

Analisis Hukum Undang Undang Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Melalui *Live Shopping* Di *E-commerce TikTok Shop*

Firman Taufiqurahman¹ , **Siti Alisah²** , **Nur Rahman³** 

^{1 2 3}Universitas Muhammadiyah Cirebon

: Firmantaufig727@gmail.com, Nur.rahman@umc.ac.id, Siti.alisah@umc.ac.id

DOI: 10.26753/jlr.v3i2.1430



ABSTRAK

Keywords:

This study evaluates consumer protection in transactions conducted through live Shopping on TikTok Shop, recognizing that while this phenomenon is becoming increasingly popular in Indonesia, it still faces challenges in regulatory implementation. The primary focus of the research is on the conformity of products received by consumers and the responsibilities of business operators, with an analysis of the Consumer Protection Act (UUPK), Government Regulation No. 71 of 2019 (PP PMSE), and the Electronic Information and Transactions Act (UU ITE). Although these regulations provide a solid legal foundation, the study finds that there are still weaknesses in their implementation, particularly in dispute resolution mechanisms and content supervision during live Shopping. Therefore, this research emphasizes the need for additional measures to strengthen consumer protection and offers relevant policy recommendations for the government, business operators, and consumers in the digital era.

Keywords: *Consumer Protection, Live Shopping, TikTok Shop, E-commerce Regulation, Dispute Resolution*

PENDAHULUAN

kegiatan jual beli termasuk dalam kategori perjanjian bernama, artinya mempunyai nama tersendiri dan peraturan khusus yang ditetapkan dengan undang-undang. Perjanjian-perjanjian yang disebutkan ini dapat diatur baik dalam KUHPerdara maupun dalam Undang-Undang Perdagangan. Secara khusus perjanjian jual beli diatur dalam pasal 1457-1540 KUHPerdara.¹

Perjanjian jual beli merupakan suatu perjanjian kontraktual yang dilakukan baik oleh penjual maupun pembeli. Perjanjian ini mengandung tanggung jawab penjual untuk mengalihkan barang jualannya kepada pembeli, sekaligus memberikan hak

¹ Hakimi, "Kitab Undang Undang Hukum Perdata Burgerlijk." Hlm. 256-264

kepada penjual untuk menerima harga yang disepakati. Sebaliknya, pembeli wajib melakukan pembayaran atas benda tersebut dan berhak untuk mengambil alihnya.²

Perkembangan dunia maya telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk politik, ekonomi, sosial, budaya, dan keamanan. Internet, yang pertama kali muncul pada 1969, telah berkembang pesat dan memungkinkan aktivitas seperti mengakses data, mengirim informasi, dan melakukan tugas-tugas lainnya dengan lebih efisien. Teknologi informasi saat ini telah mencapai puncaknya, dengan fitur-fitur yang semakin canggih dalam teknologi digital.³

Dilansir dari goodstats, dalam kurun waktu 10 tahun terakhir yaitu dari 2013 sampai 2023 sekitar 5,16 miliar pengguna internet atau 64,4% populasi dunia sudah menggunakan internet untuk kehidupan sehari-harinya.⁴ Angka tersebut akan terus berkembang dan terus mengalami peningkatan per tahunnya. Indonesia adalah salah satu dari negara-negara dengan tingkat penggunaan internet tertinggi di dunia. Sekitar 212,9 juta penduduknya, setara dengan sekitar 77% dari total populasi, telah menggunakan internet. Dalam perjalanannya dengan berkembangnya teknologi, maka akan ada perubahan pada manusia yang sangat signifikan mulai dari gaya hidup, pola sosial, dan berbagai aspek kehidupan yang lainnya,⁵ di era modern, penggunaan media internet sudah mulai masuk ke bidang lain dalam kehidupan manusia, seperti sektor perdagangan yang lebih bergantung pada internet.⁶ sehingga dibutuhkan aturan aturan baru, dalam hukum memiliki peran penting dalam suatu negara dan dibuat untuk mengendalikan situasi yang terjadi di zamannya.

