

**EFEKTIVITAS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI PERDAGANGAN SECARA
ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*) PADA APLIKASI
TIKTOK (TIKTOK SHOP) DI KOTA MAKASSAR**



OLEH :

FAHRUL EFENDI

040 2022 0266

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan
untuk meraih gelar Sarjana Hukum

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR**

2026

HALAMAN JUDUL

**EFEKTIVITAS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI PERDAGANGAN SECARA
ELEKTRONIK(E-COMMERCE) PADA APLIKASI
TIKTOK (TIKTOK SHOP) DI KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh :

**Fahrul efendi
040 2022 0266**

**Skripsi ini Diajukan Sebagai Tugas Akhir Dalam Rangka
Penyelesaian Studi Sarjana Pada Bagian Hukum Pidana Program
Studi Ilmu Hukum**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2026**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama mahasiswa : Fahrul Efendi
NIM : 040 2022 0266
Bagian : Hukum perdata
Judul Skripsi/Penelitian : "Efektivitas Perlindungan Hukum
Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan
Secara Elektronik (E-Commerce) Pada
Aplikasi TikTok (TikTok Shop) Di Kota
Makassar"
No. SK Penetapan : SK NO: 0120/H.05/FH-UMI/IX/2025

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam ujian skripsi

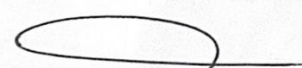
Makassar, 13, Maret, 2026

Komisi Pembimbing,

Pembimbing Ketua,

Pembimbing Anggota,

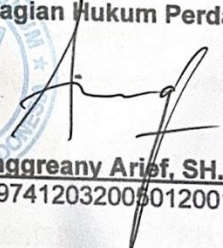

Prof. Dr. H. Sufirman Rahman S.H., MH.
NIPS: 104960616


Dr. H. Rustan, S.H., M.Hum.
NIPS: 104171456

Mengetahui,

Ketua Bagian Hukum Perdata




Dr. Hj. Anggreany Arief, SH., MH
NIP: 197412032005012001

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama : Fahrul Efendi

Nim : 04020220266

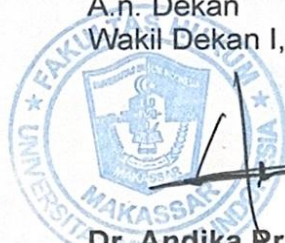
Bagian : Hukum Perdata

Judul kripsi : Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*) Pada Aplikasi TikTok (TikTok Shop) Di Kota Makassar

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir program studi.

Makassar, 13 Maret, 2026

A.n. Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Andika Prawira Buana, S.H., M.H.
NIPs. 104151319

PENGESAHAN SKRIPSI

EFEKTIVITAS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI PERDAGANGAN SECARA ELEKTRONIK(E-COMMERCE) PADA APLIKASI TIKTOK (TIKTOK SHOP) DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh :

FAHRUL EFENDI
04020220266

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi
Sarjana Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia
Pada, ,Maret 2026,
dan dinyatakan diterima

Panitia Ujian,

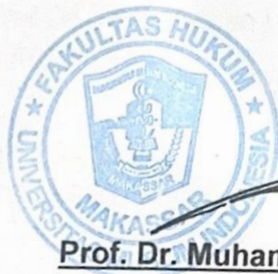
Ketua,

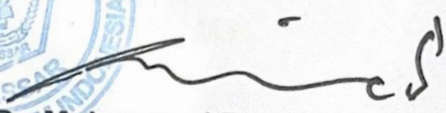
Anggota,


Prof. Dr. H. Sufirman Rahman S.H.,MH.
NIPS: 104960616


Dr. H. Rustan, S.H.,M.Hum.
NIPS: 104171456

Dekan




Prof. Dr. Muhammad Rinaldy Bima, S.H., M.H
NIPS: 104101110

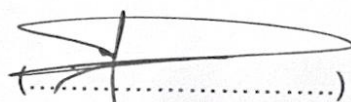
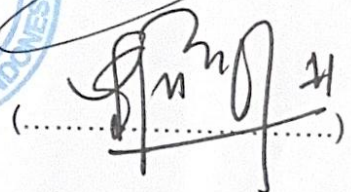
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi Mahasiswa :

Nama mahasiswa : Fahrul Efendi
NIM : 040 2022 0266
Bagian : Hukum perdata
Dasar Penetapan : SK NO: 0120/H.05/FH-UMI/IX/2025
Judul Skripsi/Penelitian : "Efektivitas Perlindungan Hukum
Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan
Secara Elektronik (*E-Commerce*) Pada
Aplikasi TikTok (TikTok Shop) Di Kota
Makassar"

Telah dipertahankan dihadapan Majelis Penguji pada tanggal
_____ dan dinyatakan LULUS oleh tim penguji :

TIM PENGUJI

1. Prof. Dr. H. Sufirman Rahman., S.H., M.H.
(Pembimbing Ketua) 
2. Dr. Rustan., S.H., M.Hum.
(Pembimbing Anggota) 
3. Prof.Dr. H. A. Adnan Lira S.H., M.H.
(Penguji I) 
4. St. Darwana Handa., S.H., M.H.
(Penguji II) 



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Fahrul Efendi

NIM : 040 2022 0266

Program Studi : Ilmu Hukum

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi terhadap karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi karena perbuatan tersebut.

Makassar, 01 April, 2026

Yang menyatakan



Fahrul Efendi

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat, taufik dan inayah-Nya sehingga penyusunan Skripsi ini dengan judul "**Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (e-commerce) Pada Aplikasi TikTok (TikTok Shop) Di Kota Makassar**" dapat dirampungkan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Tak lupa penulis kirimkan salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai teladan bagi seluruh umat manusia.

Disadari bahwa Skripsi ini kurang sempurna, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang ada pada penulis. Oleh karena itu, kritik, saran dan koreksi untuk perbaikan dan penyempurnaannya sangat penulis harapkan.

Pada kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terimakasih diiringi do'a kepada Allah SWT., kepada Kedua orang tua Penulis Ayahanda **Abu Bakar** dan Ibunda **Hasnawati** yang telah mendidik, membesarkan dan membimbing serta do'a yang tulus. Selanjutnya diucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. H. Hambali Thalib, S.H.,M.H.**, selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia;
2. Bapak **Prof. Dr. Muhammad Rinaldy Bima, SH., MH**, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia;

3. Ibu **Dr. Hj. Anggreany, SH., MH**, selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia; yang telah memberikan izin, kesempatan dan fasilitas kepada Penulis selama mengikuti pendidikan Program Sarjana;
4. Bapak **Prof. Dr. H. Sufirman Rahman S.H.,MH.**, selaku Ketua Pembimbing dan Bapak **Dr. H. Rustan, S.H.,M.Hum.**, selaku Anggota Pembimbing, dengan penuh keseriusan, kecermatan dan kebijakan dalam memberi petunjuk-petunjuk perihal prinsip penulisan karya ilmiah kepada penulis;
5. Bapak **Prof. Dr. H. Muhammad Adnan Lira, SH., MH.**, dan Ibu **St. Darwana Handa, SH., MH**, selaku Penilai (Penguji) yang memberikan masukan dan saran pada ujian Seminar Proposal sampai Ujian Skripsi;
6. Bapak **Hardianto**, dan Bapak **Kukuh Priyadi**, Bidang Perlindungan, Tertib Niaga, dan pengawasan. selaku Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan;
7. Kepada seluruh responden yang telah mengisi kuesioner dan yang telah meluangkan waktunya untuk penelitian yang saya lakukan;
8. Kepada saudara, sepupu yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam penulisan skripsi ini;
9. Sahabat Seperjuangan anak-anak KRS, **Fathi, Kherul, Kiki**, dan **Tenri**, yang telah memberikan dukungan dalam proses pembuatan skripsi ini;
10. Sahabat Seperjuangan anak-anak scampur **Abi, Rangga, Mahen, Ocang, Ilo, Lutfi, Arun, Kherul, Fathi, Pian, Uki, Fadel, Rey, Arif**,

Kiki, Tenri, Aci, Sri, Dan Ainun, yang telah memberikan dukungan dalam proses pembuatan skripsi ini;

11. Terima kasih untukmu, yang aku cintai dalam diam. Mungkin kamu tidak pernah tahu betapa besar peranmu dalam perjalanan hidupku, terutama di masa-masa sulit ini. Kehadiranmu meski dari jauh selalu menjadi alasan bagiku untuk tetap bertahan, untuk terus melangkah ketika aku hampir menyerah. Tanpa kamu sadari, senyummu, caramu menjalani hidup, dan hal-hal sederhana tentangmu telah memberiku kekuatan yang tak pernah aku duga sebelumnya. Aku tidak berharap kamu mengetahui perasaan ini, cukup bagiku untuk menyimpannya sebagai bagian dari cerita yang indah dalam hidupku. Terima kasih, karena lewatmu, aku belajar tentang tulusnya mencintai tanpa harus memiliki.
12. Terima kasih untuk diri saya sendiri **FAHRUL EFENDI** yang tetap bertahan sampai di titik ini. Tidak banyak yang tahu betapa beratnya perjalanan ini lelah yang dipendam, tangis yang disembunyikan, dan ragu yang sering datang tanpa diundang. Ada begitu banyak momen ingin menyerah, merasa tidak mampu, bahkan hampir berhenti. Tapi entah bagaimana, aku selalu menemukan cara untuk bangkit lagi. *You've been through so much, yet you didn't quit.* Skripsi ini bukan hanya tentang tulisan dan gelar, tetapi tentang perjuangan panjang yang penuh luka dan harapan. Tentang jatuh yang berkali-kali, lalu perlahan berdiri kembali dengan sisa tenaga yang ada. Tentang tetap melangkah meski hati lelah. *You kept going, even when it was hard.*

Hari ini, aku ingin memeluk diriku sendiri dengan penuh rasa bangga. Karena aku tahu, sampai di sini bukan hal yang mudah. Ini adalah bukti bahwa aku lebih kuat dari yang aku kira. *I made it and I'm proud of myself.*

Kepada seluruh sahabat-sahabat yang tak sempat Penulis sebut satu persatu dalam tulisan ini, Penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan kebersamaannya.

Akhirnya Penulis mengharap semoga dengan hadirnya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan teknologi. Semoga Allah SWT, senantiasa memberkati dan merahmati segala aktivitas keseharian sebagai suatu ibadah disisi-Nya. Amin.

