilan keputusan, sehingga potensi lahirnya kebijakan yang merugikan dapat diminimalisasi.

Fungsi utama perlindungan hukum preventif adalah menghindari timbulnya masalah ataupun sengketa. Dengan adanya mekanisme ini, pemerintah dapat melakukan evaluasi ulang terhadap suatu kebijakan atau tindakan berdasarkan masukan yang disampaikan masyarakat. Hal ini sejalan dengan asas good governance (tata kelola pemerintahan yang baik), yang menekankan transparansi, partisipasi, serta akuntabilitas. Dengan demikian, perlindungan hukum preventif tidak hanya melindungi hak subjek hukum dari kemungkinan kerugian, tetapi juga

⁴⁶ UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

memperkuat legitimasi keputusan pemerintah karena adanya partisipasi publik dalam proses pembuatannya.⁴⁷

Perlindungan hukum preventif sebagai salah satu bentuk perlindungan terhadap hak-hak masyarakat harus memiliki dasar hukum yang jelas agar penerapannya dapat berjalan efektif. Landasan yuridis ini diperlukan untuk memastikan bahwa upaya pencegahan sengketa dan perlindungan hak warga negara tidak hanya bersifat teoritis, melainkan memperoleh legitimasi konstitusional.

Dalam konteks hukum di Indonesia, jaminan perlindungan preventif tersebut secara tegas diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, khususnya pada ketentuan berikut: Pasal 28 D Ayat (1) UUD NRI Tahun 1945: "Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum."

Rumusan tersebut menunjukkan adanya kewajiban negara untuk memberikan jaminan konstitusional agar setiap warga negara memperoleh kedudukan yang setara dalam sistem hukum. Hak atas pengakuan dimaknai sebagai bentuk legitimasi terhadap keberadaan setiap individu dalam kehidupan bermasyarakat, sedangkan jaminan dan perlindungan mencerminkan peran negara dalam memastikan tidak terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak warga negara. Sementara itu, kepastian hukum yang adil mengandung arti bahwa hukum harus ditegakkan secara konsisten, transparan, dan tidak diskriminatif. Dengan demikian, pasal ini menjadi landasan fundamental dalam mewujudkan prinsip keadilan dan persamaan hak bagi seluruh warga negara.⁴⁸

Upaya preventif yang dilakukan TikTok Shop dan Shopee antara lain:

- a. Proses verifikasi/validasi

⁴⁷ Zennia Almaida dan Moch & Najib Imanullah, 2021, Perlindungan Hukum Preventif dan Represif bagi Pengguna Uang Elektronik dalam Melakukan Transaksi Tol Nontunai, *Privat Law*, Vol.9, No.1, hlm.222

⁴⁸ Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Verifikasi merupakan proses pengecekan yang dilakukan untuk memastikan keabsahan atau kebenaran suatu informasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), verifikasi mencakup pemeriksaan terhadap laporan, tagihan, perhitungan keuangan, serta berbagai hal lainnya. Konsep ini tidak terbatas pada satu bidang tertentu, tetapi digunakan secara luas, mulai dari dunia akademik hingga Platform daring dan kegiatan jual-beli secara elektronik.

Secara sederhana, verifikasi adalah langkah untuk memastikan bahwa data atau informasi yang dimasukkan adalah valid, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan utama dari proses ini adalah untuk meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan atau kekeliruan yang dapat memengaruhi keputusan atau hasil akhir. Selain itu, verifikasi juga berfungsi sebagai metode untuk menilai kebenaran suatu fakta, pernyataan, atau teori berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Dengan demikian, verifikasi menjadi bagian penting dalam memastikan integritas informasi dan memberikan dasar yang kuat bagi pengambilan keputusan yang tepat.

Sebelum penjual dapat bergabung di platform, proses pendaftaran akun umumnya hanya mewajibkan pengisian formulir dengan alamat email dan nomor telepon yang dipersyaratkan. Kondisi ini menimbulkan anomali dalam praktik transaksi jual beli melalui aplikasi perantara seperti Shopee maupun TikTok Shop. Sebab, aplikasi tersebut berfungsi sebagai pihak perantara antara penjual dengan konsumen, namun prosedur verifikasi tidak secara rinci meminta identitas lengkap penjual. Hal ini berpotensi bertentangan dengan prinsip kontrak dan perlindungan konsumen, karena tidak adanya kepastian mengenai keabsahan identitas penjual.⁴⁹

⁴⁹ Dina Fitria& Ali Aminulloh,2025, Analysis of Indonesian E-Commerce Application Verification for Sellers and Buyers in the Perspective of Islamic Law and Law, *Journal Multidisciplinary Perspectives in Science and Technology*, Vol.1, No.2,hlm.94-95

Untuk permasalahan verifikasi atau validasi identitas penjual dalam transaksi elektronik melalui platform perdagangan daring seperti Shopee maupun TikTok Shop, dasar hukum yang paling tepat di Indonesia dapat merujuk pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. Undang-undang tersebut memuat ketentuan penting terkait keabsahan informasi serta tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik.

Pertama, Pasal 5 ayat (1) UU ITE 2008 menegaskan bahwa *Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah*. Hal ini memberikan legitimasi bahwa data hasil verifikasi identitas penjual memiliki kekuatan pembuktian secara hukum.

Kedua, Pasal 15 UU ITE 2008 yang dipertahankan dalam perubahan 2016 mengatur bahwa *Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya*. Ketentuan ini mengandung makna bahwa platform e-commerce berkewajiban untuk menyediakan mekanisme verifikasi identitas penjual yang memadai demi menjamin keamanan transaksi.

Selanjutnya, Pasal 26A UU ITE hasil perubahan 2016 memberikan hak bagi setiap individu untuk meminta penghapusan informasi atau dokumen elektronik yang tidak relevan berdasarkan penetapan pengadilan. Hal ini berkaitan dengan perlindungan data pribadi dalam proses validasi, sehingga mencegah adanya penyalahgunaan identitas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Terakhir, Pasal 28 ayat (1) UU ITE hasil perubahan 2024 menegaskan larangan bagi setiap orang untuk menyebarkan informasi

elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau menyesatkan yang mengakibatkan kerugian materiel bagi konsumen dalam transaksi elektronik. Pasal ini semakin memperkuat urgensi verifikasi identitas penjual agar konsumen terhindar dari praktik penipuan maupun informasi palsu.

Dengan demikian, keseluruhan ketentuan dalam UU ITE beserta perubahannya menjadi landasan normatif yang komprehensif untuk memastikan validasi identitas penjual terlaksana secara efektif, sehingga memberikan perlindungan hukum bagi konsumen sekaligus menciptakan ekosistem transaksi elektronik yang aman, transparan, dan akuntabel.⁵⁰

b. Fitur ulasan dan Rating

Di era digital yang berkembang dengan sangat pesat, penyediaan fitur ulasan (review) dan penilaian (rating) memiliki peranan yang signifikan dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengguna. Fitur tersebut berfungsi sebagai sarana bagi konsumen untuk menyampaikan opini, pengalaman, maupun evaluasi terhadap suatu produk, layanan, atau entitas bisnis. Dengan adanya mekanisme ini, konsumen lain dapat memperoleh informasi tambahan yang relevan sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian atau menggunakan suatu layanan.

Lebih lanjut, ulasan dan rating berperan sebagai instrumen penting dalam membangun kepercayaan (trust) dan kredibilitas (credibility) sebuah bisnis. Ulasan positif umumnya memberikan pengaruh psikologis yang mendorong calon konsumen untuk memiliki persepsi yang lebih baik terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Sebaliknya, keberadaan ulasan negatif dapat menimbulkan keraguan serta mengurangi keyakinan konsumen terhadap kualitas barang atau jasa tersebut.

⁵⁰ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024

Dengan demikian, fitur ulasan dan rating tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi konsumen, tetapi juga sebagai mekanisme perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Hal ini sejalan dengan upaya menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang transparan, adil, dan akuntabel.

Fitur ulasan dan rating memiliki sejumlah manfaat signifikan bagi konsumen dalam konteks transaksi digital. Pertama, keberadaan ulasan dan rating memberikan informasi tambahan yang bernilai sehingga konsumen dapat mengambil keputusan pembelian dengan lebih rasional dan tepat. Kedua, ulasan yang ditulis oleh konsumen sebelumnya mampu memberikan gambaran empiris mengenai kualitas produk maupun layanan, sehingga calon konsumen memiliki ekspektasi yang lebih jelas sebelum melakukan transaksi. Ketiga, melalui akses terhadap informasi tersebut, konsumen dapat menghindari risiko pembelian yang tidak sesuai dengan kebutuhan atau standar kualitas, sehingga secara tidak langsung membantu mereka menghemat waktu maupun biaya.

Selain memberikan keuntungan bagi konsumen, keberadaan fitur ulasan dan rating juga menghadirkan manfaat yang signifikan bagi pelaku usaha. Pertama, ulasan positif terbukti mampu meningkatkan tingkat konversi penjualan, sebab calon konsumen cenderung lebih percaya dan terdorong untuk melakukan transaksi pada produk atau layanan yang memiliki reputasi baik. Kedua, ulasan dengan penilaian positif turut berperan dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas bisnis, sehingga memperkuat citra usaha di mata publik. Ketiga, meskipun ulasan negatif sering dipandang sebagai ancaman, pada kenyataannya hal tersebut dapat menjadi sumber umpan balik yang konstruktif, karena membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi

kelemahan serta merumuskan langkah perbaikan terhadap produk maupun layanan yang ditawarkan.⁵¹

Dasar hukum yang mendukung keberadaan fitur ulasan dan rating dalam transaksi elektronik dapat ditemukan dalam Pasal 4 huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa “*Konsumen berhak didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.*”

Ketentuan ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki hak konstitusional untuk menyampaikan pengalaman, opini, maupun keluhan terkait barang atau jasa yang mereka gunakan. Dalam konteks perdagangan elektronik, hak tersebut diwujudkan melalui penyediaan fitur ulasan dan rating pada platform digital.