Teori keterjangkauan ilmu teknologi menyatakan bahwa suatu teknologi dapat mengubah pola perilaku penggunaannya,⁷ Perkembangan teknologi saat ini telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, membuatnya lebih aktif dan kreatif. Inovasi teknologi memudahkan berbagai aktivitas, menjadikannya bagian tak terpisahkan dari kehidupan modern. Akses yang mudah ke informasi dan kebutuhan sehari-hari kini tersedia bagi semua usia, dari anak-anak hingga dewasa.⁸

Termasuk jual beli, Jual beli kini sering dilakukan *Online* tanpa perlu bertemu langsung. Teknologi seperti komputer dan ponsel memudahkan transaksi, menguntungkan kedua belah pihak, dan tidak terikat ruang serta waktu. Konsumen

² Salim H.S., *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta : Sinar Grafika, 2003, hlm. 49.

³ Antoni Antoni, "Kejahatan Dunia Maya (Cyber Crime) Dalam Simak *Online* , no. 2 (2018): hlm 65.

⁴ Agnes Z. Yonata, "Menilik Perkembangan Pengguna Internet 2013-2023," GoodStats, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-perkembangan-pengguna-internet-2013-2023-uV8Ws>.

⁵ Avital Balwit et al., "Participants in the IMF IG Seminar Series, and Numerous IMF Colleagues for Insightful Comments and Suggestions," *IMF Working Papers* 2021, no. 166 (2021), <https://www.elibrary.imf.org/view/journals/001/2021/166/article-A001-en.xml>. hlm 47

⁶ I Putu Merta Suadi, Ni Putu Rai Yulianti, and Si Ngurah Ardhy, "Tinjauan Yuridis Subyek Hukum Dalam Transaksi Jual Beli *Online* / *E-commerce* Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata," *E-Journal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program 4*, no. 2 (2021): 81.

⁷ Yuan Sun et al., "How Live Streaming Influences Purchase Intentions in Social Commerce: An IT Affordance Perspective," *Electronic Commerce Research and Applications* 37, no. August (2019): 100886, <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100886>.

⁸ Isti'anatul Mashlahah and Syamsul Arifin, "Dampak Perkembangan Teknologi Terhadap Perilaku Dan Kehidupan Pemuda Pemudi Di Era Milenial," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan* 4, no. 2 (2023), hlm. 9, <https://doi.org/10.25299/jpmpip.2023.13167>.

mudah membandingkan informasi produk tanpa batasan geografis.⁹ *E-commerce* memungkinkan transaksi tanpa pertemuan fisik, yang didukung oleh perilaku konsumen yang menyukai belanja *Online* karena kemudahan yang di tawarkannya.¹⁰

Paradigma *e-commerce* telah berubah dengan munculnya situs jejaring sosial. Kini, transaksi *Online* tidak hanya melalui situs web *e-commerce*, tetapi juga melalui *Platform* media sosial, yang dikenal sebagai *social commerce*. Media sosial meningkatkan interaksi dan layanan pelanggan, memperbaiki kepuasan, dan mempromosikan layanan yang lebih baik. Selain itu, media sosial dapat mendorong pelanggan untuk menyebarkan informasi berguna dari mulut ke mulut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat mereka untuk melakukan lebih banyak pembelian.¹¹

Fitur *live Shopping* di TikTok telah mengubah cara berbelanja dengan meningkatkan interaksi dan keterlibatan konsumen melalui siaran langsung. Brand kini lebih kreatif dalam pemasaran, menjadikan TikTok platform yang dinamis untuk penjualan langsung. Fenomena ini mendorong pesaing TikTok untuk mengembangkan fitur serupa, menggabungkan hiburan dan belanja dalam strategi mereka.¹²

Identifikasi masalah dalam penulisan ini berfokus pada fenomena *live Shopping*, yang mulai muncul dan berkembang pada tahun 2021, di mana penjual dapat menjual produk yang akan dijual dengan spesifikasi yang lebih terperinci dibandingkan hanya dengan foto dan deskripsi. Fitur ini memungkinkan pembeli untuk bertanya langsung mengenai produk yang sedang dijual melalui platform *e-commerce*, memberikan gambaran yang lebih jelas meskipun tidak melihat secara langsung. Namun, terdapat risiko bahwa sampel produk yang digunakan saat *live* dapat berbeda dengan barang yang diterima oleh konsumen, yang membuka peluang terjadinya kecurangan oleh penjual. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai perlindungan konsumen agar tidak dirugikan akibat perbedaan antara contoh barang saat *live* dan barang yang diterima,

Dalam hal ini, tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui apakah fitur *live Shopping* sesuai dengan hukum positif serta untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 sebagai farda utama perlindungan konsumen serta peraturan lain yang memiliki keterikatan dan relevansi dengan perlindungan konsumen, serta tanggung jawab pihak-pihak terkait dalam perjanjian jual beli melalui media *live Shopping*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif kualitatif, berfokus pada analisis literatur hukum dan data sekunder, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP PMSE, untuk mengkaji perlindungan konsumen dalam transaksi *live Shopping* di TikTok Shop. Jenis penelitian

⁹ Suadi, Yulianti, and Ardhya, "Tinjauan Yuridis Subyek Hukum Dalam Transaksi Jual Beli *Online / E-commerce* Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata."