Makassar, 01 April 2026



Fahrul Efendi

ABSTRAK

Fahrul Efendi. 04020220266: “Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*) Pada Aplikasi TikTok (TikTok Shop) Di Kota Makassar”, dibawah bimbingan Sufirman Rahman, selaku Ketua Pembimbing dan Rustan, selaku Anggota Pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas perlindungan Konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) pada aplikasi TikTok (TikTok Shop) dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner kepada konsumen, dan pelaku usaha.

Hasil penelitian menunjukkan. Efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui tiktok shop belum berjalan efektif meskipun telah ada peraturan yang mengaturnya, dikarenakan lemahnya pengawasan pemerintah serta rendahnya budaya hukum dalam masyarakat. Faktor yang memengaruhi perlindungan konsumen meliputi keberadaan dan penegakan regulasi hukum, tingkat pemahaman konsumen terhadap haknya, komitmen etika pelaku usaha dalam berbisnis secara transparan, serta dinonaktifkannya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang menghambat penyelesaian sengketa.

Rekomendasi penelitian menekankan pentingnya konsumen menjadi konsumen cerdas yang peduli akan hak-haknya, serta mengusulkan pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan mengaktifkan kembali BPSK di setiap kabupaten/kota guna memperkuat mekanisme perlindungan konsumen di era digital.

Kata Kunci : Perlindungan konsumen, transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*), aplikasi TikTok Shop.

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Umum Tentang Efektivitas Perlindungan Hukum.	10
1. Pengertian Efektivitas	10
2. Pengertian Perlindungan Hukum.....	11
3. Dasar Perlindungan Hukum.....	13
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	15
1. Pengertian perlindungan Konsumen	15
2. Pengertian Konsumen	19
3. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	20

C. Tinjauan Umum Tentang Perdagangan Secara Elektronik (<i>E-commerce</i>).....	22
1. Pengertian Perdagangan.....	22
2. Pengertian Perdagangan Secara Elektronik (<i>e-commerce</i>).....	25
3. Pengertian Media Sosial TikTok	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Tipe Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian	30
C. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel	31
D. Jenis dan Sumber Data.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Kuesioner (Angket).....	32
2. Wawancara (Interview).....	33
F. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Efektivitas Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (<i>E-commerce</i>) Pada Aplikasi TikTok (TikTok Shop).34	
B. Faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik (<i>E-commerce</i>).....	48
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	61
Tabel 1.....	44

Tabel 2.....	53
--------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

TikTok Shop merupakan fitur terbaru yang diluncurkan oleh platform media sosial TikTok. Kerja sama strategis yang terjalin antara tiktok shop dan Tokopedia membawa dampak yang signifikan. Melalui kerja sama ini, barang yang dipasarkan oleh tiktok shop bisa dijangkau oleh jutaan pengguna TikTok di Indonesia. Kerja sama ini berpotensi mengubah aturan main dalam transaksi secara elektronik *e-commerce* di Indonesia. TikTok Shop yang merupakan platform media sosial yang terkenal, mampu memberikan dampak besar terhadap perilaku belanja online dan pilihan Konsumen.¹

Di Indonesia, perlindungan konsumen belum tertanam kuat dalam kesadaran masyarakat, sehingga berbagai bentuk kerugian yang dialami konsumen serta pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha sering kali tidak ditindaklanjuti atau diabaikan.

Didalam pembukaan UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Negara Republik Indonesia diuraikan, “Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan

¹ Yepri Endika. (2026). *E-COMMERCE*, integrasi, Konsep, Strategi. Sidoarjo, Inti Litera

bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah Kemerdekaan Kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia, yang terbentuk dalam suatu susunan Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasar kepada: Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan yang adil dan beradab, persatuan Indonesia, dan kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan, serta dengan mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”.

Perlindungan hukum yang diberikan kepada subjek hukum memiliki dua aspek, yaitu pencegahan dan penanggulangan, serta dalam bentuk lisan maupun tulisan. Dapat disimpulkan bahwa fungsi dari hukum perlindungan konsumen yang bertujuan untuk menghadirkan keadilan dan keseimbangan dalam kehidupan masyarakat. Untuk memastikan perlindungan hukum dapat dilaksanakan, dibutuhkan sarana hukum salah satunya melalui keberadaan Peraturan Perundang-undangan. Sebagaimana diatur dalam Pasal 27 Ayat (1) UUD NRI 1945, diuraikan “Segala warga negara bersamaan kedudukannya dalam hukum dan pemerintahan dan wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu dengan tidak ada kecualinya”. Dan dalam Pasal 28D Ayat (1) UUD NRI 1945, disebutkan

bahwa setiap masyarakat berhak atas jaminan untuk memperoleh perlindungan hukum yang sama di hadapan hukum.²

Perkembangan ekonomi yang pesat telah membentuk pola konsumsi masyarakat di seluruh dunia. Pada masa kini, konsumen memainkan peran krusial dalam dinamika perekonomian, mengingat hampir seluruh dimensi kehidupan manusia terkait erat dengan aktivitas konsumsi. Masyarakat kian bergantung pada produk dan jasa yang disediakan oleh pelaku usaha. Akan tetapi, masyarakat (konsumen) sering kali mengalami kerugian akibat produk atau jasa yang tidak sesuai dengan harapan, baik karena adanya cacat pada barang, informasi yang tidak akurat, maupun perbuatan tidak jujur.

Undang-undang perlindungan konsumen memainkan peran krusial dalam mencapai keseimbangan antara realisasi hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Apabila perlindungan tersebut tidak memadai, konsumen mungkin merasa dirugikan karena pelaku usaha umumnya memiliki posisi dominan dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran barang serta jasa. Oleh karena itu, pemerintah di berbagai negara, termasuk Indonesia, menetapkan regulasi yang menjamin hak-hak konsumen dan menjatuhkan sanksi berat terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut.³

² Attaya, N. K., Prakoso, A. L. (2024). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

³ Mohd. Yusuf Daeng M, Siti Yulia Makkininnawa YD., dkk. (2024) *Hukum Perlindungan Konsumen*. Pekanbaru: Taman Karya

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur berbagai jenis transaksi barang dan/atau jasa, Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, mengatur tentang sistem perdagangan, Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, mengatur pemanfaatan teknologi untuk dijadikan sarana melakukan transaksi melalui sistem elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, mengatur sistem perdagangan secara elektronik, peraturan-peraturan tersebut berhubungan erat dalam mengawasi dan melindungi perdagangan melalui sistem elektronik.⁴

Perdagangan yang dilakukan dengan sistem elektronik adalah aktivitas jual beli barang dan layanan dengan memanfaatkan teknologi untuk melakukan transaksi. Ada beberapa pihak yang berpartisipasi dalam perdagangan menggunakan sistem elektronik, yaitu penjual, penyelenggara yang menyediakan fasilitas perdagangan elektronik yang dikenal sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan pembeli.⁵

Jual beli adalah salah satu bentuk perjanjian yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang di mana salah satu pihak berkewajiban untuk menyerahkan suatu benda, sedangkan pihak

⁴ Aufani, J. M., Anadi, Y. R., & Andriyansyah, M. F. (2024). Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen TikTok Shop Di Indonesia. *Dinamika*, 30(1), 9475-9494.

⁵ Suparna Wijaya, Agus Juhana (2021) Pajak Pertambahan Nilai PMSE: Sudut Pandang Konsumen, Guepedia

lainnya berkomitmen untuk melakukan pembayaran sesuai harga yang telah disepakati. Jual beli online merupakan implementasi dari transaksi jual beli yang memanfaatkan teknologi. Dalam perjanjian jual beli, terdapat hak dan kewajiban yang melekat pada penjual dan pembeli, yang timbul akibat adanya kesepakatan antara kedua belah pihak. Pelaksanaan jual beli online tidak terlepas dari syarat-syarat perjanjian, mengingat transaksi tersebut berlangsung tanpa adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, sehingga fondasi utama dalam transaksi tersebut adalah kepercayaan yang terjalin antara kedua pihak.⁶ Umumnya perjanjian diatur pada Pasal 1320 KUHPerduta.

UUPK telah disahkan dan diterapkan sebagai bentuk kesungguhan negara dalam menjaga hak-hak konsumen serta membangun suatu sistem perdagangan yang adil dan transparan. Hak-hak Konsumen mencakup: hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, hak untuk menentukan pilihan barang dan/atau jasa, serta hak untuk memperoleh informasi.

Peraturan ini dibuat untuk membantu konsumen dan pelaku usaha dalam menyelesaikan masalah sengketa. Pembentukan Peraturan ini diwajibkan oleh ketentuan Pasal 4 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman. "Pengadilan membantu pencari keadilan dan berusaha mengatasi

⁶ Triantika, N. A., Marwenny, E., & Hasbi, M. (2020). Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui *e-commerce* Menuai Pasal 1320 KUHperdata. *Ensiklopedia Social Review*, 2(2), 119-131.

segala hambatan dan rintangan untuk dapat tercapainya peradilan yang sederhana, cepat, dan biaya ringan". Tujuan utama dari pembentukannya adalah agar Konsumen dapat menyelesaikan permasalahan sengketa dengan lebih mudah dan biaya murah atau ringan.⁷

Banyaknya Konsumen yang mengalami penipuan saat melakukan transaksi perdagangan secara elektronik melalui aplikasi tiktok shop menunjukkan bahwa kemajuan teknologi digital belum sepenuhnya diimbangi dengan sistem perlindungan hukum yang kuat. Fenomena ini semakin marak terjadi karena transaksi perdagangan secara elektronik bersifat praktis dan cepat, namun sering kali mengabaikan aspek keamanan dan kejelasan informasi produk. Tidak sedikit konsumen yang menerima barang tidak sesuai dengan deskripsi, produk cacat, atau bahkan tidak menerima barang sama sekali setelah melakukan pembayaran. Selain itu, banyak penjual yang memanfaatkan kepercayaan konsumen dengan menggunakan foto dan ulasan kesaksian (*testimoni*) yang tidak benar atau palsu dengan tujuan untuk menarik minat pembeli. Situasi ini memperlihatkan bahwa masyarakat, khususnya di kota makassar, masih rentan menjadi korban kejahatan digital akibat kurangnya literasi hukum dan minimnya kesadaran terhadap hak-hak mereka sebagai Konsumen.