Dengan adanya fitur ini, konsumen tidak hanya memperoleh ruang untuk menyalurkan pendapatnya, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk transparansi informasi yang bermanfaat bagi konsumen lain sebelum melakukan transaksi. Oleh karena itu, Pasal 4 huruf d UUPK dapat dipandang sebagai dasar normatif yang kuat bagi pengembangan fitur ulasan dan rating sebagai instrumen perlindungan konsumen dalam ekosistem perdagangan elektronik.⁵²

c. Sistem Pembayaran Aman (Escrow)

Escrow transfer merupakan suatu mekanisme pembayaran yang melibatkan pihak ketiga (escrow agent) sebagai penampung dana sementara hingga seluruh persyaratan dalam suatu transaksi terpenuhi. Melalui sistem ini, dana yang dibayarkan oleh konsumen tidak serta-merta diterima oleh penjual, melainkan ditahan terlebih dahulu oleh pihak ketiga sampai kewajiban dalam perjanjian dilaksanakan secara penuh.

Adapun rekening escrow adalah rekening khusus yang difungsikan untuk menyimpan dana dalam proses escrow transfer. Keberadaan

⁵¹ <https://puskomedia.id/blog/menyediakan-fitur-ulasan-dan-rating-untuk-pengalaman-pengguna-yang-lebih-baik/>. Di akses tanggal 19 september 2025 pkl.01.14

⁵² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

rekening ini memberikan jaminan bahwa dana tetap aman di bawah pengawasan pihak ketiga sampai transaksi dinyatakan selesai. Setelah semua ketentuan yang disepakati terpenuhi, dana kemudian disalurkan kepada pihak yang berhak menerimanya.

Sistem escrow transfer pada umumnya diaplikasikan dalam transaksi yang memiliki nilai tinggi atau risiko besar, misalnya dalam jual beli properti, aktivitas perdagangan internasional, maupun kegiatan investasi.

Syarat-Syarat Penggunaan Escrow:

Agar mekanisme pembayaran berbasis escrow dapat terlaksana secara efektif, terdapat sejumlah prasyarat yang harus dipenuhi sebelum dana atau aset yang dititipkan dapat disalurkan kepada pihak yang berhak. Persyaratan ini berfungsi tidak hanya sebagai prosedur teknis, tetapi juga sebagai bentuk penguatan aspek hukum dan kepercayaan dalam suatu transaksi. Secara umum, syarat-syarat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Persetujuan bersama dalam transaksi

Penerapan escrow tidak dapat dilakukan tanpa adanya persetujuan dari pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Persetujuan tersebut memuat kesepakatan mengenai penggunaan escrow, mekanisme pelepasan dana, serta kewenangan agen escrow. Bentuk persetujuan dapat dituangkan dalam kontrak konvensional maupun melalui perjanjian elektronik yang sah menurut hukum positif.

2) Kelengkapan Dokumen Pendukung

Setiap transaksi yang menggunakan escrow harus dilandasi oleh dokumen yang sah sebagai dasar verifikasi, misalnya perjanjian jual beli, faktur pembayaran, maupun akta hukum lain yang relevan. Dokumen tersebut menjadi bukti formil bagi agen escrow dalam menilai terpenuhi atau tidaknya kewajiban para pihak sebelum dana diserahkan.

3) Keabsahan dan Kredibilitas Pihak yang Terlibat

Keamanan transaksi melalui escrow juga bergantung pada kejelasan identitas para pihak. Oleh karena itu, diperlukan proses verifikasi yang menilai aspek legalitas dan rekam jejak pihak terkait. Dalam transaksi antar perusahaan (B2B), hal ini biasanya dilakukan melalui prosedur Know Your Business (KYB), yang melibatkan pemeriksaan dokumen perusahaan, legalitas usaha, hingga riwayat transaksi sebelumnya.

4) Pelaksanaan aturan sesuai ketentuan hukum

Penggunaan escrow wajib disesuaikan dengan aturan hukum di yurisdiksi tempat transaksi berlangsung. Regulasi yang dimaksud meliputi ketentuan perpajakan, prinsip pencegahan tindak pidana pencucian uang (Anti-Money Laundering/AML), serta norma hukum mengenai transaksi elektronik. Kepatuhan terhadap regulasi tersebut bertujuan untuk menjaga legitimasi hukum sekaligus menghindarkan transaksi dari potensi pelanggaran.⁵³

Dalam konteks hukum perdata, sistem pembayaran escrow sangat erat kaitannya dengan perjanjian jual beli sebagaimana diatur dalam Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) yang menyatakan bahwa “Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.” Mekanisme escrow hadir sebagai instrumen pengamanan dalam perjanjian jual beli tersebut. Dana yang dibayarkan oleh pembeli tidak langsung diterima oleh penjual, melainkan dititipkan terlebih dahulu kepada pihak ketiga (escrow agent). Hal ini bertujuan untuk

⁵³ <https://kyrim.co.id/blog/escrow-transfer-dan-alternatifnya/> di akses tanggal 19 september 2025 pkl.02.14

memastikan bahwa penjual benar-benar memenuhi kewajibannya menyerahkan barang sesuai dengan perjanjian.

Setelah kewajiban tersebut dilaksanakan, barulah dana disalurkan kepada penjual. Dengan demikian, escrow dapat dipandang sebagai perwujudan konkret dari ketentuan Pasal 1457 KUH Perdata, karena menjamin terlaksananya hak dan kewajiban para pihak dalam jual beli. Sistem ini tidak hanya memperkuat aspek kepercayaan dalam transaksi, tetapi juga memberikan perlindungan hukum, khususnya bagi konsumen sebagai pihak yang cenderung lebih lemah posisinya.⁵⁴

d. Kewajiban Informasi Produk yang Benar

Kewajiban memberikan informasi produk yang benar merupakan salah satu aspek penting dalam perlindungan konsumen. Informasi yang lengkap, jelas, dan akurat mengenai suatu produk atau jasa menjadi dasar bagi konsumen untuk mengambil keputusan dengan benar sebelum melakukan transaksi pembelian.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi produk yang benar diatur secara jelas, salah satunya dalam Pasal 7 huruf b, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha berkewajiban:

“Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.” Ketentuan ini menegaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh menyesatkan konsumen melalui keterangan palsu, pengemasan yang menipu, atau iklan yang berlebihan.⁵⁵

e. Edukasi Konsumen

Salah satu bentuk perlindungan hukum preventif yang dapat diberikan kepada konsumen dalam transaksi elektronik adalah melalui

⁵⁴ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata)

⁵⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

kampanye kesadaran (awareness campaign). Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai hak-hak mereka dalam bertransaksi, sekaligus memberikan pengetahuan praktis tentang cara melindungi diri dari penipuan maupun praktik curang di ruang digital melalui media sosial, iklan layanan masyarakat, seminar daring, maupun kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan organisasi masyarakat. Dengan adanya kampanye kesadaran, konsumen diharapkan lebih kritis dan waspada sebelum mengambil keputusan dalam transaksi online.

Selain itu, perlindungan konsumen juga dapat diwujudkan melalui pendidikan digital (digital literacy education). Program pendidikan ini memberikan sumber daya, materi, maupun pelatihan kepada konsumen untuk memahami cara kerja teknologi, sistem pembayaran elektronik, serta risiko yang mungkin timbul dalam transaksi daring. Pendidikan digital mencakup topik-topik penting seperti keamanan data pribadi, penggunaan metode pembayaran yang aman, serta pengenalan mekanisme penyelesaian sengketa secara elektronik. Dengan demikian, konsumen tidak hanya memahami manfaat teknologi, tetapi juga mampu mengantisipasi potensi kerugian yang timbul.⁵⁶

Kampanye kesadaran dan pendidikan digital pada hakikatnya merupakan bentuk implementasi hak konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang maupun jasa. Kedua langkah tersebut memperkuat posisi konsumen dalam transaksi elektronik dengan cara membekali mereka pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran hukum, sehingga tercipta hubungan yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha.⁵⁷

⁵⁶ Redyana Lutfianidha, Nuri Hidayati, Barnabas Laowo, & Olianus Dawolo, 2024, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Elektronik (*Legal Protection for Consumers in Electronic Transactions*), *Jurnal Lawnesia*, Vol. 3, No. 1, hlm. 467

⁵⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

2. Perlindungan Represif (penyelesaian setelah terjadi kerugian)

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum represif merupakan bentuk perlindungan hukum yang lebih berfokus pada upaya penyelesaian sengketa ketika terjadi pelanggaran hak atau timbul permasalahan hukum. Perlindungan ini tidak lagi bersifat pencegahan, melainkan memberikan jalan keluar bagi para pihak yang dirugikan melalui mekanisme penyelesaian yang diatur oleh hukum.

Dalam konteks perlindungan konsumen, ketentuan mengenai penyelesaian sengketa diatur secara jelas dalam Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menyatakan bahwa: “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.”

Ketentuan ini menegaskan bahwa konsumen yang dirugikan memiliki dua jalur penyelesaian, yakni melalui litigasi (pengadilan) maupun non-litigasi (di luar pengadilan, misalnya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/BPSK atau mediasi). Kehadiran pasal tersebut memperlihatkan bahwa perlindungan hukum represif bagi konsumen telah dijamin oleh peraturan perundang-undangan, sehingga konsumen tidak kehilangan akses untuk memperoleh keadilan ketika mengalami kerugian dalam transaksi.