¹⁰ Arief Budiono and Anggun Rahmawati, "International Journal of Social Science Research and Review" 6, no. 2 (2023): hlm 70.

¹¹ Laila Saffanah, Putu Wuri, and Fathia Prinastiti, "Actual Purchases on Instagram *Live Shopping* : The Influence of *Live Shopping* Engagement and Information Technology Affordance," *Asia Pacific Management Review* 28, no. 2 (2023): 204–214, <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.09.002>.

¹² Mohd Khairul Zul Hasymi Firdaus, Maria Komariah, and Muhammad Kamil Che Hasan, "The Use of Advanced Technology in Providing Chronic Care," *International Journal of Care Scholars* 5, no. 1 (2022): hlm 1–2.

ini adalah studi pustaka, yang melibatkan pengumpulan data dari sumber-sumber hukum primer, buku, jurnal, dan artikel terkait. Fokus penelitian adalah tinjauan terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan, dengan tujuan mengevaluasi efektivitas perlindungan konsumen dan mengidentifikasi tantangan serta kebutuhan untuk perbaikan kebijakan. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dokumentasi untuk mendapatkan wawasan komprehensif mengenai implementasi hukum perlindungan konsumen dalam konteks *e-commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan hukum terhadap konsumen dan tanggung jawab serta sanksi hukum yang harus diterapkan oleh pihak TikTok Shop terkait dengan barang yang tidak sesuai pesanan, barang palsu, barang yang hilang, atau cacat yang dibeli melalui *live Shopping* di TikTok Shop?

Dalam konteks belanja *Online* dan *live Shopping* seperti di TikTok Shop, perlindungan konsumen menjadi sangat penting karena risiko penipuan dan produk yang tidak sesuai bisa meningkat. Oleh karena itu, regulasi yang efektif diperlukan untuk menjaga keamanan dan keadilan bagi konsumen di *Platform* digital.

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan berbagai hak dan kewajiban yang bertujuan untuk melindungi konsumen di Indonesia.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dirancang untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi barang dan jasa, yang mencakup hak untuk kenyamanan, keamanan, dan keselamatan serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas mengenai produk yang dibeli. Konsumen berhak memilih barang dan jasa yang sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dan menerima kompensasi jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau standar yang dijanjikan. Kewajiban pelaku usaha meliputi memberikan informasi akurat, mematuhi standar kualitas, serta bertindak dengan itikad baik dalam semua aspek usahanya.¹³

Tujuan utama dari undang-undang ini adalah untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka. Hal ini juga bertujuan untuk menghindarkan konsumen dari eksekusi negatif penggunaan barang dan jasa serta meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih dan menentukan produk yang sesuai.

Undang-Undang ini juga mencerminkan komitmen pemerintah dalam pembangunan nasional yang berlandaskan pada keadilan dan keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha.¹⁴

Dalam konteks *live Shopping* di platform seperti TikTok Shop, pelaku usaha harus memastikan bahwa produk yang dijual dan informasi yang disampaikan selama sesi *live Shopping* sesuai dengan deskripsi dan standar yang telah dijanjikan. Pelaku usaha juga harus memastikan bahwa produk tidak melanggar ketentuan hukum seperti tidak memenuhi standar, tidak sesuai

¹³ Presiden Republik Indonesia, "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen," *Pemerintah Republik Indonesia*, no. 8 (1999).