⁷ Sitepu, R. I., & Muhamad, H. (2021). Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai lembaga penyelesaian sengketa Konsumen di Indonesia. *Jurnal Rechten: Riset Hukum Dan Hak Asasi Manusia*, 3(2), 7-14.

pada Al-Qur'an terdapat Surah Al-Baqarah Ayat 188 menjelaskan tentang perintah tegas terkait kejujuran dan keadilan dalam bermuamalah. Adapun bunyi surahnya sebagai berikut:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ وَتُدْخُلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَمِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِإِلَافٍ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya:

Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.⁸

Adapun makna dari Al-Qur'an surah Al-Baqarah Ayat 188 ini yang berkaitan dengan jual beli adalah larangan untuk merampas, mengambil, dan memakan harta orang lain dengan cara yang **bathil** (tidak sah menurut syariat), termasuk melalui praktik curang dalam jual beli, menipu, atau menggunakan suap untuk mendapatkan hak yang bukan miliknya.

Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat telah memicu transformasi substansial dalam modus transaksi jual beli, yang bergeser dari pendekatan konvensional menuju sistem digital berbasis *e-commerce*. Salah satu platform yang saat ini populer adalah TikTok Shop, yang mengintegrasikan unsur hiburan dengan aktivitas perdagangan elektronik dalam satu platform aplikasi. Kemajuan ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan transaksi

⁸ Deperteman agama Ri (2010) *Al-Qur'an dan Terjemahan*, pustaka assalam, halaman 36

dengan cepat dan praktis, namun di sisi lain juga menimbulkan beragam masalah hukum, seperti produk yang tidak sesuai deskripsi, penipuan daring, keterlambatan dalam pengiriman, hingga kesulitan dalam mengurus pengembalian dana (*refund*). Masalah-masalah ini menunjukkan masih kurangnya perlindungan bagi konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik yang bersifat antar wilayah dan tidak terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli.

Di kota makassar, banyak orang yang menggunakan tiktok shop untuk berbelanja, namun masih banyak yang belum memahami hak-hak mereka sebagai konsumen serta cara menyelesaikan masalah jika terjadi kerugian. Berdasarkan situasi ini, peneliti berminat untuk menyelidiki lebih lanjut tentang **“Efektivitas Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*) Pada Aplikasi TikTok (TikTok Shop) Di Kota Makassar”**, diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan wawasan terkait seperti apa perlindungan hukum konsumen digital diterapkan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) pada aplikasi TikTok (TikTok Shop)?
2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik(*e-commerce*)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui efektivitas Perlindungan Konsumen dalam transaksi Perdagangan Secara elektronik (*e-commerce*) Toko pada aplikasi TikTok (TikTok Shop).
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*)

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoretik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Terutama mengenai efektivitas perlindungan Konsumen, khususnya pada transaksi Perdagangan Secara Elektronik (*e-commerce*).

2. Manfaat praktik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu Memberikan informasi dan pemahaman kepada masyarakat (Konsumen) tentang hak-hak mereka jika dirugikan dalam transaksi Perdagangan Secara Elektronik (*e-commerce*). Dan meningkatkan kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan bagi pelaku usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Efektivitas Perlindungan Hukum.

1. Pengertian Efektivitas

secara umum pengertian efektivitas menunjukkan sampai seberapa jauh tercapai suatu tujuan yang telah terlebih dahulu ditentukan. Menurut Handoko menyatakan “Efektivitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan yang paling tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan”. Pendapat Maulana & Rachman bahwa “Efektivitas diartikan sebagai kemampuan suatu unit yang mencapai tujuan yang diinginkan” Robbins mengatakan “Efektivitas sebagai tingkat pencapaian organisasi jangka pendek dan jangka panjang”. Schein mengatakan bahwa “Efektivitas organisasi adalah kemampuan untuk bertahan, menyesuaikan diri dan tumbuh lepas dari fungsi tertentu yang dimilikinya”. Berdasarkan pendapat di atas, dapat ditekankan bahwa efektivitas adalah suatu keadaan di mana terjadi kesesuaian antara tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya dengan hasil yang dicapai. Dengan demikian efektivitas lebih menekankan bagaimana hasil yang diinginkan itu tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.⁹

⁹ Erawati, I., Darwis, M., & Nasrullah, M. (2017). Efektivitas Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa. *Jurnal Office*, 3(1), 13.

2. Pengertian Perlindungan Hukum

Istilah "perlindungan hukum" dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *legal protection*, sementara dalam bahasa Belanda disebut *Rechts bescherming*. Secara etimologis, istilah ini terdiri dari dua bagian, yaitu "perlindungan" dan "hukum. " Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perlindungan diartikan sebagai (1) tempat yang aman, (2) tindakan atau aktivitas tertentu, (3) proses, cara, perbuatan melindungi. (Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI Online) Hukum memiliki fungsi untuk melindungi kepentingan umat manusia; agar kepentingan tersebut tetap terjaga, hukum harus diterapkan dengan profesional. Oleh karena itu, perlindungan dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan dengan mengikuti cara-cara tertentu sesuai dengan hukum atau regulasi yang berlaku. Perlindungan hukum adalah hak yang dimiliki oleh setiap warga negara, di sisi lain, negara juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan perlindungan hukum kepada warganya. Secara prinsip, perlindungan hukum terhadap masyarakat berakar pada pengakuan dan penghormatan terhadap harkat dan martabat manusia. Ini berarti pengakuan dan mempertahankan hak tersangka sebagai bagian dari hak asasi manusia harus dilakukan tanpa diskriminasi. Perlindungan hukum mencakup semua upaya untuk memenuhi hak dan memberikan dukungan demi menciptakan rasa aman bagi saksi

atau korban, yang dapat diwujudkan dalam bentuk restitusi, kompensasi, layanan medis, dan bantuan hukum.

Perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari tindakan sewenang-wenang oleh penguasa yang bertentangan dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman, sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.¹⁰

perlindungan hukum untuk masyarakat dipandang dari sudut Hukum Pemerintahan atau Hukum Administrasi, khususnya terkait dengan konsep, prinsip, metode perlindungan hukum, serta bentuk-bentuknya. Perlindungan hukum dalam konteks Hukum Administrasi berkaitan dengan kepastian bahwa hak-hak masyarakat dijunjung tinggi dalam pelayanan publik yang berkaitan dengan "tindakan pemerintah" yang berlandaskan pada prinsip negara hukum.¹¹

Perlindungan hukum mencakup berbagai usaha atau tindakan yang diambil oleh pemerintah atau sistem hukum demi memberikan keamanan dan melindungi hak-hak subjek hukum (baik individu maupun badan hukum) dari tindakan yang merugikan, tidak adil, atau sewenang-wenang. Upaya perlindungan ini meliputi perlindungan hak asasi manusia, hak-hak sipil, hak atas properti,

¹⁰ Putra, C. A. G., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 4(1), 13-19.

¹¹ Indrati Rini dan Soesi Idayanti (2021), *Teori Hukum*, Surabaya, Cipta Media Nusantara

serta hak-hak lain yang diakui sebagai bagian dari kehidupan dalam masyarakat, bangsa, dan negara.¹²

Menurut Satjipto Rahardjo perlindungan hukum adalah Memberikan pembelaan terhadap hak asasi manusia (HAM) yang terganggu oleh tindakan orang lain, serta perlindungan tersebut disediakan untuk masyarakat agar dapat menikmati semua hak yang ditetapkan oleh hukum.¹³

3. Dasar Perlindungan Hukum

Undang-Undang Perlindungan Konsumen: Di Indonesia terdapat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen yang menyusun dasar hukum untuk menjaga hak-hak Konsumen, termasuk dalam transaksi Online. Kemudian, terdapat Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 yang merupakan perubahan kedua dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. perubahan ke dua ini disetujui dan disahkan oleh DPR RI pada 5 Desember 2023, yang merubah beberapa aturan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Undang-undang ini menambahkan beberapa Pasal baru. Dengan diterapkannya Undang-Undang tentang

¹² Hj. Novea Elysa Wardhani (2025) *Hukum perdata konsep dan implementasi*, jambi, PT Sonpedia Publishing Indonesia

¹³ Hidayati dan KMS Herman (2023) *Perlindungan Hukum Korban Tindak Pidana Kekerasan dalam Rumah Tangga*, jawa barat, CV. Mega Press Nusantara

Informasi dan Transaksi Elektronik ini, Pelaku usaha dan Konsumen menjadi lebih berhati-hati saat berinteraksi dan melakukan transaksi di era digital.¹⁴

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur pada Pasal 1 Ayat (1) segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada Konsumen.

Dalam undang-undang Nomor 1 tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik diatur pada Pasal 17 yang berbunyi sebagai berikut:

- a. (1). Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik atau privat. Penjelasan Pasal 17 Ayat (1) Undang-Undang ini memberikan peluang terhadap pemanfaatan Teknologi Informasi oleh penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/ atau masyarakat. Pemanfaatan Teknologi Informasi harus dilakukan secara baik, bijaksana, bertanggung jawab, efektif, dan efisien agar dapat diperoleh manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat.
- b. (2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.
- c. (2a) Transaksi Elektronik yang memiliki risiko tinggi bagi para pihak menggunakan Tanda Tangan Elektronik yang diamankan dengan Sertifikat Elektronik. Penjelasan Pasal 17 Ayat (2a) Yang dimaksud dengan "Transaksi Elektronik risiko tinggi" antara lain adalah transaksi keuangan yang tidak dilakukan dengan tatap muka secara fisik.

¹⁴ Attaya, N. K., Prakoso, A. L., (2024). Loc. Cit.