Dengan demikian, perlindungan hukum represif merupakan bentuk nyata kehadiran negara dalam memberikan jaminan penyelesaian sengketa yang adil, cepat, dan sesuai dengan prinsip kepastian hukum bagi konsumen.⁵⁸

Adapun mekanisme penyelesaian sengketa dalam transaksi melalui shopee dan TikTokshop dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Mekanisme Komplain Internal

⁵⁸ Roberto Ranto,2019,Tinjauan yuridis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui media elektronik,*Jurnal Ilmu Hukum Alethea*,Vol.2,No.2,hlm.157

Mekanisme komplain internal adalah prosedur penyampaian keluhan yang disediakan oleh suatu perusahaan atau platform bagi konsumennya ketika terjadi permasalahan dalam transaksi. Dalam konteks transaksi elektronik, mekanisme ini merujuk pada fasilitas yang memungkinkan konsumen untuk melaporkan masalah secara langsung melalui sistem internal platform, seperti aplikasi shopee dan tiktokshop

1) Shopee

a) Identifikasi masalah

Tahap awal dalam melakukan komplain pada platform Shopee adalah dengan mengenali terlebih dahulu permasalahan yang dialami konsumen. Permasalahan tersebut dapat berupa barang yang diterima dalam kondisi rusak, tidak sesuai dengan keterangan yang tercantum pada iklan, maupun pesanan yang belum sampai dalam jangka waktu yang telah ditetapkan. Selain itu, konsumen juga berhak mengajukan komplain terkait pelayanan penjual maupun kebijakan yang diterapkan oleh pihak Shopee sendiri.

b) Cek kebijakan pengembalian dan komplain shopee

Sebelum mengajukan komplain, konsumen perlu terlebih dahulu memahami kebijakan pengembalian yang berlaku di platform Shopee. Hal ini penting karena setiap toko atau penjual dapat menetapkan aturan yang berbeda terkait prosedur retur maupun pengajuan keluhan. Oleh sebab itu, konsumen disarankan membaca secara cermat ketentuan yang tercantum pada halaman produk maupun profil toko penjual agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam proses pengembalian barang atau pengajuan komplain.

c) Hubungi penjual

Tahap berikutnya yang dapat dilakukan konsumen adalah menghubungi penjual melalui fitur “Hubungi Penjual” yang

tersedia pada aplikasi Shopee. Melalui fitur ini, konsumen dapat menyampaikan keluhan dengan menjelaskan permasalahan secara rinci serta melampirkan bukti pendukung, misalnya foto produk yang rusak atau tangkapan layar pesanan yang tidak sesuai. Apabila penjual memberikan respons yang baik, biasanya mereka akan menawarkan solusi, seperti penggantian barang maupun pengembalian dana.

d) Gunakan fitur komplain

Apabila penjual tidak memberikan tanggapan yang memuaskan, konsumen dapat memanfaatkan fitur “Komplain” yang telah disediakan oleh Shopee. Fasilitas ini memungkinkan konsumen mengajukan keluhan secara resmi dengan menempatkan Shopee sebagai mediator antara konsumen dan penjual. Akses terhadap fitur tersebut dapat dilakukan langsung melalui aplikasi Shopee pada bagian riwayat pesanan yang mengalami permasalahan.

e) Isi formulir komplain

Setelah konsumen mengakses fitur “Komplain”, sistem akan meminta pengisian formulir keluhan secara lengkap. Dalam formulir tersebut, konsumen perlu menjelaskan permasalahan yang dihadapi secara rinci, melampirkan bukti pendukung yang relevan, serta memilih bentuk penyelesaian yang diinginkan, baik berupa penggantian barang maupun pengembalian dana. Keakuratan informasi yang diberikan menjadi penting agar proses penanganan komplain dapat dilakukan secara tepat dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

f) Tunggu proses penanganan komplain

Setelah konsumen mengajukan komplain, pihak Shopee akan memproses laporan tersebut dengan menghubungi penjual serta meminta agar keluhan ditindaklanjuti secepat mungkin. Tindak

lanjut yang diterima konsumen bergantung pada bentuk penyelesaian yang dipilih. Apabila konsumen menghendaki penggantian produk, penjual akan mengirimkan barang pengganti. Sementara itu, jika konsumen memilih opsi pengembalian dana, maka sejumlah uang yang telah dibayarkan akan dikembalikan melalui saldo ShopeePay milik konsumen.⁵⁹

2) Tiktokshop

a) Identifikasi Masalah oleh Konsumen

Konsumen terlebih dahulu menentukan jenis masalah yang dialami, misalnya produk tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak, pengiriman terlambat, atau adanya indikasi penipuan. Langkah ini penting agar langkah-langkah selanjutnya bisa ditujukan ke akar masalah dengan bukti yang relevan.

b) Melaporkan ke Customer Service atau Fitur “Laporkan Masalah”

TikTok menyediakan fitur dalam aplikasi seperti “Laporkan Masalah” atau “Help Center / Customer Support” di mana konsumen dapat mengirimkan laporan resmi. Laporan ini biasanya mencakup deskripsi masalah, bukti berupa foto atau tangkapan layar, dan data pesanan seperti nomor order.⁶⁰

c) Pengajuan Banding jika Penjual Menolak atau Respons Kurang Memuaskan

Jika solusi dari penjual tidak memadai atau penjual tidak responsif, konsumen dapat meminta banding melalui fitur atau opsi yang disediakan platform. Banding ini melibatkan peninjauan ulang oleh pihak TikTok, sering dengan bukti tambahan atau klarifikasi. (Contoh dari keluhan penjual-

⁵⁹ <https://www.komunitasmea.web.id/cara-komplain-di-shopee/> di akses tanggal 22 september 2025 pkl.21.51

⁶⁰ [63](https://tekno.kompas.com/read/2023/06/24/18150077/di akses tanggal 22 september 2025 pkl.22.15</p></div><div data-bbox=)

customer yang tidak setuju atas keputusan retur telah dilakukan banding di TikTok Shop.⁶¹

d) Proses Verifikasi Bukti dan Keputusan Resmi

Setelah laporan dan banding diajukan, TikTok Shop akan melakukan verifikasi bukti – foto, video, atau dokumen pendukung – serta memeriksa riwayat transaksi. Berdasarkan hasil verifikasi ini, TikTok akan mengambil keputusan; bisa berupa pengembalian dana, penggantian barang, atau menolak klaim jika bukti tidak cukup.⁶²

e) Penyelesaian dan Pengembalian / Kompensasi

Apabila klaim diterima, teknis penyelesaian akan mengikuti opsi yang dipilih konsumen—pengganti barang (replacement) atau pengembalian dana melalui saldo akun TikTok atau metode pembayaran yang digunakan.

f) Batasan Waktu dan Respons Platform

TikTok Shop secara internal memperkenalkan pedoman untuk penyelesaian komplain dengan waktu respons tertentu agar konsumen tidak terlalu lama menunggu. Misalnya, beberapa laporan bisa diselesaikan dalam jangka waktu sekitar 24 jam untuk beberapa wilayah, tergantung jenis komplain dan bukti yang ada⁶³

b. Mediasi Internal Platform

Mekanisme mediasi internal platform yang dijalankan oleh Shopee dan TikTok Shop dapat dipahami sebagai bentuk perlindungan hukum represif, yakni perlindungan yang diberikan setelah konsumen mengalami kerugian. Dalam praktiknya, meskipun tujuan keduanya

⁶¹ <https://mediakonsumen.com/2025/03/02/surat-pembaca/ketidakadilan-aturan-tiktok-kepada-penjual-di-akses-pada-tanggal-22-september-2025-pkl.22.16>

⁶² <https://tekno.kompas.com/read/2023/06/24/18150077/di-akses-tanggal-22-september-2025-pkl.22.20>

⁶³ <https://www.indotelko.com/read/1686187349/tiktok-shop-lanjutkan-komitmen-hadirkan-pengalaman-berbelanja-di-akses-tanggal-22-september-2025-pkl.22.22>

sama memberikan kepastian hukum bagi konsumen mekanisme yang digunakan memiliki perbedaan karakteristik.

Pada Shopee, perlindungan hukum represif diwujudkan melalui layanan Garansi Shopee dan Pusat Bantuan. Konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan klaim selama periode garansi dengan melampirkan bukti berupa foto produk, bukti pembayaran, serta deskripsi kerugian yang dialami. Shopee kemudian bertindak sebagai mediator yang menilai apakah klaim tersebut valid. Apabila klaim terbukti, penjual diwajibkan memberikan kompensasi berupa pengembalian dana (*refund*) atau penggantian barang. Sistem garansi ini memiliki jangka waktu tertentu yang secara otomatis menahan dana pembayaran konsumen sampai barang diterima dengan baik. Mekanisme ini memberi konsumen posisi yang relatif lebih aman, karena dana belum diteruskan ke penjual selama masa garansi masih berlaku.⁶⁴

Sementara itu, TikTok Shop menggunakan mekanisme Pusat Resolusi untuk menyelesaikan sengketa. Konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan pengaduan dengan melampirkan bukti transaksi, seperti rekam jejak komunikasi, foto barang, dan bukti pembayaran. TikTok Shop akan meninjau bukti tersebut dan menentukan keputusan yang mengikat. Jika klaim sah, penjual diwajibkan memberikan kompensasi berupa pengembalian dana, pengiriman ulang barang, atau bentuk ganti rugi lain sesuai kebijakan platform. Berbeda dengan Shopee, TikTok Shop lebih menekankan pada penilaian administratif oleh platform setelah dana masuk, sehingga konsumen perlu aktif mengajukan klaim agar haknya dipulihkan.⁶⁵

⁶⁴ <https://help.shopee.co.id/portal/article/77244> di akses tanggal pada tanggal 23 september 2025 pkl.20.23

⁶⁵ <https://www.indotelko.com/read/1686187349/tiktok-shop-lanjutkan-komitmen-hadirkan-pengalaman-berbelanja> di akses tanggal pada tanggal 23 september 2025 pkl.20.29