¹⁴ Rinita Njatrijani, "Posisi Undang Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Upaya Perlindungan Terhadap Konsumen," 2004, 1–3.

dengan label atau keterangan yang diberikan, atau tidak mengikuti ketentuan halal. Konsumen, di sisi lain, diharapkan untuk mengikuti petunjuk penggunaan produk dan melakukan transaksi dengan itikad baik.¹⁵

Kewajiban ini menggarisbawahi pentingnya komunikasi yang jelas antara pelaku usaha dan konsumen untuk menghindari pelanggaran hak konsumen dan memastikan bahwa setiap pelanggaran dapat ditangani dengan memberikan kompensasi atau ganti rugi yang layak. Kegagalan dalam memenuhi kewajiban ini dapat mengakibatkan perlunya tindakan hukum dan kompensasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku, menjaga keseimbangan dan keadilan dalam transaksi *e-commerce*, khususnya dalam konteks *live Shopping*.¹⁶

- b. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik memberikan landasan hukum yang kuat untuk melindungi konsumen dalam transaksi yang dilakukan melalui platform digital seperti *TikTok Shop*. Peraturan ini secara spesifik mengatur tentang kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan. Pasal-pasal dalam peraturan ini menegaskan pentingnya transparansi dalam penawaran produk, termasuk kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang akurat tentang harga, spesifikasi, dan kondisi produk. Selain itu, pelaku usaha dilarang menawarkan produk yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan, serta harus memberikan hak kepada konsumen untuk memilih atau membatalkan transaksi jika merasa tidak puas dengan produk yang ditawarkan.

Pelaku usaha juga diwajibkan untuk menyampaikan informasi mengenai tata cara pembayaran dan memastikan bahwa konsumen tidak dikenakan biaya tambahan yang tidak disepakati sebelumnya. Selain itu, pengiriman barang atau jasa harus dilakukan tepat waktu, dengan pelaku usaha wajib memberikan informasi mengenai status pengiriman kepada konsumen.¹⁷ Jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan informasi yang diberikan, konsumen memiliki hak untuk mengembalikan barang dan meminta pengembalian dana.¹⁸

Lebih lanjut, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyelesaikan sengketa dengan konsumen secara damai dan memberikan ganti rugi jika terjadi

¹⁵ Harrison EA and Wu JW et al., "Hukum Perlindungan Konsumen," *Liputan 6* (Divisi Buku Perguruan Tinggi, RajaGrafindo persada, 2021), https://www.bappenas.go.id/files/9013/6082/9890/12eksistensi-pengadilan-niaga-dan-perkembangannya-dalam-era-globalisasi__20081123185136__1261__11.pdf%0Ahttp://solusihukum.com%0Ahttps://www.hukumOnline.com/berita/baca/lt5a50a563ae78e/sejak-mk-berdiri--ini-.

¹⁶ Tim HukumOnline, "Asas Perlindungan Konsumen Dan Tujuan Perlindungannya," HukumOnline, 2023, <https://www.hukumOnline.com/berita/a/asas-perlindungan-konsumen-dan-tujuannya-lt623bc8fd4931f/>.

¹⁷ Presiden Republik Indonesia, "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," *PP No. 80 Tahun 2019* 80, no. 019092 (2019): pasal 23.

¹⁸ Presiden Republik Indonesia. Pasal 24

kerugian akibat kelalaian mereka.¹⁹ Konsumen juga memiliki hak untuk melaporkan pelaku usaha yang melanggar ketentuan peraturan ini kepada Kementerian Perdagangan, yang memiliki wewenang untuk melakukan pengawasan dan penindakan terhadap pelanggaran yang terjadi.²⁰

Pasal-pasal lain dalam peraturan ini, seperti Pasal 26 dan 27, menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk melindungi hak-hak konsumen dan menyediakan layanan pengaduan yang efektif. Layanan pengaduan ini harus mencakup informasi yang jelas mengenai prosedur pengaduan, mekanisme tindak lanjut, dan jangka waktu penyelesaian pengaduan.

Secara keseluruhan, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman dan terpercaya, di mana konsumen memiliki hak-hak yang dilindungi secara hukum dan pelaku usaha bertanggung jawab untuk memenuhi kewajiban mereka. Dengan adanya peraturan ini, diharapkan konsumen dapat terhindar dari praktik bisnis yang tidak jujur dan memiliki jaminan untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan pesanan mereka, khususnya dalam konteks *live Shopping* di platform seperti TikTok Shop.

c. Perlindungan Konsumen dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Berikut adalah versi singkat dari penjelasan terkait Pasal 28, Pasal 35, dan Pasal 45 UU ITE dalam konteks perlindungan konsumen di *live shopping* TikTok Shop:

1. Pasal 28: Penyebaran Berita Bohong yang Mengakibatkan Kerugian Konsumen

Pasal ini melarang penyebaran informasi palsu yang merugikan konsumen. Dalam *live shopping* di TikTok Shop, jika penjual atau influencer menyampaikan informasi produk yang menyesatkan, mereka dapat dikenai sanksi. TikTok Shop harus memiliki mekanisme untuk memantau dan menindak konten yang menyesatkan, serta menyediakan akses bagi konsumen untuk melaporkan penjual yang merugikan.