- d. (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai Penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada Ayat (1), Ayat (2), dan Ayat (2a) diatur dalam Peraturan Pemerintah.¹⁵

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen merujuk pada istilah yang digunakan untuk menyatakan perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada Konsumen dalam usaha mereka untuk memenuhi kebutuhan tanpa terjebak dalam hal-hal yang dapat merugikan mereka.¹⁶ Sedangkan menurut Pasal 1 Ayat (1) UUPK, Perlindungan Konsemen adalah segala upaya yang menjamin adanya Kepastian Hukum untuk memberi perlindungan kepada Konsumen. Hukum perlindungan Konsumen di Indonesia memiliki landasan hukum yang telah ditentukan oleh pemerintah. Dengan adanya landasan hukum yang jelas, perlindungan terhadap hak Konsumen dapat dilaksanakan dengan keyakinan. Pada 30 Maret 1999, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) telah menyetujui Rancangan Undang-Undang (RUU) tentang perlindungan Konsumen untuk kemudian disahkan oleh pemerintah setelah 20 tahun proses perjuangan. RUU ini akhirnya disetujui oleh pemerintah pada 20 April 1999. Landasan hukum yang memungkinkan Konsumen untuk meminta perlindungan terdiri dari:

¹⁵ Danrivanto Budhijanto. (2024). *Revolusi Cyberlaw Indonesia Revisi UU ITE 2024 Kedaulatan Digital Dan Kecerdasan Artifisial*. Bandung: PT Refika Aditama

¹⁶ Hamid, A. H., (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Vol. 1). Sah Media.

- a. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 Ayat (1), Pasal 21 Ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33.
- b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 No. 42 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821).
- c. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha yang Tidak Sehat.
- d. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Penyelesaian Sengketa Alternatif.
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 yang tentang Pembinaan Pengawasan dan Pelaksanaan Perlindungan Konsumen.
- f. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan Pengaduan Konsumen yang ditujukan kepada seluruh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi/Kabupaten/ Kota.
- g. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.¹⁷

Perlindungan hukum terhadap Konsumen juga bisa diartikan sebagai tanggung jawab dari Pelaku usaha, atau sebagai

¹⁷ Atsar, A., & Apriani, R. (2019). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Deepublish.

penerapan hak-hak yang dimiliki oleh Konsumen. Intinya, perlindungan hukum untuk Konsumen, bersama dengan tanggung jawab Pelaku usaha dan tindakan yang dilarang untuk mereka, mencerminkan hak-hak yang dimiliki oleh Konsumen.¹⁸

Dalam *Burgerlijk Wetboek* (BW) atau Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), terdapat aturan-aturan yang bertujuan untuk melindungi Konsumen, yang tersebar di beberapa Pasal pada Buku III, Bab V, bagian 1 yang dimulai dari Pasal 1365.

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) juga mencakup aspek perlindungan Konsumen, misalnya mengenai pihak ketiga yang perlu dilindungi, perlindungan barang dan penumpang dalam hukum maritim, serta ketentuan terkait perantara, asuransi, surat berharga, kebangkrutan, dan lain-lain.

Selain itu, dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHPidana), terdapat Peraturan mengenai tindakan pemalsuan, penipuan, pemalsuan merek, serta praktik persaingan yang tidak sehat dan sejenisnya.

Hukum adat juga menyediakan landasan bagi perlindungan Konsumen, yang didasari oleh prinsip kekerabatan di masyarakat

¹⁸ Sri Lestari Poemomo. (2022), *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum dan Sengketa Konsumen Kosmetika*, Jawa Barat, Edu Publisher.

yang tidak fokus pada konflik, sehingga setiap individu diharapkan saling menghormati satu sama lain.¹⁹

Tujuan dari perlindungan terhadap Konsumen adalah untuk menciptakan rasa aman bagi mereka dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Upaya yang dimaksud dalam perlindungan Konsumen tidak hanya terbatas pada tindakan pencegahan, tetapi juga mencakup tindakan penindakan dalam berbagai bidang perlindungan yang diberikan kepada Konsumen. Oleh karena itu, pengaturan perlindungan Konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan Konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan Konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh Pelaku usaha.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memebrikan perlindungan kepada Konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan Konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.²⁰

¹⁹ Kurniawan.(2011) *hukum perlindungan Konsumen: problematika kedudukan dan kekuatan putusan badan penyelesaian sengketa Konsumen(BPSK)*.malang. universitas brawijaya press (UB press)

²⁰ Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku usaha (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659-666.

2. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah salah satu pihak dalam interaksi dan transaksi ekonomi yang sering diabaikan hak-haknya (oleh beberapa Pelaku usaha). Sebagai hasilnya, perlu adanya perlindungan terhadap hak-hak Konsumen. Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 2, "Konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang ada dalam masyarakat, baik untuk kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain, ataupun makhluk hidup lainnya dan bukan untuk dijual."²¹

Menurut Inosentius Samsul, Konsumen diartikan sebagai orang yang menggunakan atau memanfaatkan produk, baik sebagai pembeli atau yang diterima melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah, atau undangan. Sementara itu, Mariam Darus Badul Zaman menjelaskan bahwa Konsumen merupakan setiap individu yang secara langsung dan nyata menggunakan barang serta jasa. Umumnya, para ahli hukum sepakat bahwa Konsumen adalah orang yang terakhir memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diberikan kepada mereka oleh pihak pengusaha.²²

Selain pengertian Konsumen ada juga pengertian Sengketa Konsumen merujuk pada konflik atau masalah yang muncul antara pihak Konsumen dan penyedia produk atau layanan. Masalah ini

²¹ Happy Susanto.(2008).*hak-hak Konsumen jika dirugikan*.jakarta selatan.Transmedia Pustaka

²² Aulia Muthiah.(2018) *hukum perlindungan Konsumen: Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta.PT pustaka baru

dapat muncul ketika Konsumen merasa tidak puas dengan kualitas produk atau layanan yang diterima, pelayanan yang tidak memuaskan, praktik penipuan, harga yang tidak sesuai, perbedaan antara janji dan kenyataan, atau isu lain yang berhubungan dengan transaksi pembelian.²³

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Pengaturan mengenai hak-hak Konsumen melalui undang-undang merupakan aspek dari pelaksanaan di dalam sebuah negara yang menjunjung prinsip kesejahteraan. Hal ini dikarenakan Undang-undang Dasar 1945 tidak hanya berfungsi sebagai konstitusi politik, tetapi juga dapat dipahami sebagai konstitusi ekonomi, yang mencakup gagasan mengenai negara kesejahteraan yang telah berkembang akibat pengaruh sosialisme sejak abad kesembilan belas.²⁴

Hak Konsumen diatur pada Pasal 4 UUPK, sebagai berikut:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

²³ Esther Masri, Oti Handayani, dkk(2023).*Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*.surabaya. Cv. Jakad Media Publishing

²⁴ Abdul Halim Barkatullah, (2020).*Hak Hak Konsumen*.Bandung.CV Hikam Media Utama

- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan Konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan Konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan Peraturan Perundang-undangan lainnya.

Kewajiban Konsumen diatur pada Pasal 5 UUPK, sebagai berikut:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan Konsumen secara patut. (uu Perlindungan Konsumen no 8 tahun 1999 Pasal 4 dan 5)

C. Tinjauan Umum Tentang Perdagangan Secara Elektronik (*E-commerce*)

1. Pengertian Perdagangan

Perdagangan adalah konsep ekonomi dasar yang melibatkan pembelian dan penjualan barang dan jasa, dengan kompensasi yang dibayarkan oleh pembeli kepada penjual, atau pertukaran barang atau jasa antar pihak.

a. Pengertian perjanjian jual beli

Jual beli secara umum atau menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.²⁵

Kata "jual beli" merupakan sebuah ungkapan yang terdiri dari dua istilah yang memiliki arti bertolak belakang. Istilah "jual" mengacu pada proses menukarkan barang dengan penggunaan alat tukar yang biasanya berupa uang, sementara istilah "beli" berarti menukarkan uang sebagai alat ukur dengan suatu barang.²⁶

²⁵ Kamus besar bahasa indonesia (KBBI).*Online*

²⁶ H.M. Pudjihardjo, Nur Faizin Muhith. (2019). *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*. Malang. UB press

Jual beli merupakan aktivitas yang dilakukan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas produk barang atau layanan yang diperdagangkan di dunia maya. Aktivitas ini termasuk dalam kategori muamalah menurut ajaran Islam, dengan hukum dasar yang berlaku adalah al-ibahah atau diperbolehkan.²⁷ Jual beli berasal dari kata dalam bahasa Arab, 'albay'u'. Dalam arti bahasa, al-bay'u berarti pertukaran suatu barang dengan barang lainnya. Pengertian pertukaran ini dapat merujuk pada pertukaran sebuah produk dengan produk lainnya, atau juga dapat diartikan sebagai pertukaran produk dengan uang.²⁸

b. Dasar hukum jual beli

Perjanjian jual beli adalah jenis perjanjian yang paling umum dibuat di antara anggota masyarakat. Bentuk dari perjanjian ini mencakup serangkaian hak serta kewajiban dari kedua pihak yang terlibat, yaitu penjual dan pembeli. Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 hingga Pasal 1540 dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.(KUHPerdata).

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1457 Menjelaskan Bahwa Jual Beli adalah sebagai suatu perjanjian di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan

²⁷ Hafidz Muftisany.(2021).*Hukum Jual Beli Online*.INTERA

²⁸ Rohman, H. (2020). Hukum jual beli Online.

suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan (KUHPerdata). Jual Beli adalah proses tukar menukar barang dengan barang.

Perjanjian jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat Tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar. (Pasal 1458 KUHPerdata).

Barang dan harga merupakan elemen utama dalam kontrak jual beli. Menurut Pasal 1517 KUPerdata, jika pembeli tidak membayar harga yang telah disepakati, maka itu dianggap sebagai wanprestasi yang memberi hak kepada penjual untuk meminta ganti rugi atau membatalkan perjanjian sesuai dengan Pasal 1266 dan 1267 KUHPerdata. "Harga" dalam konteks ini harus berupa sejumlah uang. Apabila suatu perjanjian tidak mengacu pada dua unsur tersebut (barang dan uang), maka perjanjian itu akan beralih menjadi pertukaran barang, atau jika harga yang dibicarakan melibatkan jasa, maka perjanjiannya akan bertransformasi menjadi kontrak kerja, dan seterusnya.²⁹

²⁹ SARI, M. (2024). *Analisis Yuridis Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Media TikTok Shop Menurut Hukum Perdata* (Doctoral dissertation, Universitas Batanghari Jambi).

2. Pengertian Perdagangan Secara Elektronik (*e-commerce*)

E-commerce (Electronic Commerce) atau dalam bahasa Indonesia Perdagangan secara Elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya.