Perbedaan mendasar dari kedua platform ini terletak pada sistem pengamanan transaksi. Shopee mengedepankan perlindungan represif dengan menahan dana (escrow system) hingga transaksi dinyatakan selesai, sedangkan TikTok Shop menekankan penyelesaian pasca-transaksi melalui Pusat Resolusi. Kendati berbeda, keduanya tetap sejalan dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang wajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen⁶⁶, serta Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang menegaskan pentingnya penyelesaian sengketa transaksi elektronik secara adil, transparan, dan proporsional. Dengan demikian, baik Shopee maupun TikTok Shop sama-sama memberikan perlindungan hukum represif bagi konsumen, meskipun melalui pendekatan yang berbeda dalam implementasinya.⁶⁷

c. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) merupakan lembaga yang dibentuk oleh pemerintah berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Keberadaan BPSK secara tegas diatur dalam Pasal 52 sampai dengan Pasal 58 UUPK, yang memberikan dasar hukum bahwa penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha harus dilakukan dengan cara yang cepat, murah, dan melalui jalur non-litigasi. Lahirnya BPSK dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih sederhana, mengingat proses litigasi di pengadilan sering kali memakan waktu panjang, biaya besar, serta prosedur yang rumit, yang pada akhirnya dapat merugikan konsumen⁶⁸.

d. Jalur Litigasi (Pengadilan)

Upaya hukum melalui jalur litigasi atau gugatan ke pengadilan merupakan salah satu instrumen penting dalam perlindungan

⁶⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁶⁷ Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

⁶⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

konsumen. Dasar hukumnya diatur dalam Pasal 48 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menegaskan bahwa penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan harus mengacu pada ketentuan peradilan umum dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45 UUPK. Pasal 45 memberikan hak penuh kepada konsumen yang merasa dirugikan untuk mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha baik melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen maupun melalui pengadilan di lingkungan peradilan umum. Hal ini menunjukkan bahwa negara memberikan ruang yang luas bagi konsumen untuk memperoleh perlindungan hukum, baik melalui jalur non-litigasi maupun litigasi.

Lebih rinci, Pasal 45 ayat :

- 1) menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan, dengan prinsip pilihan sukarela oleh para pihak. Artinya, hukum memberikan fleksibilitas kepada konsumen dan pelaku usaha untuk menentukan forum penyelesaian yang dianggap paling tepat. Namun demikian.
- 2) menggariskan bahwa pilihan penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghapuskan tanggung jawab pidana pelaku usaha jika terbukti melakukan pelanggaran yang berdampak merugikan konsumen. Hal ini penting karena sering kali pelanggaran hak konsumen tidak hanya menimbulkan kerugian perdata, tetapi juga dapat memenuhi unsur tindak pidana. Selanjutnya.
- 3) menyebutkan bahwa apabila upaya penyelesaian di luar pengadilan tidak mencapai hasil, maka para pihak tetap berhak menempuh jalur litigasi. Dengan demikian, litigasi ditempatkan sebagai ultimum remedium, yaitu jalan terakhir untuk menjamin terpenuhinya hak konsumen.

Selain ketentuan dalam UUPK, penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi berbasis elektronik memiliki dasar hukum khusus yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya. Pasal 38 UU ITE menyatakan bahwa setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap penyelenggara sistem elektronik dan/atau pihak yang menggunakan teknologi informasi apabila menimbulkan kerugian bagi masyarakat. Pasal ini memperluas cakupan perlindungan konsumen ke ranah digital, di mana risiko kerugian sering kali timbul akibat ketidakjelasan identitas penjual, keterlambatan pengiriman, hingga penipuan online. Kemudian, Pasal 39 ayat (1) menegaskan bahwa gugatan perdata terkait transaksi elektronik harus dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Artinya, meskipun sengketa terjadi di ruang digital, penyelesaiannya tetap mengikuti prinsip-prinsip hukum acara perdata di Indonesia.

Dengan demikian, penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi bukan hanya memberikan kepastian hukum yang mengikat bagi para pihak, tetapi juga menjadi sarana terakhir ketika mekanisme non-litigasi seperti mediasi internal platform atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) tidak mampu memberikan penyelesaian yang efektif. Keberadaan Pasal 45 dan Pasal 48 UUPK serta Pasal 38 dan Pasal 39 UU ITE menunjukkan adanya sinergi antara regulasi perlindungan konsumen dengan perkembangan transaksi digital. Hal ini menegaskan komitmen hukum Indonesia dalam melindungi konsumen secara menyeluruh, baik dalam transaksi konvensional maupun dalam transaksi elektronik.⁶⁹

⁶⁹ Roberto Ranto,2019, Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik. *Jurnal Ilmu Hukum Alethea*, Vol. 2, No.2,hlm.158

B. Penerapan Tanggung Jawab hukum oleh pelaku usaha dan penyedia platform apabila terjadi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik

1. Gambaran umum tentang Tiktok shop dan Shopee

Kemajuan teknologi informasi pada masa kini memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap pola kehidupan masyarakat. Salah satu dampak yang paling menonjol adalah munculnya perubahan dalam bidang perdagangan. Aktivitas jual beli yang sebelumnya hanya dilakukan secara konvensional dengan tatap muka, kini telah bergeser ke arah sistem transaksi berbasis digital. Perdagangan yang dilaksanakan melalui jaringan internet ini lebih dikenal dengan istilah electronic commerce atau e-commerce. Kehadiran e-commerce menawarkan cara baru dalam melakukan transaksi bisnis yang lebih praktis, cepat, dan efisien, sehingga menjadi alternatif sekaligus tantangan bagi model perdagangan tradisional yang selama ini dijalankan masyarakat.⁷⁰

TikTok Shop merupakan salah satu fitur belanja daring yang diintegrasikan langsung dalam aplikasi TikTok, sehingga memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli tanpa perlu beralih ke platform lain. Kehadiran fitur ini tidak terlepas dari kerja sama antara TikTok dan Shopify yang pertama kali diperkenalkan secara global pada Agustus 2021. Di Indonesia, TikTok Shop resmi diluncurkan pada 17 April 2021 setelah memperoleh izin dari pemerintah untuk menjalankan aktivitas bisnis di sektor media sosial sekaligus e-commerce. Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi konten hiburan, tetapi juga berkembang menjadi sarana perdagangan elektronik.

Kehadiran TikTok Shop di Indonesia memberikan berbagai manfaat bagi para penjual, baik pelaku usaha yang baru memulai bisnis maupun mereka yang sudah berpengalaman. Keunggulan yang ditawarkan antara lain proses pendaftaran akun yang relatif mudah, kemudahan dalam

⁷⁰ Andreyan Nata Giantama & Munawar Kholil, 2020, Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform terhadap Barang yang Melanggar Merek dalam Marketplace, *Jurnal Privat Law*, Vol. 8,hlm. 21.

mengunggah produk ke dalam katalog, serta sistem belanja yang sederhana bagi konsumen. Selain itu, TikTok Shop juga mendukung metode pembayaran yang beragam, termasuk opsi Cash on Delivery (COD), yang semakin memudahkan konsumen dalam bertransaksi. Tidak hanya itu, tingginya jumlah pengguna TikTok di Indonesia turut menghadirkan potensi traffic yang besar, sehingga memperluas jangkauan pasar bagi para penjual. Faktor biaya administrasi yang rendah juga menjadi daya tarik tersendiri, khususnya bagi usaha mikro dan kecil yang membutuhkan efisiensi biaya dalam memasarkan produknya.

Meskipun membawa peluang baru dalam perdagangan digital, TikTok Shop juga tidak terlepas dari kritik. Sebagian kalangan menilai bahwa keberadaannya berpotensi merugikan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam negeri. Hal ini dikarenakan banyak produk impor yang dipasarkan melalui TikTok Shop memiliki harga lebih murah, sehingga menimbulkan persaingan yang tidak seimbang. Dengan kata lain, walaupun TikTok Shop menghadirkan inovasi dalam berbelanja secara digital, keberadaannya juga menimbulkan tantangan bagi pelaku usaha lokal untuk tetap bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.⁷¹

Shopee pertama kali hadir di Singapura pada tahun 2015 dengan model bisnis awal berupa consumer to consumer (C2C). Seiring perkembangannya, Shopee kemudian bertransformasi menjadi platform yang menggabungkan model business to consumer (B2C) dengan C2C, sehingga mampu menjangkau lebih banyak pelaku usaha dan konsumen. Setelah peluncuran perdarnanya, Shopee melakukan ekspansi regional secara agresif ke sejumlah negara di Asia, antara lain Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina pada tahun yang sama. Pada tahun 2019, Shopee bahkan mulai melebarkan sayapnya ke Amerika

⁷¹ <https://pojoknulis.com/sejarah-dan-perkembangan-tiktok-shop-di-indonesia-> di akses tanggal pada tanggal 1 oktober 2025 pkl.22.04

Selatan dengan membuka pasar di Brasil, menjadikannya sebagai langkah pertama perusahaan di luar kawasan Asia.

Khusus di Indonesia, Shopee resmi beroperasi pada Desember 2015 dan segera mencatatkan pertumbuhan yang signifikan. Hanya dalam kurun waktu dua tahun, tepatnya pada 2017, platform ini telah menampung lebih dari 180 juta produk aktif, lebih dari empat juta penjual, dan diunduh hingga 80 juta kali. Pada kuartal keempat tahun yang sama, Shopee mencatatkan gross merchandise value (GMV) sebesar 1,6 miliar dolar AS, atau meningkat hingga 206% dibandingkan periode sebelumnya.

Keberhasilan Shopee dalam memperluas pangsa pasar Indonesia ditandai dengan posisinya yang masuk ke dalam lima besar e-commerce nasional, meskipun harus bersaing dengan berbagai platform besar yang lebih dulu hadir. Capaian ini juga diperkuat dengan berbagai penghargaan, salah satunya adalah The Indonesia Netizen Brand Choice Award 2017 untuk kategori e-commerce, yang diraih pada Maret 2017.