2. Pasal 35: Tanggung Jawab Penyelenggara Sistem Elektronik

Pasal ini menetapkan tanggung jawab TikTok Shop sebagai platform untuk memastikan keamanan dan keabsahan transaksi. TikTok Shop harus memverifikasi penjual, memantau aktivitas penjualan, dan menyediakan layanan pengaduan yang efektif. Jika terjadi pelanggaran, TikTok Shop bertanggung jawab untuk menindak penjual dan memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan.

3. Pasal 45: Pidana bagi Gangguan Sistem Elektronik

Pasal ini mengatur sanksi pidana bagi tindakan yang mengganggu sistem elektronik. Dalam konteks *live shopping*, jika ada pihak yang dengan sengaja mengganggu sistem TikTok Shop sehingga transaksi terganggu atau konsumen dirugikan, mereka dapat dikenakan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. TikTok Shop perlu memastikan sistemnya aman dan dapat pulih dengan cepat dari gangguan teknis.

¹⁹ Presiden Republik Indonesia. Pasal 73

²⁰ Presiden Republik Indonesia. Pasal 74

UU ITE memberikan kerangka hukum yang kuat untuk melindungi konsumen dalam transaksi elektronik, termasuk di *live shopping* di TikTok Shop. Pasal 28 melindungi konsumen dari informasi palsu, Pasal 35 menetapkan tanggung jawab platform untuk memastikan transaksi aman dan adil, dan Pasal 45 melindungi integritas sistem elektronik dari gangguan yang merugikan konsumen. Dengan penerapan yang tepat, UU ITE 2024 berupaya menciptakan ekosistem transaksi elektronik yang aman dan terpercaya, melindungi hak konsumen, serta memastikan pelaku usaha dan platform e-commerce bertanggung jawab atas informasi yang mereka berikan.

- d. Tanggung jawab dan akibat hukum bagi penyedia layanan *E-commerce* dan pelaku usaha atas barang yang hilang, cacat, tidak sesuai ataupun barang palsu dari pembelian melalui *live Shopping* TikTok Shop

Dalam transaksi jual beli *Online*, pengiriman barang yang melibatkan pihak ketiga, seperti perusahaan jasa ekspedisi, merupakan aspek krusial yang sering menghadapi berbagai kendala. Masalah seperti barang yang tidak sesuai spesifikasi, rusak, atau hilang sering kali disebabkan oleh kelalaian pihak ekspedisi. Berdasarkan Pasal 193 ayat (1) UU Nomor 22 Tahun 2009, perusahaan angkutan umum bertanggung jawab atas kerugian akibat barang yang rusak atau hilang selama pengiriman, kecuali ada bukti bahwa kerusakan disebabkan oleh kejadian yang tidak dapat dihindari. Dalam hal ini, ekspedisi harus memberikan kompensasi sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu, pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK, yang mengharuskan mereka memberikan ganti rugi atas kerugian dari barang atau jasa yang tidak sesuai. Ganti rugi ini dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau layanan lain sesuai ketentuan, dan harus dilakukan dalam waktu 7 hari setelah transaksi.

Peraturan mengenai pengembalian dan pertukaran barang, seperti yang diatur dalam Pasal 69 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, menetapkan bahwa pertukaran harus dilakukan dalam waktu 2 hari kerja jika terdapat ketidaksesuaian atau kerusakan pada barang. Aplikasi TikTok Shop juga memiliki pedoman khusus untuk pembatalan, pengembalian, dan pengembalian dana, mencakup kondisi seperti barang yang tidak sesuai deskripsi atau rusak. Proses pengembalian melibatkan persetujuan dari penjual dan evaluasi oleh aplikasi.

Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang memiliki wewenang untuk memberikan keputusan final dan mengikat, serta dapat memberikan kompensasi atau sanksi administratif jika pelaku usaha melanggar. Jika penyelesaian melalui BPSK tidak memadai, konsumen dapat mengajukan gugatan perdata atau pidana ke pengadilan. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan dapat dikenakan sanksi hukum berupa denda atau pidana penjara sesuai Pasal 62 dan Pasal 63 UUPK. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 memberikan sanksi administratif, seperti peringatan tertulis atau pencabutan izin usaha, untuk memastikan kepatuhan terhadap ketentuan perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik. Regulasi dan sanksi yang ada bertujuan untuk melindungi hak konsumen dan memastikan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *Online*.