Secara sederhana *e-commerce* adalah proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik. *e-commerce* sendiri makin kian berkembang beberapa tahun belakangan ini dan secara perlahan menggantikan toko tradisional (offline).³⁰

Perdagangan elektronik, yang sering disingkat *e-commerce*, merujuk pada aktivitas bisnis yang melibatkan Konsumen, produsen, penyedia layanan, dan pihak ketiga yang berperan sebagai perantara, semua ini dilakukan melalui jaringan komputer, dalam hal ini internet. *e-commerce* mencakup berbagai macam aktivitas komersial. Sementara itu, menurut Julain Ding, transaksi *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai: "Transaksi *e-commerce* adalah interaksi perdagangan antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk menyediakan barang, layanan, atau memindahkan hak. Kesepakatan ini dilakukan dengan menggunakan media elektronik di mana para pihak tidak bertemu secara langsung. Media

³⁰ Misriani, (2023) *Komputer dan Masyarakat (Konsep Dasar Perilaku Etis Masyarakat pada Teknologi Informasi)*, Sleman, cv Budi Utama

tersebut tersedia di jaringan publik dengan sistem terbuka, yakni Internet atau *World Wide Web*"³¹

Perdagangan elektronik atau yang dikenal sebagai *e-commerce*, merujuk pada pemanfaatan jaringan komunikasi serta komputer dalam menjalankan kegiatan bisnis. Pandangan umum mengenai *e-commerce* meliputi penggunaan internet dan perangkat komputer dengan browser untuk melakukan transaksi jual beli barang.³²

Seiring dengan perubahan yang begitu rumit dalam berbagai aspek masyarakat, aktivitas *e-commerce* membawa dampak dalam bidang hukum, yang mencakup: pengenalan identitas subyek hukum yang melakukan transaksi secara Online; kekuatan yang berlaku secara hukum; barang atau jasa yang diperdagangkan; proses pengalihan hak; relasi hukum dan tanggung jawab semua pihak yang terlibat dalam transaksi; keabsahan dokumen elektronik serta tanda tangan digital sebagai bukti; cara penyelesaian sengketa; dan pilihan hukum serta pengadilan yang memiliki kewenangan dalam menangani sengketa *e-commerce*. Masalah-masalah ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa telah terjadi peralihan dari metode perdagangan tradisional ke sistem perdagangan atau

³¹ Jaka Yudha Asmara, Sugeng, Heru Siswanto.(2022) *Hukum Perlindungan Konsumen: Perjanjian Jual Beli Mystery Box pada Marketplace*.kota malang. Cv. Literasi Nusantara Abadi

³² Herman., Eko Murti Saputra., dkk (2023) *Pengantar Hukum Bisnis Online*, Sumatera barat, CV Azka Pustaka

transaksi elektronik.³³Beberapa pakar mendefinisikan *e-commerce*, sebagai berikut:

- a. Loudon mengemukakan *e-commerce* adalah serangkaian transaksi yang dilakukan oleh konsumen dan penjual untuk membeli serta menjual berbagai produk secara daring antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dengan komputer sebagai alat utama dalam pelaksanaan bisnis tersebut.
- b. Vermaat mengemukakan *e-commerce* adalah aktivitas bisnis yang berlangsung di dalam jaringan elektronik seperti internet. Siapa saja dapat terlibat dalam aktivitas *e-commerce*.
- c. Jony Wong mengemukakan *e-commerce* adalah kegiatan bisnis yang melibatkan barang atau jasa dengan menggunakan sarana elektronik.³⁴

3. Pengertian Media Sosial TikTok

Semenjak pandemi Covid-19 kemarin TikTok, sebuah media sosial yang sedang naik daun, telah mendapatkan popularitas secara global sejak diluncurkan pada tahun 2017. Platform video mobile singkat ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video dengan durasi 15 hingga 60 detik kepada komunitas TikTok yang lebih luas. Dengan tersedia di 150 negara, TikTok telah berhasil mengumpulkan basis pengguna sebesar 800

³³ Bambang Sugeng Ariadi Subagyono,(2024)*Tanggung Jawab BPKN Dan BPSK Dalam Perlindungan Dan Penyelesaian Sengketa Pada Transaksi Elektronik Di Indonesia Berdasarkan UUPK Dan UUTE*.sidoarjo. Zifatama Jawara

³⁴ Elisabet Yunaeti Anggraeni, Miswan Gumanti,dkk,(2022), *e-business & e-commerce*, Jawa Barat: CV. Adanu Abimata

juta pengguna aktif per bulan dan telah diunduh lebih dari 2 miliar kali. Selain itu, TikTok juga berhasil menjadi aplikasi seluler paling banyak diunduh pada tahun 2018 dan 2019, melampaui popularitas Facebook, YouTube, dan Instagram. Dengan adanya kesuksesan ini, TikTok telah menjadi fenomena yang signifikan dalam dunia media sosial, mengubah cara orang berinteraksi dan mengonsumsi konten. Pada kuartal pertama tahun 2020, TikTok mencatatkan prestasi yang luar biasa dengan jumlah unduhan sebanyak 315 juta di seluruh dunia. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 58% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya, menjadikan TikTok sebagai aplikasi dengan jumlah unduhan tertinggi yang pernah dicapai dalam satu kuartal.

Dengan cara lain, media sosial dapat diartikan sebagai platform atau alat yang digunakan untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi, di mana pengguna dan penerima pesan dapat berinteraksi dan berpartisipasi secara langsung. Media sosial mempermudah banyak orang dalam mencari informasi terkini, termasuk memfasilitasi transaksi pembelian secara online. Saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia. Bagi pelaku bisnis, media sosial merupakan tempat untuk melakukan komunikasi pemasaran global. Media sosial juga berperan sebagai

fasilitator dalam perdagangan online, yang dapat meningkatkan perekonomian para pedagang UMKM.³⁵

³⁵ Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi TikTok Dan TikTok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497-506.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam proposal penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian empiris. Penelitian empiris merupakan pendekatan penelitian yang bergantung pada wawancara serta percobaan langsung, bukan pada teori atau anggapan. Ini termasuk salah satu metode yang paling penting dalam ilmu pengetahuan dan diterapkan untuk menguji hipotesis atau menjelajahi fenomena tertentu. Penelitian empiris berusaha untuk menghadirkan bukti yang dapat dipercaya dan sah melalui data yang diambil dari pengalaman langsung.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Makassar merupakan salah satu kota besar dengan tingkat penggunaan aplikasi tiktok shop yang cukup tinggi, sehingga relevan untuk dijadikan lokasi penelitian tentang perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang dianalisis dalam studi ini mencakup semua pihak yang menggunakan aplikasi tiktok shop di kota makassar, termasuk pemerintah terkait , Pelaku usaha, serta konsumen yang

melakukan jual beli secara Online. Selain itu, populasi juga meliputi seluruh laporan atau kasus sengketa yang diterima oleh pemerintah Kota Makassar dalam periode tertentu yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce*.

2. Sampel

Sampel yang digunakan dalam studi ini ditentukan dengan metode purposive sampling, yaitu cara pemilihan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria untuk memilih sampel dalam penelitian ini meliputi:

- a) Anggota atau pegawai pemerintahan (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan) yang memiliki pemahaman langsung mengenai tugas dan fungsi lembaga dalam menyelesaikan sengketa Konsumen.
- b) Konsumen di Kota Makassar yang pernah menghadapi masalah dalam transaksi jual beli Online melalui tiktok shop atau platform serupa. sampel yang diambil sebanyak 20 orang (pengguna tiktok shop).
- c) Pelaku usaha Online (penjual di tiktok shop) yang beroperasi di kawasan Makassar dan memiliki pemahaman tentang proses penyelesaian sengketa Konsumen.

D. Jenis dan Sumber Data

1. **Data Primer**, yaitu informasi yang dikumpulkan langsung melalui wawancara, pengamatan, dan komunikasi dengan narasumber di lokasi. Informasi ini memberikan ilustrasi nyata tentang bagaimana fungsi dan tantangan yang dihadapi dalam menyelesaikan konflik Konsumen digital.
2. **Data Sekunder** adalah informasi yang didapatkan melalui penelitian literatur seperti buku, jurnal ilmiah, Peraturan hukum, laporan tahunan, dan tulisan lain yang berkaitan dengan subjek penelitian. Berdasarkan Peraturan perundang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Peraturan Menteri perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 (dua) teknik pengumpulan data. Sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Diberikan kepada responden untuk memperoleh data tentang:

- a. Tingkat pemahaman Konsumen terhadap hak-haknya,

- b. Pengalaman kerugian dalam transaksi di tiktok shop,
- c. Penilaian terhadap perlindungan hukum dan mekanisme penyelesaian sengketa.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara dilaksanakan dengan cara yang mendalam dan terencana kepada pihak pemerintahan yang berwenang, Konsumen, dan Pelaku usaha Online. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang lengkap tentang prosedur penyelesaian perselisihan, serta tantangan dalam menangani kasus yang berhubungan dengan transaksi jual beli Online.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode empiris, yaitu berdasarkan data nyata dari lapangan melalui wawancara, dan kuesioner. Data hasil wawancara dengan Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Pelaku usaha, serta Konsumen dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan untuk menggambarkan pelaksanaan perlindungan hukum Konsumen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Efektivitas Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (*E-commerce*) Pada Aplikasi TikTok (TikTok Shop).

TikTok merupakan sebuah media sosial yang sedang naik daun. Semenjak pandemi Covid-19, telah mendapatkan popularitas secara global sejak diluncurkan pada Tahun 2017. Platform video mobile ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video dengan durasi 15 sampai 60 detik kepada komunitas TikTok yang lebih luas. Selain itu melalui video pendek tersebut pengguna TikTok dapat melakukan transaksi penjualan produk melalui fitur tiktok shop.