Lebih lanjut, berdasarkan laporan Databoks (2021) yang merujuk pada data iPrice, Shopee menjadi marketplace dengan pengunjung bulanan terbanyak Dalam rentang Januari hingga Maret 2020 di Indonesia. Saat itu, jumlah kunjungan ke situs Shopee mencapai 71,5 juta, mengungguli Bukalapak yang berada di posisi kedua dengan 69,8 juta kunjungan, dan Tokopedia di posisi ketiga dengan 37,6 juta kunjungan. Fakta ini menegaskan posisi Shopee sebagai salah satu pemain dominan dalam ekosistem e-commerce Indonesia.⁷²

2. Permasalahan yang Dihadapi Konsumen

Perdagangan merupakan salah satu sektor usaha yang paling banyak merasakan manfaat dari perkembangan teknologi internet. Pemanfaatan internet dalam aktivitas perdagangan memberikan keuntungan signifikan, terutama dalam hal peningkatan produktivitas serta efisiensi waktu dan biaya. Melalui dukungan teknologi informasi, kegiatan

⁷² Lidya Natalia Pasaribu,2022, Analisis Strategi Manajemen Pemasaran pada Aplikasi Shopee,” *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4, No. 6, hlm. 8204–8205.

perdagangan tidak lagi terbatas pada interaksi fisik antara penjual dan pembeli, tetapi dapat dilakukan secara daring dengan jangkauan pasar yang lebih luas. Inovasi ini melahirkan konsep perdagangan elektronik (e-commerce) yang dalam perkembangannya mampu menyesuaikan diri dengan cepat terhadap kebutuhan masyarakat modern.

E-commerce menghadirkan pola transaksi bisnis yang berbeda dari mekanisme konvensional. Jika sebelumnya proses jual beli hanya dapat dilakukan secara langsung dengan pembayaran tunai, kini barang maupun jasa dapat diperjualbelikan melalui sistem digital tanpa adanya pertemuan tatap muka antara pelaku usaha dan konsumen. Dengan kata lain, model perdagangan yang tradisional perlahan beralih menuju pola baru yang memanfaatkan telemarketing dan teknologi platform daring. Hal ini sejalan dengan tren global di mana digitalisasi menjadi bagian integral dalam hampir seluruh lini bisnis.

Di Indonesia, perkembangan platform e-commerce menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Sejumlah marketplace besar seperti Shopee dan TikTok Shop menjadi contoh nyata dari transformasi tersebut. Kehadiran kedua platform ini memudahkan masyarakat untuk melakukan aktivitas jual beli hanya melalui perangkat digital, sehingga transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa hambatan jarak. Konsumen tidak hanya memperoleh kemudahan dari sisi aksesibilitas, tetapi juga ditawarkan berbagai pilihan produk dengan harga yang kompetitif.

Namun, di balik berbagai kemudahan tersebut, tidak dapat diabaikan bahwa e-commerce juga menimbulkan sejumlah permasalahan yang cukup serius. Beberapa permasalahan nyata yang sering terjadi di Shopee maupun TikTok Shop antara lain:⁷³

- a. Barang tidak sesuai deskripsi atau cacat produksi.

⁷³ Lisda Apriliani Sobirin & Putri Utami Choeriyah, 2024, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, *Collegium Studiosum Journal*, Vol. 7, No. 1, hlm.285

Banyak konsumen mengeluhkan bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan iklan maupun deskripsi produk yang ditampilkan oleh pelaku usaha. Ketidaksesuaian tersebut dapat berupa kualitas yang lebih rendah dari standar, ukuran yang berbeda dengan spesifikasi, hingga barang tiruan yang dipasarkan dengan klaim sebagai produk “original”. Praktik semacam ini secara nyata merugikan konsumen dan bertentangan dengan prinsip kejujuran dalam bertransaksi. Lebih jauh, hal ini juga melanggar hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)⁷⁴

b. Adanya penjual fiktif atau penipuan online.

Penipuan online dengan modus penjual fiktif merupakan salah satu masalah yang muncul dalam transaksi e-commerce. Penjual dengan akun palsu seringkali mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan iklan, atau bahkan mengirimkan paket kosong hanya untuk memperoleh keuntungan sepihak. Praktik ini jelas merugikan konsumen dan memperlihatkan lemahnya pengawasan platform sebagai penyelenggara sistem elektronik.⁷⁵

Sesuai ketentuan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) berbunyi:

- 1) Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya.
- 2) Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya.

⁷⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁷⁵ Cristian T. A. Hasiholan & Anton Hendrik Samudra,2020,Transaksi Fiktif Melalui Marketplace Daring Memanfaatkan Promo Cashback,*Jurnal Yustika*, Vol. 23, No. 2, hlm. 121

- 3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.⁷⁶
- c. Kesulitan dalam retur dan refund.

Meskipun Shopee telah menyediakan mekanisme Shopee Guarantee sebagai bentuk perlindungan awal bagi konsumen dengan cara menahan dana pembayaran sampai barang diterima sesuai pesanan, dalam praktiknya sistem tersebut belum sepenuhnya berjalan optimal. Tidak jarang konsumen menghadapi hambatan ketika mengajukan pengembalian barang (return) atau pengembalian dana (refund). Hambatan tersebut umumnya terjadi karena penjual mengulur waktu dengan berbagai alasan administratif, bahkan ada pula yang secara langsung menolak klaim retur yang diajukan konsumen. Kondisi ini memperlihatkan bahwa meskipun sistem perlindungan internal sudah tersedia, masih terdapat celah yang dapat dimanfaatkan oleh penjual untuk menghindari tanggung jawabnya.⁷⁷

Di sisi lain, mekanisme penyelesaian sengketa di TikTok Shop dinilai lebih kompleks. Hal ini disebabkan karena proses refund pada TikTok Shop tidak sepenuhnya dikendalikan oleh pihak platform, melainkan tetap memerlukan konfirmasi langsung dari penjual. Dengan demikian, apabila penjual menolak atau tidak memberikan respon, maka konsumen akan mengalami kesulitan dalam memperoleh haknya. Situasi ini tentu menimbulkan kerugian, baik secara material karena dana yang tertahan, maupun secara immaterial berupa ketidaknyamanan dan hilangnya rasa percaya konsumen terhadap platform.⁷⁸

⁷⁶ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

⁷⁷ Atika Farha Siregar & Sahliyah,2022,Tanggungjawab Pelaku Usaha di Marketplace Shopee Atas Refund Terealisasi: Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *Arbiter: Jurnal Ilmiah Magister Hukum*, Vol. 4, No. 2, hlm. 15–16

⁷⁸ Haikal Fikri Ente, 2025,Analisis Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Kebijakan Refund Produk dalam Platform E-Commerce TikTok Shop,” *SNERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, Vol. 2, No. 1, hlm. 26.

Kondisi ini bertentangan dengan Pasal 19 UUPK yang berbunyi :

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) 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 pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.⁷⁹

d. Penyalahgunaan data pribadi konsumen.

Dalam praktik transaksi e-commerce, permasalahan yang kerap muncul adalah terjadinya kebocoran data pribadi konsumen. Kondisi ini merupakan isu serius karena berpotensi mengancam privasi serta keamanan informasi individu yang semestinya dilindungi. Kebocoran data pribadi dapat terjadi ketika informasi penting milik konsumen seperti nama lengkap, alamat rumah, nomor telepon, alamat surat elektronik, nomor kartu kredit, maupun data sensitif lainnya jatuh ke tangan pihak-pihak yang tidak memiliki kewenangan.

⁷⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Situasi tersebut memperlihatkan adanya kerentanan dalam sistem perlindungan data pada platform e-commerce. Padahal, informasi pribadi konsumen seharusnya diperlakukan sebagai aset yang sangat berharga dan wajib dijaga kerahasiaannya. Apabila data ini disalahgunakan, dampaknya tidak hanya menimbulkan kerugian finansial bagi konsumen, tetapi juga dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan e-commerce secara keseluruhan. Oleh karena itu, isu kebocoran data pribadi menjadi tantangan yang harus segera diatasi melalui peningkatan keamanan siber serta penerapan regulasi yang ketat terkait perlindungan data pribadi.⁸⁰

Adapun bunyi pasal 35 Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) :Pengendali Data Pribadi wajib melindungi dan memastikan keamanan Data Pribadi yang diprosesnya, dengan melakukan:

- 1) penyusunan dan penerapan langkah teknis ' operasional untuk melindungi Data Pribadi dari gangguan pemrosesan Data Pribadi yang bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- 2) penentuan tingkat keamanan Data Pribadi dengan memperhatikan sifat dan risiko dari Data Pribadi yang harus dilindungi dalam pemrosesan Data Pribadi.⁸¹

3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha (Penjual)

Sebagai pihak yang langsung menawarkan barang kepada konsumen, penjual memiliki tanggung jawab utama untuk melindungi hak-hak konsumen. Beberapa bentuk tanggung jawab penjual dalam Shopee dan TikTok Shop antara lain:

- a. Memberikan informasi produk yang benar.

⁸⁰ Erna Priliasari,2023,Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Menurut Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia, *Jurnal Rechtsvinding*, Vol. 12, No. 2, hlm. 261.

⁸¹ Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi

Penjual wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Kewajiban ini merujuk pada Pasal 7 huruf b undang undang perlindungan konsumen (UUPK).⁸²

- b. Menjamin kualitas barang dan memberikan ganti rugi.

Kerugian yang timbul akibat perbuatan atau kelalaian penjual dalam transaksi jual beli melalui aplikasi belanja online merupakan tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh penjual. Pertanggungjawaban tersebut dilakukan melalui pemberian kompensasi kepada konsumen sebagai bentuk ganti rugi atas kesalahan atau kelalaian yang dilakukan penjual selama proses transaksi.

Bentuk kompensasi yang dapat diberikan antara lain berupa pengembalian uang (refund) atau penukaran barang yang telah diterima konsumen dengan barang lain yang sesuai dengan pesanan. Mekanisme ini dapat dilaksanakan berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli melalui sistem yang disediakan oleh platform belanja online.