2. Hambatan dalam perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui *live Shopping* tiktok Shop ?.

a. Aspek hukum

Aspek hukum *live Shopping* di Indonesia menghadapi tantangan karena kurangnya regulasi khusus. Meskipun ada undang-undang mengenai transaksi elektronik, seperti UU No. 8 Tahun 1999 dan UU No. 11 Tahun 2008, keduanya tidak mengatur karakteristik unik *live Shopping* yang melibatkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Kekosongan ini menyulitkan penetapan standar perlindungan konsumen. Ketidakpastian hukum ini muncul karena regulasi yang ada lebih fokus pada transaksi *e-commerce* konvensional tanpa interaksi langsung. mengingat fitur ini termasuk hal baru di Indonesia sehingga dapat menyebabkan kebingungan dan membuka peluang pelanggaran hak konsumen, yang tidak mendapatkan perlindungan yang memadai.²¹

Akibatnya, potensi inkonsistensi dalam penegakan hukum terhadap *live Shopping* meningkat. Tanpa regulasi yang jelas, penegakan hukum dapat bervariasi, merugikan konsumen. Oleh karena itu, perlu dikembangkan regulasi yang lebih spesifik untuk *live Shopping* agar konsumen merasa lebih aman dalam transaksi digital.

b. Aspek teknis

Aspek teknis dalam *live Shopping* menghadirkan tantangan signifikan, terutama dalam pengawasan konten yang disiarkan langsung. Interaksi real-time memungkinkan penjual menampilkan produk yang berbeda dari yang dikirimkan, seperti menunjukkan barang berkualitas tinggi tetapi mengirimkan barang yang lebih rendah. Keterbatasan pengawasan ini mengurangi perlindungan konsumen dan meningkatkan risiko penipuan. Kurangnya dokumentasi transaksi juga menjadi masalah besar, karena proses yang cepat sering kali tidak diimbangi dengan pencatatan yang memadai. Komunikasi antara pembeli dan penjual melalui fitur chat selama siaran tidak menghasilkan catatan resmi, menyulitkan konsumen untuk membuktikan transaksi ketika terjadi sengketa.²²

Minimnya bukti transaksi memperumit penegakan hukum dan penyelesaian sengketa, membuat konsumen rentan terhadap kerugian. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah teknis untuk memastikan semua transaksi dalam *live Shopping* terdokumentasi dengan baik, sehingga konsumen dapat dilindungi dan memiliki dasar yang kuat untuk menuntut hak mereka.

c. Aspek Platform

Ketidakjelasan tanggung jawab TikTok Shop dalam menangani keluhan konsumen menjadi isu utama dalam transaksi *live Shopping*. Konsumen sering bingung mengenai siapa yang bertanggung jawab ketika menghadapi masalah, seperti barang palsu atau tidak sesuai deskripsi. Selain itu, mekanisme pengawasan yang ada di TikTok Shop mungkin tidak cukup efektif untuk mencegah pelanggaran. Hal ini berpotensi menyebabkan penjualan barang palsu dan mengurangi perlindungan bagi konsumen. Untuk mengatasi masalah ini, TikTok Shop perlu memperjelas tanggung jawabnya dan meningkatkan

²¹ F Juliana and M Luthfi Radian, "Aspek Hukum Bisnis *Online Shop* Tiktok Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Undang-Undang Persaingan Usaha" 5, no. 2 (2023): hlm 299., <https://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/iuris/article/view/562/427>.

²² Juliana and Radian. Hlm 299-300

kebijakan penanganan keluhan serta pengawasan penjual. Dengan langkah-langkah ini, platform dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi risiko pelanggaran.²³

d. Aspek Penegakan Hukum

Proses penyelesaian sengketa dalam transaksi *live Shopping* di platform internasional seperti TikTok Shop menghadapi tantangan besar. Proses hukum sering panjang dan rumit, membuat konsumen enggan mengambil tindakan meskipun mengalami kerugian. Kompleksitas meningkat dengan perbedaan yurisdiksi hukum antar negara, yang menyulitkan konsumen untuk mendapatkan perlindungan.²⁴

Selain itu, keterbatasan penegakan sanksi menjadi masalah, terutama ketika penjual melanggar hukum dari luar Indonesia. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam menuntut ganti rugi atau penyelesaian yang adil.

e. Aspek Kebijakan Dan Infrastruktur

Kurangnya dukungan kebijakan menjadi kendala utama dalam perlindungan konsumen di sektor *live Shopping* di Indonesia. Meskipun ada regulasi umum seperti UU No. 8 Tahun 1999, belum ada kebijakan khusus yang mengatur dinamika dan risiko *live Shopping*. Hal ini memerlukan pendekatan yang lebih spesifik untuk penegakan hukum dan penyelesaian sengketa.