Menurut Lawrence M. Friedman sistem hukum (*legal system*) menyebutkan bahwa efektivitas penegakan hukum bergantung pada tiga komponen utama sebagai berikut: Substansi Hukum (*legal substance*) yang terkait dengan peraturan perundang-undangnya, Struktur Hukum (*legal structure*) yang terkait dengan lembaga dan pejabatnya, dan Budaya Hukum (*legal culture*) yang terkait dengan kesadaran hukum antara pelaksana struktur hukum dan masyarakat yang ketiganya ini saling berkaitan. Peneliti menggunakan pendekatan Legal Teori hukum tersebut untuk menganalisis seberapa efektif perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*).

mengenai sistem perdagangan, di Indonesia telah diatur pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, terkhusus perdagangan melalui sistem elektronik diatur pada BAB VIII pasal 65 membahas mengenai kewajiban pelaku usaha dan pasal 66 membahas mengenai peraturan lebih lanjut. sebagaimana dijelaskan pada pasal 66 peraturan lebih lanjut diatur pada Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, mengatur kewajiban pelaku usaha dan penyelenggara platform untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, termasuk transparansi informasi dan penyediaan mekanisme pengaduan. Namun, ketentuan mengenai perdagangan secara elektronik dalam peraturan ini masih bersifat umum dan perlu adanya peraturan tambahan agar bisa diaplikasikan dengan baik. Secara substansi hukum juga masih belum efektif karena implementasi peraturan ini masih menghadapi kendala, seperti lemahnya pengawasan pemerintah dan belum optimalnya kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan yang berlaku. Dan juga budaya hukum yang ada di masyarakat (konsumen) masih rendah, dikarenakan rendahnya kesadaran masyarakat (konsumen) terkait pemahaman saat melakukan transaksi perdagangan secara elektronik, masih banyaknya konsumen yang melakukan transaksi perdagangan secara elektronik dengan hanya melihat sebuah produk yang di promosikan tanpa mencari tahu lebih lanjut terkait jenis, bahan, dan kegunaan produk tersebut.

1. Subtansi Hukum (*legal substance*) membahas tentang regulasi atau aturan-aturan.

Wawancara yang dilakukan terhadap Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan, Terkait Efektivitas (*legal substance*) perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi secara elektronik. Wawancara dilakukan kepada Pak Hardianto, dan Pak Kukuh Priyadi, Bidang Perlindungan, Tertib Niaga dan Pengawasan.

Didapatkan bahwa regulasi Peraturan yang digunakan oleh dinas perindag sebagai berikut: Peraturan perundang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Peraturan Menteri perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.³⁶

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah landasan utama yang menjamin hak-hak konsumen serta mengatur tanggung jawab pelaku usaha.

³⁶ Wawancara Terhadap Pak Hardianto, dan Pak Kukuh Priyadi, Bidang PTNP, Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan, pada Hari Senin, Tanggal 5 Januari 2026 pada Pukul 14.43

Namun, Undang-undang ini masih berfokus pada pola transaksi tradisional sehingga belum sepenuhnya mencakup ciri-ciri perdagangan online. Aturan mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi online, perlindungan data pribadi konsumen, dan cara penyelesaian sengketa melalui internet masih belum diatur secara jelas. Efektivitas undang-undang ini juga terhambat karena lemahnya penegakan hukum dan kurang maksimalnya peran lembaga penyelesaian sengketa konsumen, seperti BPSK. Meskipun secara normatif memberikan perlindungan, undang-undang ini perlu diperkuat melalui penyesuaian dengan peraturan khusus di bidang *e-commerce*.

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan memberikan landasan hukum untuk aktivitas perdagangan dalam negeri, termasuk perdagangan yang dilakukan secara elektronik. Namun, ketentuan mengenai perdagangan elektronik dalam undang-undang ini masih bersifat umum dan perlu adanya peraturan tambahan agar bisa diaplikasikan dengan baik. Keterbatasan dalam regulasi ini mengakibatkan pengawasan terhadap pelaku usaha online menjadi belum efektif, terutama bagi yang beroperasi antar wilayah dan negara. Undang-undang ini belum secara jelas menetapkan posisi dan tanggung jawab platform digital sebagai perantara transaksi, yang mengakibatkan ketidakjelasan mengenai pertanggungjawaban saat konsumen mengalami kerugian.

Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-undang ini berfokus pada aspek teknik dan siber, sehingga perlindungan konsumen secara mendalam belum menjadi prioritas utama. Aturan mengenai tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik terhadap kerugian yang dialami konsumen masih bersifat umum dan belum memberikan kepastian hukum yang memadai. Selain itu, dalam penerapannya, Undang-undang ini sering menciptakan ketidakadilan antara pelaku usaha dan konsumen, terutama dalam hal pembuktian kerugian. Sehingga Undang-undang ITE perlu dihubungkan dengan lebih jelas kepada regulasi perlindungan konsumen agar dapat melindungi tidak hanya sistem, tetapi juga kepentingan konsumen.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, hadir sebagai aturan pelaksana Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan, yang secara khusus mengatur perdagangan melalui sistem elektronik. Secara normatif, Peraturan Pemerintah ini telah mengatur kewajiban pelaku usaha dan penyelenggara platform untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, termasuk transparansi informasi dan penyediaan mekanisme pengaduan. Namun implementasi Peraturan Pemerintah ini masih menghadapi kendala, seperti lemahnya pengawasan pemerintah dan belum

optimalnya kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan yang berlaku.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. merupakan regulasi teknis yang mengatur perizinan, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Meskipun peraturan ini bertujuan memperketat pengawasan dan meningkatkan kepatuhan pelaku usaha, dalam praktiknya masih menghadapi tantangan, Keterbatasan sumber daya pengawas serta kerumitan sistem perdagangan digital menyebabkan implementasi peraturan ini belum berjalan optimal. Akibatnya, perlindungan konsumen yang diharapkan melalui penguatan regulasi teknis ini belum sepenuhnya dirasakan secara efektif oleh masyarakat.

Seorang ahli fiqh mengartikan tadelis (penipuan) di dalam jual-beli adalah menutupi aib barang. Tadelis juga terjadi ketika barang (baik barang yang dijual atau kompensasinya baik berupa uang atau barang lain) yang dijadikan objek ternyata tidak sesuai dengan yang dideskripsikan atau yang ditampakkan, meski tidak ada cacat. Tadelis hukumnya haram. Siapa saja yang melakukannya berdosa. sebab,

tadlis utuh merupakan bagian dari penipuan sebagaimana telah di tegaskan dalam sabda Rasulullah Saw.³⁷

Dalam etika pemasaran syariah menekankan aturan berikut: Menghindari iklan palsu dan menyesatkan, Penolakan praktik manipulasi atau taktik penjualan yang menyesatkan, dan Menghindari promosi penjualan yang menggunakan penipuan. Dan dalam etika Islam, teknik promosi tidak diperbolehkan menggunakan daya tarik seksualitas (menggugah gairah seksual), mengundang emosional (negatif), mengundang ketakutan, kesaksian palsu dan penemuan fiktif, atau berdampak pada kerusakan mental (kebodohan) atau mendorong pemborosan. Di sisi lain, etika Islam juga melarang keras stereotip perempuan (diskriminasi) dalam iklan, terutama eksploitasi perempuan yang berakibat pada munculnya fantasi yang negatif. Penggunaan bahasa dan perilaku sugestif serta penggunaan perempuan sebagai objek untuk memikat atau menarik pelanggan juga tidak diperbolehkan.³⁸

Peraturan-peraturan tersebut masih relevan untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi secara elektronik (*e-commerce*). Namun implementasinya, masih sangat kurang dikarenakan masih banyaknya terjadi permasalahan pada saat

³⁷ Nur Asnawi, & Muhammad Asnan Fanani, (2017), *Pemasaran Syariah Teori, Filosofis & Isu-Isu Kontemporer*, Depok, Rajawali Pres. 294

³⁸ *Ibid.* 169

konsumen melakukan transaksi secara elektronik disebabkan kurangnya pemahaman konsumen dalam memahami hak-haknya.

2. Struktur Hukum (*legal structure*) membahas tentang kinerja instansi-instansi yang bersangkutan.

pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Perindag, Secara umum, Dinas perdagangan memang memiliki kewenangan untuk mengawasi sistem perdagangan, namun dalam praktiknya, pengawasan khusus terhadap transaksi *e-commerce* belum efektif. Hal ini disebabkan oleh luasnya cakupan pengawasan barang, terbatasnya sumber daya, serta kendala teknis dalam menjangkau seluruh pelaku usaha digital yang beroperasi secara virtual dan lintas wilayah. Akibatnya, penanganan kasus hanya dilakukan setelah ada laporan atau pengaduan dari konsumen, bukan melalui pemantauan langsung terhadap kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan perlindungan konsumen. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kerangka hukum yang ideal yang telah diatur secara jelas dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. dengan realitas implementasi di lapangan. Tanpa

pengawasan aktif, mekanisme perlindungan konsumen berisiko menjadi sekadar formalitas hukum yang belum efektif mencegah pelanggaran, sehingga konsumen tetap rentan menjadi korban praktik bisnis tidak sehat dalam transaksi elektronik.

3. Budaya Hukum (*legal culture*) membahas tentang sikap masyarakat terhadap hukum dan sistem hukum.

Berdasarkan budaya hukum (*legal culture*) didapatkan pada saat wawancara yang dilakukan di dinas perindag bahwa masih rendahnya kesadaran konsumen terkait pemahaman saat melakukan transaksi perdagangan secara elektronik, masih banyaknya konsumen yang melakukan transaksi perdagangan secara elektronik dengan hanya melihat sebuah produk yang dipromosikan tanpa mencari tahu lebih lanjut terkait jenis, bahan, dan kegunaan produk tersebut. Hal tersebut sering menjadi permasalahan konsumen saat melakukan transaksi perdagangan secara elektronik. Sehingga pemerintah dalam hal ini dinas perindag mengharapkan agar konsumen menjadi konsumen cerdas, membeli suatu produk atas dasar kemanfaatan bukan hanya untuk memenuhi hawa nafsu.