Sebagaimana diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK):

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) 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 pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

⁸² Ibid, Pasal 7 huruf b

- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Berdasarkan ketentuan Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), dijelaskan bahwa bentuk ganti rugi yang dapat diberikan oleh pelaku usaha mencakup pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau memiliki nilai setara, serta pemberian perawatan kesehatan atau santunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Selain itu, pelaku usaha juga berkewajiban memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf (g) UUPK, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi, kompensasi, dan/atau penggantian terhadap barang atau jasa yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal.

Lebih lanjut, Pasal 19 ayat (3) UUPK menegaskan bahwa pemberian ganti rugi tersebut harus dilakukan paling lambat dalam jangka waktu tujuh (7) hari setelah tanggal transaksi. Ketentuan ini menunjukkan bahwa undang-undang memberikan batas waktu yang jelas bagi pelaku usaha untuk memenuhi kewajibannya, sehingga hak-hak konsumen dapat terlindungi secara efektif dan segera.

Menurut ketentuan Pasal 60 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), penjual atau pelaku usaha

dapat dimintai pertanggungjawaban dalam bentuk pembayaran ganti kerugian dengan jumlah maksimum sebesar Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) apabila terbukti melakukan pelanggaran terhadap ketentuan perlindungan konsumen. Beberapa bentuk pelanggaran yang dapat menimbulkan tanggung jawab hukum tersebut antara lain:

- 1) kelalaian dalam memberikan ganti rugi kepada konsumen,
- 2) tidak dipenuhinya ketentuan terkait periklanan yang benar,
- 3) kelalaian dalam menyediakan suku cadang atau layanan purna jual,
- 4) serta kegagalan pelaku usaha dalam memenuhi jaminan atau garansi yang telah dijanjikan kepada konsumen.

Ketentuan ini menunjukkan bahwa undang-undang tidak hanya memberikan perlindungan normatif bagi konsumen, tetapi juga menetapkan batas tanggung jawab finansial yang jelas bagi pelaku usaha yang melanggar kewajibannya.

Shopee menerapkan kebijakan khusus terkait pengembalian barang dan dana (refund) yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengajukan permintaan pengembalian produk atau dana pembelian sebelum masa Garansi Shopee berakhir sebagaimana tercantum dalam ketentuan layanan. Kebijakan Garansi Shopee ini berfungsi sebagai bentuk perlindungan transaksi bagi pengguna platform, di mana dana pembeli akan ditahan sementara oleh pihak Shopee hingga proses transaksi dinyatakan selesai dengan diterimanya barang sesuai pesanan. Jika ditemukan adanya ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, atau masalah lain yang merugikan konsumen, mekanisme ini memungkinkan pengguna untuk mengajukan pengembalian dana atau retur produk.

Dengan demikian, Garansi Shopee merupakan instrumen penting dalam sistem perlindungan konsumen di lingkungan platform e-commerce, karena memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan kepada pengguna dalam melakukan transaksi secara daring serta

menjadi sarana penyelesaian awal apabila terjadi sengketa antara pembeli dan penjual.⁸³

Sementara itu, TikTok Shop juga memiliki kebijakan pengembalian barang (return) dan pengembalian dana (refund) sebagai bentuk perlindungan bagi konsumen ketika produk yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Melalui kebijakan ini, konsumen dapat mengajukan permintaan pengembalian barang apabila ditemukan cacat produk, kesalahan pengiriman, atau perbedaan antara barang yang diterima dengan deskripsi yang tercantum pada halaman penjualan. Proses pengajuan dilakukan melalui Pusat Resolusi (Resolution Center), di mana pengguna diwajibkan melampirkan bukti seperti foto produk, video unboxing, dan detail transaksi sebagai dasar penilaian pihak TikTok Shop.

Namun, mekanisme return dan refund di TikTok Shop seringkali dianggap lebih rumit dibandingkan dengan platform lain, karena sistem pengembalian dana tetap memerlukan konfirmasi langsung dari penjual. Apabila penjual tidak segera merespons atau menolak klaim yang diajukan, proses penyelesaian menjadi terhambat dan dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik secara material karena dana tertahan, maupun secara non-material berupa ketidaknyamanan dan hilangnya rasa kepercayaan terhadap platform.

Kendati demikian, kebijakan ini tetap menunjukkan upaya TikTok Shop untuk melindungi hak konsumen dalam transaksi daring, sekaligus memperkuat tanggung jawab platform sebagai penyelenggara sistem elektronik yang memiliki kewajiban menjaga keadilan dan keamanan bertransaksi di ruang digital.⁸⁴

c. Tidak melakukan praktik curang.

⁸³ Cakra Aditya Widiyantoro, Josepus J. Pinori, dan Nixon S. Lowing, 2025 Tanggung Jawab Pelaku Usaha Online Shop terhadap Konsumen atas Kerusakan Barang yang Diterima melalui Aplikasi Shopee, *Lex Privatum*, Vol. 15 No. 4, hlm.3-4

⁸⁴ <https://www.indotelko.com/read/1686187349/tiktok-shop-lanjutkan-komitmen-hadirkan-pengalaman-berbelanja-di-akses-tanggal-5-oktober-2025-pkl.14.33>

Dalam praktik perdagangan modern, khususnya pada transaksi elektronik melalui platform seperti Shopee dan TikTok Shop, setiap penjual berkewajiban untuk menjaga kejujuran dan menghindari tindakan curang yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Bentuk kecurangan tersebut dapat berupa penjualan produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, promosi, atau iklan yang ditampilkan pada laman penjualan, sehingga menimbulkan ketidaksesuaian antara informasi yang dijanjikan dengan kenyataan yang diterima konsumen.

Kewajiban tersebut diatur secara jelas dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang melarang pelaku usaha untuk memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji atau keterangan yang tercantum pada label, etiket, maupun promosi penjualan.

Dengan demikian, apabila penjual menawarkan produk yang berbeda dari informasi yang disampaikan, maka tindakan tersebut dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan. Dalam konteks transaksi e-commerce, praktik semacam ini kerap menimbulkan ketidakpuasan dan potensi sengketa antara konsumen dan penjual, yang pada akhirnya perlu diselesaikan melalui mekanisme mediasi internal platform atau lembaga perlindungan konsumen.⁸⁵

4. Tanggung Jawab Platform (Shopee dan TikTok Shop)

Marketplace sebagai salah satu bentuk platform e-commerce berfungsi sebagai media daring yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam suatu sistem transaksi elektronik. Melalui platform ini, penjual dapat dengan mudah membuat akun serta memasarkan produk tanpa perlu memiliki situs atau toko online pribadi. Cukup dengan mengunggah foto produk beserta deskripsinya, penjual sudah dapat menawarkan barang kepada konsumen secara luas. Apabila terdapat calon pembeli yang

⁸⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

berminat, sistem marketplace akan secara otomatis memberikan notifikasi kepada penjual untuk memproses transaksi tersebut.

Keberadaan marketplace memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memperluas pasar, namun pada saat yang sama juga menghadirkan tantangan serta menimbulkan potensi kerugian baru bagi pihak konsumen. Hal ini disebabkan karena transaksi yang dilakukan secara daring memiliki tingkat ketidakpastian yang lebih tinggi dibandingkan transaksi konvensional. Risiko tersebut dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti keterlambatan pengiriman, perbedaan kualitas produk, hingga potensi penipuan daring. Kondisi inilah yang sering menjadi pertimbangan utama konsumen dalam mengambil keputusan untuk bertransaksi secara online.

Platform sebagai penyelenggara sistem elektronik tidak bisa hanya dianggap sebagai perantara netral, melainkan juga memiliki kewajiban hukum dalam melindungi konsumen. Beberapa bentuk tanggung jawab platform adalah:⁸⁶

a. Menyediakan sistem transaksi yang aman dan andal.

Sebagai penyelenggara sistem elektronik, platform e-commerce memiliki kewajiban hukum untuk menjamin keamanan dan keandalan sistem transaksi yang digunakan oleh konsumen dan penjual. Kewajiban ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup tanggung jawab dalam melindungi data pribadi, menjaga integritas transaksi, serta memastikan tidak terjadinya penyalahgunaan informasi selama proses jual beli daring.⁸⁷

sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 15 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE : Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta

⁸⁶ Abdul Halim, 2023, Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce, *Jurnal Notarius*, Vol. 2, No. 1, hlm.3-4

⁸⁷ *Ibid*, hlm..6

bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya.⁸⁸

Keberadaan sistem transaksi yang terjamin keamanannya memberikan rasa aman bagi konsumen dalam melakukan kegiatan jual beli secara daring. Dengan sistem tersebut, konsumen dapat bertransaksi tanpa kekhawatiran akan terjadinya penipuan, kebocoran data pribadi, ataupun kesalahan teknis dalam proses pembayaran. Selain itu, penerapan sistem keamanan yang baik juga mencerminkan tanggung jawab hukum dan etika platform e-commerce dalam membangun kepercayaan digital (digital trust) antara penjual dan pembeli, sehingga tercipta lingkungan perdagangan elektronik yang transparan, terpercaya, dan berintegritas.

b. Menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 50 Tahun 2020, kewajiban marketplace untuk menyediakan layanan pengaduan konsumen diatur dalam Pasal 9 ayat (1), yang menyatakan bahwa Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) dan Penyelenggara Sistem Perantara (PSP) yang tidak dikecualikan dari kewajiban memiliki Perizinan Berusaha wajib memiliki layanan pengaduan konsumen sesuai dengan persyaratan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko.