Infrastruktur digital yang belum memadai juga memengaruhi pengalaman konsumen. Kualitas koneksi internet yang bervariasi dapat mengganggu streaming, menyulitkan konsumen dalam mengikuti siaran langsung, dan mengakses informasi produk. Ini menciptakan ketidakadilan bagi konsumen di daerah dengan infrastruktur kurang memadai.²⁵

f. Aspek Penegakan Sanksi

Penegakan sanksi terhadap penjual yang melanggar hak konsumen di Indonesia sulit ketika penjual berada di luar yurisdiksi. Perbedaan sistem hukum membuat proses penegakan rumit, sehingga konsumen kesulitan mendapatkan ganti rugi dan merasa tidak terlindungi. Keterbatasan ini meningkatkan risiko penipuan, karena penjual asing dapat menghindari konsekuensi hukum.

Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan pendekatan internasional yang lebih baik, termasuk perjanjian dan mekanisme penegakan hukum yang efektif, untuk meningkatkan perlindungan konsumen.²⁶

KESIMPULAN

Penyusun dalam penulisan ini menemukan beberapa point inti mengenai analisis perlindungan konsumen dalam *live Shopping* di tiktok Shop yaitu antara lain, pertama Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memastikan informasi produk dalam

²³ Juliana and Radian. Hlm 300

²⁴ Kholifatul Muna and Budi Santoso, "Regulasi Izin Perdagangan TikTok Shop Sebagai Fitur Tambahan Aplikasi TikTok Di Indonesia," *Jurnal Usm Law Review* 7, no. 1 (2024): hlm 418, <https://doi.org/10.26623/julr.v7i1.8950>.

²⁵ Juliana and Radian, "Aspek Hukum Bisnis *Online Shop* Tiktok Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Undang-Undang Persaingan Usaha." Hlm 299-300

²⁶ Juliana and Radian. Hlm 301-302.

live Shopping akurat dan menjamin hak konsumen untuk ganti rugi jika produk tidak sesuai. PP Nomor 71 Tahun 2019 dan UU ITE memperkuat perlindungan dengan mengatur penyelenggara sistem elektronik, termasuk kewajiban menjaga keamanan data dan menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa. Kedua, Kebijakan TikTok Shop : TikTok Shop menyediakan kebijakan untuk pengembalian barang dan *refund*, memungkinkan konsumen melaporkan pelanggaran dan mengajukan klaim. TikTok Shop dapat memberikan sanksi kepada pelanggar sesuai dengan hukum Indonesia, memastikan perlindungan konsumen. Ketiga, tantangan dalam Pelaksanaan : Meskipun ada regulasi yang kuat, ketidakjelasan tanggung jawab pelaku usaha dan tantangan teknis seperti pengawasan konten serta kurangnya dokumentasi transaksi menghambat efektivitas perlindungan. Proses penyelesaian sengketa yang rumit juga menjadi kendala. Perkembangan pesat *live Shopping* di Indonesia telah meningkatkan kebutuhan akan perlindungan konsumen yang lebih kuat, dengan kerangka hukum seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 sebagai landasan. Meskipun platform seperti TikTok Shop telah melengkapi regulasi ini dengan kebijakan internal, tantangan signifikan tetap ada, termasuk ketidakjelasan tanggung jawab antara platform, penjual, dan pihak pembayaran, serta kesulitan dalam pengawasan konten dan kurangnya dokumentasi transaksi yang terperinci. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah perlu memperjelas regulasi tanggung jawab, platform harus meningkatkan sistem verifikasi penjual dan mekanisme penyelesaian sengketa, serta konsumen perlu lebih cerdas dalam berbelanja *Online* dengan menyimpan bukti transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Z. Yonata. "Menilik Perkembangan Pengguna Internet 2013-2023." GoodStats, 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-perkembangan-pengguna-internet-2013-2023-uV8Ws>.
- Antoni, Antoni. "Kejahatan Dunia Maya (Cyber Crime) Dalam Simak Online." *Nurani: Jurnal Kajian Syari'ah Dan Masyarakat* 17, no. 2 (2018): 261–74. <https://doi.org/10.19109/nurani.v17i2.1192>.
- Balwit, Avital, Andy Berg, Valerie Cerra, Sharmini Coorey, Romain Duval, Barry Eichengreen, Katya Klinova, et al. "Participants in the IMF IG Seminar Series, and Numerous IMF Colleagues for Insightful Comments and Suggestions." *IMF Working Papers* 2021, no. 166 (2021). <https://www.elibrary.imf.org/view/journals/001/2021/166/article-A001-en.xml>.
- Budiono, Arief, and Anggun Rahmawati. "International Journal of Social Science Research and Review" 6, no. 2 (2023): 564–70.
- Firdaus, Mohd Khairul Zul Hasymi, Maria Komariah, and Muhammad Kamil Che Hasan. "The Use of Advanced Technology in Providing Chronic Care." *International Journal of Care Scholars* 5, no. 1 (2022): 1–2. <https://doi.org/10.31436/ijcs.v5i1.239>.