Meskipun perlindungan konsumen belum efektif, upaya preventif yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan telah melakukan upaya pencegahan melalui kegiatan sosialisasi, dengan cara mengundang pelaku usaha dan konsumen

dalam berbagai acara sosialisasi di hotel, pegawai kantor Dinas Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan dan mendatangi pelaku usaha dan konsumen di mall (pusat perbelanjaan) guna mengedukasi konsumen dalam bentuk *customer care*. Yang terakhir dilaksanakan pada Desember 2025 di Trans Studio Makassar bekerja sama dengan Dekranasda Provinsi. Kegiatan tersebut secara khusus menyasar pelaku UMKM yang sebelumnya beroperasi secara konvensional dan akan beralih ke perdagangan elektronik. Langkah ini sangat strategis karena menunjukkan kesadaran pemerintah daerah akan pentingnya pembekalan literasi hukum dan etika bisnis digital sebelum pelaku usaha memasuki transaksi secara elektronik *e-commerce*. Namun, meskipun sosialisasi merupakan langkah awal yang baik, efektivitasnya masih perlu dievaluasi lebih lanjut khususnya dalam hal pemahaman mendalam UMKM terhadap kewajiban hukum mereka, seperti kewajiban memberikan informasi produk yang jujur, menangani pengaduan konsumen, serta mematuhi ketentuan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Tanpa pendampingan berkelanjutan dan mekanisme monitoring pasca sosialisasi, upaya edukatif ini berisiko menjadi seremonial belaka.³⁹ Sebagaimana diatur dalam Pasal 29 UUPK ayat 1 pemerintah bertanggungjawab atas

³⁹ Wawancara Terhadap Pak Hardianto, dan Pak Kukuh Priyadi, Bidang PTNP, *Loc.cit*

pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Tabel 1

Efektivitas Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (*E-commerce*) Pada Aplikasi TikTok (TikTok Shop).

No	Uraian	Frekuensi	Persentase %
1.	Efektif	7	35%
2.	Belum Efektif	13	65%
3.	Tidak Efektif	-	-
Jumlah		20	100%

Sumber Data: Hasil olahan data primer Tahun 2026

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada konsumen, terdapat 7 (35%) responden menyatakan perdagangan secara elektronik pada aplikasi tiktok shop sudah berjalan efektif, dan terdapat 14 (65%) responden menyatakan belum berjalan secara efektif, hal ini di sebabkan kurangnya pemahaman konsumen mengenai hak-haknya dan kebanyakan konsumen yang melakukan transaksi elektronik pada aplikasi tiktok shop dengan hanya melihat produk yang di promosikan tanpa mencari tahu terlebih dahulu terkait jenis dan kegunaan/manfaat suatu produk tersebut. karena kemudahan dalam mengakses produk yang diinginkan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan

pembelian. Para konsumen secara konsisten menyatakan bahwa kemudahan mengakses yang tinggi, baik dari segi ketersediaan produk, lokasi distribusi, maupun platform pemesanan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen dan efisiensi dalam proses transaksi. Selain itu, aspek harga juga menjadi pertimbangan utama, mayoritas konsumen menilai bahwa produk tersebut relatif lebih murah dibandingkan alternatif lain yang tersedia di pasar, sehingga memberikan nilai ekonomis yang lebih optimal. Kemudahan akses yang dikombinasikan dengan harga yang lebih terjangkau tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Efisiensi waktu dan tenaga yang diperoleh konsumen selama proses pencarian hingga pembelian turut memperkuat persepsi positif terhadap merek atau layanan tersebut. Sehingga dengan kemudahan tersebut, konsumen yang tidak memahami hak-hak mereka sangat rentan menjadi korban bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Dan juga kurangnya pengawasan langsung oleh pemerintah yang berwenang.

Selain kuesioner yang ditujukan kepada konsumen, peneliti juga melakukan pengumpulan data melalui wawancara kepada pelaku usaha yang aktif menjalankan kegiatan penjualan melalui platform tiktok shop. Hasil wawancara terhadap para pelaku usaha menunjukkan bahwa keberadaan perdagangan elektronik (*e-commerce*) memberikan dampak positif yang cukup besar terhadap pencapaian dan jangkauan

pemasaran mereka. Secara khusus, para pelaku usaha menyatakan bahwa platform tiktok shop memungkinkan mereka untuk mempromosikan produk secara lebih luas, dan cepat melalui fitur-fitur berbasis konten visual seperti video pendek dan siaran langsung (live streaming). Selain itu, sistem yang tersedia dalam platform tersebut mempermudah proses transaksi, mulai dari pencatatan pesanan, pembayaran, hingga koordinasi dengan layanan pengiriman, sehingga mengurangi hambatan operasional yang biasanya dihadapi dalam perdagangan konvensional. Para pelaku usaha juga menyoroti bahwa jangkauan pasar mereka tidak lagi terbatas pada wilayah tertentu. Sebaliknya, mereka kini mampu menjangkau konsumen di seluruh wilayah Indonesia secara efisien dan real-time. Hal ini tidak hanya meningkatkan tingkat penjualan, tetapi juga membuka peluang bisnis yang lebih luas tanpa memerlukan biaya besar dalam membangun toko di wilayah-wilayah tertentu.⁴⁰

Lebih lanjut hasil wawancara kepada pelaku usaha, peneliti memperoleh keterangan bahwa para pelaku usaha tersebut telah menyiapkan layanan *Customer Service* sebagai sarana utama dalam menerima dan menindaklanjuti setiap aduan yang disampaikan oleh konsumen. Keberadaan layanan *Customer Service* ini dimaksudkan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menyampaikan

⁴⁰ Wawancara terhadap pelaku usaha brand SM, di kota Makassar Sulawesi Selatan, pada tanggal 24 Januari 2026

keluhan, memperoleh informasi, serta mendapatkan solusi atas permasalahan yang timbul dalam proses transaksi perdagangan secara elektronik.

Pelaku usaha menyatakan bahwa layanan *Customer Service* disediakan secara aktif dan siap diakses oleh konsumen sebagai bentuk tanggung jawab serta itikad baik pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui layanan tersebut, pelaku usaha berupaya menjaga kepercayaan konsumen sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan dalam transaksi *e-commerce*.

Dari pernyataan di atas mellihatkan bahwa pelaku usaha tersebut telah berkepribadian baik dan simpatik (*shiddiq*). Secara bahasa, *shiddiq* berasal dari kata "*shadaqa*" yang memiliki beberapa arti, yaitu benar, jujur, dapat dipercaya, sesuai apa yang dikatakan dengan apa yang diamalkan (*integritas*), ikhlas, tulus, keutamaan, kebaikan, dan kesungguhan. Lawan kata *shiddiq* adalah *kadzib* (*dusta*). Adapun dari segi istilahnya, para ulama memberikan definisi yang beragam. Meskipun demikian, semuanya mengarah pada satu titik makna, yaitu jujur, dapat dipercaya dan memiliki integritas.⁴¹

Selain sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen, penyediaan layanan *Customer Service* juga merupakan salah satu persyaratan administratif yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam mendaftarkan usahanya pada sistem perdagangan secara elektronik (*e-commerce*). Dengan demikian, keberadaan layanan *Customer Service*

⁴¹ Nur Asnawi, Muhammad Asnan Fanani, *Loc.cit*, Hal. 272

tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyelesaian pengaduan konsumen, tetapi juga sebagai bagian dari kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan dan regulasi yang berlaku dalam kegiatan perdagangan elektronik.

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seseorang pebisnis. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa bisnis. Melekat dalam jiwa melayani ini adalah sikap sopan, santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Sifat khidmah (melayani dengan rendah hati) ini merupakan karakter yang melekat pada diri pemasar. Tanpa sifat ini seorang marketer tidak mungkin eksis dan memiliki keunggulan karena dengan sifat khidmah ini seorang pemasaran akan memiliki kekhasan (genuine) dalam berinteraksi.⁴²

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*E-commerce*)

Faktor utama yang mempengaruhi perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik meliputi regulasi hukum, edukasi konsumen, serta kejujuran pelaku usaha. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pegawai dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan, khususnya Bapak Hardianto dan Bapak Kukuh Priyadi selaku perwakilan dari Bidang Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Terdapat tiga masalah utama yang memengaruhi

⁴² *Ibid*, Hal. 214

efektivitas sistem perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Ketiga faktor tersebut meliputi keberadaan dan penegakan regulasi hukum, tingkat pemahaman serta kesadaran konsumen terhadap hak dan kewajibannya, serta etika pelaku usaha dalam menjalankan praktik bisnis yang transparan dan jujur.

Selain itu yang menjadi salah satu tantangan yang paling krusial dalam implementasi perlindungan konsumen di ranah digital adalah maraknya pelaku usaha yang tidak terdaftar secara resmi dalam sistem perdagangan elektronik yang diakui oleh otoritas berwenang. Tidakterdaftar ini tidak hanya mencerminkan lemahnya pengawasan administratif, tetapi juga menciptakan celah hukum yang dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan praktik bisnis tidak sehat. Sehingga pegawai dinas perindag, pelaku usaha yang belum mencantumkan identitas usaha yang jelas meliputi nama perusahaan, alamat penjualan, Nomor Induk Berusaha (NIB), izin edar (jika diperlukan), serta kontak layanan pelanggan sebagaimana diwajibkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. secara langsung menghambat upaya verifikasi data serta pelacakan pihak yang bertanggung jawab ketika terjadi pelanggaran hak konsumen.

Permasalahan tersebut sangat terasa pada tahap penyelesaian sengketa konsumen. Sebagaimana diungkapkan oleh pegawai dinas perindag, dalam proses penyelesaian melalui jalur mediasi (non-litigasi), maupun penempuhan jalur hukum formal (litigasi) menjadi terhambat secara substantif manakala pihak pelaku usaha tidak memiliki legalitas administratif yang dapat dilacak. Hal ini mengakibatkan konsumen (korban) mengalami kesulitan dalam memperoleh hak ganti rugi, sementara aparat penegak hukum kesulitan menerapkan sanksi administratif maupun pidana karena ketiadaan subjek hukum yang jelas.⁴³

Secara umum, pemerintah dalam hal ini Dinas Perindag telah melakukan upaya represif untuk memberikan solusi terkait proses penyelesaian sengketa konsumen dengan cara non-litigasi (mediasi) dan litigasi (pengadilan negeri). wawancara dengan pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan, Konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha tidak terdaftar, tidak memiliki saluran penyelesaian sengketa yang efektif, karena Dinas perdagangan tidak berwenang menangani kasus tersebut, sementara platform sering kali hanya memberikan solusi internal seperti mediasi melalui aplikasi yang tidak mengikat secara hukum. Oleh karena itu, meskipun kerangka regulasi telah mengamanatkan transparansi identitas pelaku usaha,