Shopee menyediakan fitur Pusat Resolusi yang berfungsi sebagai sarana resmi bagi konsumen untuk mengajukan keluhan atau sengketa terkait transaksi yang dilakukan di platform. Melalui fitur ini, konsumen dapat melaporkan berbagai permasalahan, seperti produk tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, atau masalah pembayaran. Selanjutnya, pihak Shopee akan menindaklanjuti keluhan tersebut dengan memverifikasi bukti transaksi dan berkomunikasi dengan penjual untuk mencari penyelesaian yang adil. Proses ini

⁸⁸ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

dirancang untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh haknya, menjaga kepercayaan pengguna terhadap platform, serta memastikan bahwa transaksi e-commerce berjalan secara transparan dan aman.⁸⁹

Sedangkan TikTok Shop menyediakan fitur Pusat Bantuan yang berfungsi sebagai sarana resmi bagi pengguna untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dapat muncul sepanjang jalannya transaksi. Melalui fitur ini, pengguna dapat melaporkan kendala terkait produk yang tidak sesuai deskripsi, masalah pembayaran, pengembalian dana, atau keterlambatan pengiriman. TikTok Shop kemudian akan mengevaluasi keluhan, memverifikasi bukti transaksi jika diperlukan, dan memberikan solusi yang sesuai, seperti pengembalian dana atau bantuan komunikasi dengan penjual. Fitur ini dirancang untuk melindungi hak konsumen, meningkatkan kepuasan pengguna, dan memastikan transaksi e-commerce berjalan aman dan transparan.⁹⁰

c. Melindungi data pribadi konsumen.

Perlindungan data pribadi konsumen menjadi semakin penting seiring dengan peningkatan penggunaan internet dan media sosial. Informasi pribadi, seperti nama, alamat, nomor telepon, dan data lainnya yang dikumpulkan oleh berbagai platform atau penyedia layanan, memiliki nilai yang signifikan bagi pihak tertentu. Walaupun pengumpulan data ini biasanya dilakukan untuk kepentingan bisnis atau pemasaran yang sah, tetap terdapat potensi risiko yang perlu diperhatikan. Salah satu risiko utama adalah kemungkinan kebocoran data atau pelanggaran keamanan, yang bisa menyebabkan data pribadi konsumen diakses oleh pihak yang tidak berwenang. Dampaknya bisa

⁸⁹https://deo.shopeemobile.com/shopee/seller/seller_cms/74c3e61b6637b04be0bf78fbfd191ea/Pusat%20Resolusi.pdf di akses tanggal 5 oktober 2025 pkl.15.44

⁹⁰ <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/exploring-videos/tiktok-shop> di akses tanggal 5 oktober 2025 pkl.15.56

berupa pencurian identitas, penipuan, atau penyalahgunaan data lainnya.⁹¹

Melindungi data pribadi konsumen merupakan salah satu kewajiban penting bagi platform e-commerce. Sesuai Pasal 35 Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), platform wajib menjaga keamanan dan kerahasiaan data pribadi konsumen yang dikumpulkan selama proses transaksi. Perlindungan ini mencakup informasi pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, data pembayaran, dan riwayat transaksi. Kewajiban ini bertujuan untuk mencegah penyalahgunaan, kebocoran, atau akses tidak sah terhadap data konsumen, sekaligus membangun kepercayaan digital antara pengguna dan penyelenggara platform.

UU PDP menjelaskan jenis-jenis data pribadi yang termasuk dalam perlindungan hukum. Berdasarkan Pasal 4 UU tersebut, data pribadi dibagi menjadi dua kategori:

- 1) Data pribadi spesifik, yaitu informasi yang lebih sensitif dan membutuhkan perlindungan ekstra, seperti:
 - a) Data kesehatan dan informasi medis;
 - b) Data biometrik;
 - c) Data genetika;
 - d) Catatan kriminal;
 - e) Data anak-anak;
 - f) Informasi keuangan pribadi;
 - g) Jenis data lain yang diatur oleh peraturan perundang-undangan terkait.
- 2) Data pribadi umum, yaitu informasi yang bersifat lebih umum namun tetap dapat digunakan untuk mengidentifikasi seseorang, meliputi:
 - a) Nama lengkap;

⁹¹ Erna Priliasari,2023, perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce menurut peraturan perundang undangan di indonesia,*jurnal rechts vinding*,Vol.12,No.2 hlm.262

- b) Jenis kelamin
- c) Kewarganegaraan;
- d) Agama;
- e) Status perkawinan;
- f) Informasi lain yang digabungkan sehingga dapat mengidentifikasi identitas individu.⁹²

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi pembelian barang melalui platform TikTok Shop dan Shopee menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi pembelian barang melalui TikTok Shop dan Shopee diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Perlindungan hukum tersebut mencakup dua bentuk, yaitu:

- a. Perlindungan preventif, dengan memberikan hak kepada konsumen atas informasi yang benar, jaminan keamanan data pribadi, serta produk yang sesuai dengan ketentuan hukum; dan
- b. Perlindungan represif, berupa pemberian ganti rugi, pengembalian dana, atau penyelesaian sengketa melalui mekanisme hukum yang berlaku apabila terjadi pelanggaran hak konsumen.

2. Penerapan tanggung jawab hukum oleh pelaku usaha dan penyedia platform apabila terjadi pelanggaran hak konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik.

⁹² Ibid, hlm. 269-270

Pelaku usaha dan penyelenggara platform memiliki tanggung jawab hukum untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Apabila terjadi pelanggaran, pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, penggantian barang, atau pengembalian dana sesuai dengan ketentuan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Bentuk tanggung jawab ini merupakan konsekuensi dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen yang didasarkan pada asas itikad baik, keadilan, dan keseimbangan. Pelaku usaha harus memastikan bahwa barang yang dijual sesuai dengan deskripsi, tidak cacat, serta memenuhi standar mutu yang layak untuk digunakan konsumen.

Sementara itu, penyelenggara platform seperti TikTok Shop dan Shopee berkewajiban menjamin sistem transaksi yang aman, menjaga kerahasiaan data pribadi pengguna, serta memfasilitasi penyelesaian sengketa secara adil melalui mekanisme mediasi internal. Platform juga harus berperan aktif dalam mencegah praktik penipuan, penyalahgunaan data, dan penyebaran produk ilegal yang dapat merugikan konsumen. Dengan demikian, penerapan tanggung jawab hukum oleh pelaku usaha dan penyelenggara platform menjadi pondasi utama dalam menciptakan kepastian hukum, keadilan, serta perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen di era perdagangan elektronik yang semakin berkembang pesat.

B. Saran

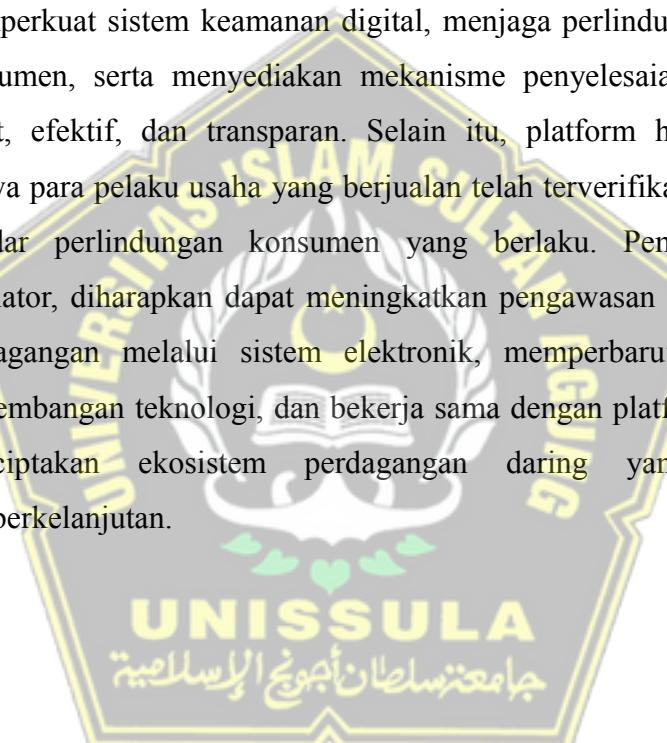
1. Bagi Konsumen dan Pelaku Usaha

Konsumen dan pelaku usaha diharapkan dapat membangun kesadaran hukum serta menjunjung tinggi prinsip kejujuran dan tanggung jawab dalam setiap transaksi elektronik. Konsumen perlu bersikap cermat dan kritis terhadap informasi produk, memahami hak-haknya berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta menggunakan mekanisme pengaduan yang tersedia

apabila terjadi pelanggaran. Di sisi lain, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, transparan, dan tidak menyesatkan, menjamin mutu barang sesuai deskripsi, serta melaksanakan kewajiban ganti rugi apabila terjadi kerugian pada konsumen. Dengan demikian, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dapat terjalin secara sehat, seimbang, dan berlandaskan pada asas keadilan serta itikad baik.

2. Bagi Penyelenggara Platform dan Pemerintah

Penyelenggara platform seperti TikTok Shop dan Shopee perlu memperkuat sistem keamanan digital, menjaga perlindungan data pribadi konsumen, serta menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat, efektif, dan transparan. Selain itu, platform harus memastikan bahwa para pelaku usaha yang berjualan telah terverifikasi dan memenuhi standar perlindungan konsumen yang berlaku. Pemerintah, sebagai regulator, diharapkan dapat meningkatkan pengawasan terhadap aktivitas perdagangan melalui sistem elektronik, memperbarui regulasi sesuai perkembangan teknologi, dan bekerja sama dengan platform digital untuk menciptakan ekosistem perdagangan daring yang aman, adil, dan berkelanjutan.





DAFTAR PUSTAKA

QS. Al-Baqarah : 275

QS. An-Nisa : 29

A. Buku

Asshiddiqie, J., & Safa'at, M. A. (2006). *Teori Hans Kelsen tentang Hukum*. Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia.

Atsar, Abdul, dan Rani Apriani. 2019. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Sleman: Deepublish.

Masri, E., Handayani, O., Dhianty, R., & Wahyuni, S. (2023). Buku ajar hukum perlindungan konsumen. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

Susanto. (2008). *Hak-hak konsumen jika dirugikan*. Jakarta: Visimedia.

Wahyudi, Trubus. 2025. *Hukum Islam dalam Sistem Hukum di Indonesia: Segi Teori Keberlakuan Pengembangan dan Implementasinya*. Demak: C.V Yudhistt Fateeh.

Zulham. (2013). Hukum perlindungan konsumen (Edisi Revisi, Cetakan ke-2). Jakarta: Kencana.