- Hakimi, Mohammad Zahid. "Kitab Undang Undang Hukum Perdata Burgerlijk Wetboek," 2018, 2.
- HukumOnline, Tim. "Asas Perlindungan Konsumen Dan Tujuan Perlindungannya." HukumOnline, 2023. <https://www.hukumOnline.com/berita/a/asas-perlindungan-konsumen-dan-tujuannya-lt623bc8fd4931f/>.
- Indonesia, Presiden Republik. "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen." *Pemerintah Republik Indonesia*, no. 8 (1999): 4.
- Isti'anatul Mashlahah, and Syamsul Arifin. "Dampak Perkembangan Teknologi Terhadap Perilaku Dan Kehidupan Pemuda Pemudi Di Era Milenial." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan* 4, no. 2 (2023): 9. <https://doi.org/10.25299/jpmpip.2023.13167>.
- Juliana, F, and M Luthfi Radian. "Aspek Hukum Bisnis Online Shop Tiktok Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Undang-Undang Persaingan Usaha" 5, no. 2 (2023): 293–303. <https://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/iuris/article/view/562/427>.
- JW, Harrison EA and Wu, Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional, CNN Indonesia, Delvira Hutabarat, Indikator, Saiful Mujani Research & Consulting, Nicholas W.S Chew. et.al, et al. "Hukum Perlindungan Konsumen." *Liputan 6*. Divisi Buku Perguruan Tinggi, RajaGrafindo persada, 2021. https://www.bappenas.go.id/files/9013/6082/9890/12eksistensi-pengadilan-niaga-dan-perkembangannya-dalam-era-globalisasi__20081123185136__1261__11.pdf%0Ahttp://solusihukum.com%0Ahttps://www.hukumOnline.com/berita/baca/lt5a50a563ae78e/sejak-mk-berdiri--ini.
- Muna, Kholifatul, and Budi Santoso. "Regulasi Izin Perdagangan TikTok Shop Sebagai Fitur Tambahan Aplikasi TikTok Di Indonesia." *Jurnal Usm Law Review* 7, no. 1 (2024): 412. <https://doi.org/10.26623/julr.v7i1.8950>.
- Presiden Republik Indonesia. "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik." *PP No. 80 Tahun 2019* 80, no. 019092 (2019): 61.
- Rinita Njatrijani. "Posisi Undang Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Upaya Perlindungan Terhadap Konsumen," 2004, 1–3.
- Saffanah, Laila, Putu Wuri, and Fathia Prinastiti. "Actual Purchases on Instagram Live Shopping : The in Fl Uence of Live Shopping Engagement and Information Technology Affordance." *Asia Pacific Management Review* 28, no. 2 (2023): 204–14. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.v.2022.09.002>.
- Sekretariat Negara. "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik." *Media Hukum* 7, no. 2 (2019): 70.
- Suadi, I Putu Merta, Ni Putu Rai Yulartini, and Si Ngurah Ardhya. "Tinjauan Yuridis Subyek Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Online / E-commerce Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *E-Journal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program* 4, no. 2 (2021): 668–81.
- Sun, Yuan, X. Shao, Xiaotong Li, Yue Guo, and Kun Nie. "How Live Streaming Influences Purchase Intentions in Social Commerce: An IT Affordance Perspective." *Electronic Commerce Research and Applications* 37, no. August (2019): 100886. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100886>.



This work is licensed under [a Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