B. Peraturan PerUndang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, termasuk perubahannya dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024

tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

C. Jurnal

- Al Hafidzah, Y. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi pinjaman online pada aplikasi Indodana dalam tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Ekonomi Syariah. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, Vol.2, No.2
- Almaida, Z., & Imanullah, M. N. (2021). Perlindungan hukum preventif dan represif bagi pengguna uang elektronik dalam melakukan transaksi tol nontunai. *Privat Law*, Vol.9, No.1
- Fitria, D., & Aminulloh, A. (2025). Analysis of Indonesian e-commerce application verification for sellers and buyers in the perspective of Islamic law and law. *Journal Multidisciplinary Perspectives in Science and Technology*, Vol. 1, No.2
- Giantama, A. N., & Kholil, M. (2020). Pertanggungjawaban hukum penyedia platform terhadap barang yang melanggar merek dalam marketplace. *Jurnal Privat Law*, Vol. 8, No.1
- Halim, A. (2023). Tanggung jawab penyedia platform e-commerce dalam melindungi transaksi jual beli melalui platform e-commerce. *Jurnal Notarius*, Vol. 2, No.1
- Hasiholan, C. T. A., & Samudra, A. H. (2020). Transaksi fiktif melalui marketplace daring memanfaatkan promo cashback. *Jurnal Yustika*, Vol.23, No.2
- Khatimah, H. (2022, Oktober 9). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di aplikasi Lazada dan Shopee. *Jurnal Hukum*, 386.
- Lutfianidha, R., Hidayati, N., Laowo, B., & Dawolo, O. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi elektronik (Legal Protection for Consumers in Electronic Transactions). *Jurnal Lawnesia*, Vol.3, No.1
- Mandas, T. M. L., Frederik, W. A. P. G., & Maramis, R. A. (2024). *Analisis yuridis terhadap penguasaan pasar oleh e-commerce TikTok Shop ditinjau dari Undang-Undang Persaingan Usaha*. Lex Privatum, 14 (3)
- Mubaraq, F., Hidayat, A., & Wismanto, W. (2024). *Pendidikan jual beli dalam perspektif Islam*. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, Vol.2, No.1

- Muslim, S., Hadiwinata, K., & Mundzir, H. (2023). Pengembangan UMKM melalui perjanjian kerja dan manajemen sumber daya manusia berbasis e-commerce. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.2, No.1
- Nawi, H. S. (2018). *Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Pleno De Jure, Vol. 7, No. 1
- Pasaribu, L. N. (2022). Analisis strategi manajemen pemasaran pada aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol.4, No.6
- Priliasari, E. (2023). Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia. *Jurnal Rechts Vinding*, Vol.12, No.2
- Priliasari, E. (2023). Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia. *Jurnal Rechtsvinding*, Vol.12, No.2
- Quintarti, M. A. L. (2023). Bentuk-bentuk perlindungan hukum bagi konsumen perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(8)
- Rahayu, S. U., & Sahrudin. (2024). Analisis jual beli dalam perspektif Islam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.4, No.2
- Ramadhan. (2022). Kepastian hukum dan perlindungan hukum investasi di Indonesia. *Dharmasiswa: Jurnal Program Magister Hukum FH UI*, 1(4)
- Ranto, R. (2019). Tinjauan yuridis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui media elektronik. *Jurnal Ilmu Hukum Alethea*, Vol.2, No.2
- Sinaga, N. A. (2015). Pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 5 (2),
- Siregar, A. F., & Sahliyah. (2022). Tanggungjawab pelaku usaha di marketplace Shopee atas refund tidak terealisasi: Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Arbiter: Jurnal Ilmiah Magister Hukum*, Vol.4, No.2
- Siregar, S. P. (2024). Kepastian hukum perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4 (2)
- Sobirin, L. A., & Choeriyah, P. U. (2024). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Collegium Studiosum Journal*, Vol.7, No.1

- Sugara, M. V. L., & Az-Zahra, A. R. (2024). *Penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi elektronik (E-commerce) berdasarkan hukum perdata*. Jurnal Kewarganegaraan, Vol.8, No.1
- Ulum, M. (2020). Prinsip-prinsip jual beli online dalam Islam dan penerapannya pada e-commerce Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 17 No.1
- Wahyudi, T. (2020). Akibat hukum perjanjian dalam bisnis ekonomi Islam. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Vol .7, No.1
- Widiyantoro, C. A., Pinori, J. J., & Lowing, N. S. (2025). Tanggung jawab pelaku usaha online shop terhadap konsumen atas kerusakan barang yang diterima melalui aplikasi Shopee. *Lex Privatum*, Vol.15, No.4

D. Kamus Hukum dan Kamus lainnya
Kamus Besar Bahasa Indonesia

E. Internet

Tim Shopee. *Pusat Resolusi*. Shopee. Diakses 5 Oktober 2025. https://deo.shopeemobile.com/shopee/seller/seller_cms/74c3e61b6637b04be0bf78fbef191ea/Pusat%20Resolusi.pdf

Kompas. “Cara Melapor ke Customer Service TikTok Jika Curiga Terjadi Penipuan.” *Tekno Kompas*, 24 Juni 2023, dari <https://tekno.kompas.com/read/2023/06/24/18150077/>

“TikTok Shop Lanjutkan Komitmen Hadirkan Pengalaman Belanja.” *IndoTelko*, 8 Juni 2023. dari <https://www.indotelko.com/read/1686187349/tiktok-shop-lanjutkan-komitmen-hadirkan-pengalaman-berbelanja>

Shopee Indonesia Help Center. (2025). *Cara Mengajukan Pengembalian Barang dan Dana di Shopee*. Diakses pada 22 September 2025, dari <https://help.shopee.co.id/portal/article/77244>

Abdurrahman, “Ketidakadilan Aturan TikTok kepada Penjual,” *Media Konsumen*, 2 Maret 2025, dari <https://mediakonsumen.com/2025/03/02/surat-pembaca/ketidakadilan-aturan-tiktok-kepada-penjual>

Komunitas MEA, “Cara Komplain di Shopee Untuk Pesanan yang Tidak Sesuai. Anti Rugi!” *Komunitas MEA*, 17 April 2023, diakses pada 10 juli 2025 ,<https://www.komunitasmea.web.id/cara-komplain-di-shopee/>.

- Brainly. (2025). *Homework Help & problem solver*. Diakses 10 Juli 2025, dari <https://brainly.co.id/tugas/7902015>
- Shopee Pte. Ltd. (2024). *Shopee*. Diakses pada 10 Juli 2025, dari <https://en.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- TikTok. (2024). *TikTok Shop*. Diakses pada 10 Juli 2025, dari https://en.wikipedia.org/wiki/TikTok_Shop
- TikTok. *TikTok Shop*. Diakses 5 Oktober 2025. <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/exploring-videos/tiktok-shop>
- GenerisOnline. (2025, Desember). *Understanding Internet and E-Commerce Regulations in Indonesia*. Diakses 10 Juli 2025, dari <https://generisonline.com/understanding-internet-and-e-commerce-regulations-in-indonesia/>
- Mardiana, A. (2023, Oktober 4). *Apa itu TikTok Shop? Ini definisi dan alasannya ditutup di Indonesia*. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/651d7407150c9/apa-itu-tiktok-shop-ini-definisi-dan-alasannya-ditutup-di-indonesia>
- Gana Buana. (2024, 14 Juni). *Shopee menguatkan ekonomi nasional dengan mendukung transformasi dan daya saing UMKM sejak awal 2024*. Media Indonesia. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/677956/shopee-menguatkan-ekonomi-nasional-dengan-dukung-transformasi-dan-daya-saing-umkm-sejak-awal-2024>
- PuskoMedia Indonesia. “*Menyediakan Fitur Ulasan dan Rating untuk Pengalaman Pengguna yang Lebih Baik*”. 8 September 2024. Diakses pada [tanggal akses Anda], dari <https://puskomedia.id/blog/menyediakan-fitur-ulasan-dan-rating-untuk-pengalaman-pengguna-yang-lebih-baik/>.
- Kyrim. (2025, 19 Maret). *Escrow Transfer: Solusi Aman atau Kurang Fleksibel? Temukan Alternatifnya*. Diakses dari <https://kyrim.co.id/blog/escrow-transfer-dan-alternatifnya/>
- Idris, M. (2021, September 11). Apa yang dimaksud dengan konsumen. *KOMPAS.com*. <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/195821026/apa-yang-dimaksud-dengan-konsumen>
- Rohman, F. (2022, January 24). katadata.co.id. Retrieved from katadata.co.id:<https://katadata.co.id/intan/berita/61ee4467db13b/internetadalah-jaringan-komputer-ini-pengertian-dan-sejarahnya>

- Digifolium. (2022, November 17). *Apa Shopee Itu? Pengertian, Keunggulan, dan Cara Jualan*. Digifolium.com. Retrieved from <https://www.digifolium.com/apa-shopee-itu/>
- Indotelko. (2023, June 8). *TikTok Shop lanjutkan komitmen hadirkan pengalaman berbelanja*. Retrieved September 22, 2025, from <https://www.indotelko.com/read/1686187349/tiktok-shop-lanjutkan-komitmen-hadirkan-pengalaman-berbelanja>
- Samudra, B. (2023, September 19). *Dampak Besar TikTok Shop terhadap Ekonomi Digital dan UMKM di Indonesia*. Kompasiana. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/bayu10666/6508769d3adb47087b036232/dampak-besar-tiktok-shop-terhadap-ekonomi-digital-dan-umkm-di-indonesia>
- Tim Hukumonline. (2023, 11 Agustus). *Perlindungan Hukum: Pengertian, Unsur, dan Contohnya*. Hukumonline.com.

- PojokNulis. (2023, 17 September). *Sejarah dan perkembangan TikTok Shop di Indonesia*. Diakses 22 September 2025, dari <https://pojoknulis.com/sejarah-dan-perkembangan-tiktok-shop-di-indonesia-1826>