⁴³ Wawancara Terhadap Pak Hardianto, dan Pak Kukuh Priyadi, Bidang PTNP, *Loc.cit*

implementasinya masih lemah akibat rendahnya kepatuhan pendaftaran dan minimnya pengawasan proaktif. Penelitian ini merekomendasikan agar pemerintah memperkuat integrasi antara sistem perizinan *Online Single Submission* (OSS), platform *e-commerce*, dan Dinas perdagangan, sehingga setiap akun penjual yang aktif di tiktok shop atau platform sejenis secara otomatis diverifikasi status pendaftarannya, dan konsumen dapat langsung mengidentifikasi apakah penjual tersebut legal dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.⁴⁴

Apabila pelaku usaha tersebut belum terdaftar lalu melakukan penipuan pada transaksi secara elektronik maka pelaku usaha tersebut dapat dikenakan pelanggaran sebagaimana telah di atur pada Undang-undang Nomor 1 Tahun 2023 Pasal 492 KUHP Setiap Orang yang dengan maksud menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu atau kedudukan palsu, menggunakan tipu muslihat atau rangkaian kata bohong, menggerakkan orang supaya menyerahkan suatu Barang, memberi utang, membuat pengakuan utang, atau menghapus piutang, dipidana karena penipuan, dengan ancaman hukuman paling lama 4 Tahun atau Denda paling banyak kategori V (500.000.000) Lima Ratus Juta Rupiah.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi perlindungan konsumen, berdasarkan wawancara dengan Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan mengungkapkan fakta krusial,

⁴⁴ Wawancara Terhadap Pak Hardianto, dan Pak Kukuh Priyadi, Bidang PTNP, *Ibid*

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di tingkat provinsi telah nonaktif akibat keterbatasan anggaran dari pemerintah daerah, sehingga seluruh tanggung jawab penyelesaian sengketa konsumen termasuk dalam transaksi *e-commerce* kini dialihkan kepada Dinas perdagangan. Kondisi ini menimbulkan risiko serius terhadap efektivitas perlindungan konsumen, mengingat BPSK merupakan lembaga independen yang secara khusus dibentuk berdasarkan Pasal 46-52 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 untuk menangani sengketa konsumen secara cepat, murah, dan tidak formal. Dengan hilangnya BPSK, mekanisme penyelesaian sengketa diserahkan kepada Dinas Perindag provinsi yang mungkin tidak memiliki kapasitas teknis, sumber daya manusia, atau kemandirian institusional yang memadai untuk menangani kasus-kasus kompleks di ranah digital. Akibatnya, Konsumen yang dirugikan terutama dalam transaksi tiktok shop berpotensi menghadapi hambatan struktural dalam menegakkan haknya, seperti proses yang lambat, kurang transparan, atau bahkan ketidakmampuan Dinas untuk memanggil pelaku usaha yang berada di luar yurisdiksi wilayahnya. penghapusan BPSK bertentangan dengan semangat Undang-undang Perlindungan Konsumen yang menekankan pentingnya lembaga penyelesaian sengketa yang mudah diakses dan berpihak pada konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa kebijakan penghematan anggaran daerah justru mengorbankan infrastruktur dasar perlindungan konsumen, sehingga menciptakan

jurang antara hak normatif konsumen dan realitas akses terhadap keadilan.⁴⁵

Tabel 2

Faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*E-commerce*)

No	Uraian	Frekuensi	Persentase %
1.	Mengetahui	6	30%
2.	Belum Mengetahui	14	70%
3.	Tidak Mengetahui	-	-
Jumlah		20	100%

Sumber Data: Hasil olahan data primer Tahun 2026

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan oleh peneliti sebanyak 20 responden, dapat diketahui bahwa tingkat pemahaman konsumen terhadap keberadaan lembaga penyelesaian sengketa konsumen masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari data yang menunjukkan bahwa hanya 30% (6) responden dari 20 responden yang memahami atau mengetahui adanya lembaga penyelesaian sengketa konsumen, sedangkan 70% (14) responden lainnya menyatakan belum mengetahui keberadaan lembaga tersebut. Kondisi ini menunjukkan masih terbatasnya pengetahuan konsumen mengenai mekanisme

⁴⁵ Wawancara Terhadap Pak Hardianto, dan Pak Kukuh Priyadi, Bidang PTNP, *ibid*

penyelesaian sengketa yang tersedia di luar pelaku usaha atau penyedia platform perdagangan elektronik.

Kurangnya pemahaman tersebut berdampak pada pola penyelesaian masalah yang ditempuh oleh konsumen ketika mengalami kendala dalam transaksi secara elektronik. Pada umumnya, Konsumen yang mengalami permasalahan lebih memilih untuk langsung menghubungi layanan *Customer Service* yang disediakan oleh pihak aplikasi atau pelaku usaha terkait, dengan harapan permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan secara cepat dan praktis. Namun, apabila keluhan konsumen tidak mendapatkan tanggapan atau diabaikan oleh pihak *Customer Service*, sebagian konsumen memilih untuk tidak melanjutkan upaya penyelesaian sengketa lebih lanjut. Sikap tersebut umumnya dilatarbelakangi oleh pertimbangan nilai ekonomi, yakni harga produk yang dibeli relatif rendah, sehingga konsumen menilai bahwa upaya penyelesaian sengketa melalui jalur lain dianggap tidak sebanding dengan kerugian yang dialami. Kondisi ini secara tidak langsung menunjukkan rendahnya kesadaran hukum konsumen serta perlunya peningkatan sosialisasi mengenai lembaga dan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik.

Dari jawaban responden dapat dianalisis bahwa sebagian besar konsumen belum memahami keberadaan lembaga penyelesaian sengketa konsumen, sehingga dalam menghadapi permasalahan

transaksi elektronik mereka cenderung hanya mengandalkan layanan *Customer Service* dari pelaku usaha atau platform. Kurangnya pengetahuan dan pertimbangan nilai kerugian yang relatif kecil menyebabkan konsumen enggan menempuh mekanisme penyelesaian sengketa lebih lanjut, yang mencerminkan masih rendahnya tingkat kesadaran dan pemahaman hukum konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Efektivitas perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui tiktok shop belum berjalan efektif meskipun telah ada peraturan yang mengaturnya, dikarenakan lemahnya pengawasan pemerintah serta rendahnya budaya hukum dalam masyarakat.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perlindungan konsumen meliputi: keberadaan dan penegakan regulasi hukum, tingkat pemahaman serta kesadaran konsumen terhadap hak dan kewajibannya, etika pelaku usaha dalam menjalankan praktik bisnis yang transparan dan jujur, serta faktor lain yaitu dinonaktifkannya BPSK.

B. Saran

1. Meskipun perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik melalui tiktok shop belum berjalan efektif, Namun karena jangkauan aplikasi yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun menyebabkan perlindungan tidak dapat dilakukan secara menyeluruh. Oleh karena itu, konsumen diharapkan untuk menjadi konsumen cerdas yang memahami dan memperjuangkan hak-haknya.
2. Diharapkan agar pemerintah untuk mengaktifkan kembali lembaga penyelesaian sengketa konsumen di setiap kabupaten/kota. Mengingat BPSK sudah tidak beroperasi dikarenakan tidak adanya anggaran.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Deperteman Agama Ri (2010) *Al-Qur'an dan Terjemahan*, pustaka assalam, halaman 36

Buku

Abdul Halim Barkatullah,(2020).*hak hak Konsumen*.bandung.cv hikam media uta

Atsar, & Apriani, R. (2019). *Buku ajar hukum perlindungan Konsumen*. Deepublish.

Aulia Muthiah,(2018) *hukum perlindungan Konsumen: dimensi hukum positif dan ekonomi syariah*. Yogyakarta.pt pustaka baru

Bambang Sugeng Ariadi Subagyo, (2024)*tanggung jawab bpkn dan bpsk dalam perlindungan dan penyelesaian sengketa pada transaksi elektronik di indonesia berdasarkan uupk dan uu ite*.sidoarjo. Zifatama jawara

Danrivanto Budhijanto, (2024). *Revolusi cyberlaw indonesia revisi uu ite 2024 kedaulatan digital dan kecerdasan artifisial*.bandung:pt refika aditama

Elisabet Yunaeti Anggraeni, Miswan Gumanti,dkk,(2022), *e-business & e-commerce*, jawa barat: cv. Adanu abimata

Esther Masri, Oti Handayani, dkk (2023).*buku ajar hukum perlindungan Konsumen*.surabaya. Cv. Jakad media publishing

H.M. Pudjihardjo,Nur Faizin Muhith.(2019). *Fikih Muamalah Ekonomi Syariah*.Malang.UB press

Hafidz Muftisany.(2021).*Hukum Jual Beli Online*.INTERA

Hamid, A. H., (2017). *Hukum perlindungan Konsumen indonesia* (vol. 1). Sah media.

Happy Susanto. (2008).*hak-hak Konsumen jika dirugikan*.jakarta selatan.transmedia pustaka

Herman., Eko Murti Saputra., dkk (2023) *pengantar hukum bisnis online*, sumatera barat, cv azka pustaka

Hidayati, H.Kms Herman, (2023) *perlindungan hukum korban tindak pidana kekerasan dalam rumah tangga*, jawa barat, cv. Mega press nusantara

Indrati Rini, Soesi Idayanti,(2021), *teori hukum*, surabaya, cipta media nusantara

Jaka Yudha Asmara, Sugeng, Heru Siswanto.(2022) *hukum perlindungan Konsumen: perjanjian jual beli mystery box pada marketplace*.kota malang. Cv. Literasi nusantara abadi

Kurniawan, (2011) *hukum perlindungan Konsumen: problematika kedudukan dan kekuatan putusan badan penyelesaian sengketa Konsumen(bpsk)*.malang. Universitas brawijaya press (ub press)

Misriani,(2023) *Komputer dan Masyarakat (Konsep Dasar Perilaku Etis Masyarakat pada Teknologi Informasi)*,Sleman, Cv Budi Utama

Mohd. Yusuf Daeng M, Siti Yulia Makkininnawa, dkk. (2024) *hukum perlindungan Konsumen*. Pekanbaru: taman karya

Novea Elysa Wardhani, (2025) *hukum perdata konsep dan implementasi*, jambi, pt sonpedia publishing indonesia

Nur Asnawi, & Muhammad Asnan Fanani,(2017),*Pemasaran Syariah Teori,Filosofis & Isu-Isu Kontemporer*,Depok, Rajawali Pres.

Rohman, H. (2020). Hukum jual beli Online.

Sri Lestari Poemomo, (2022),*prinap-prinap perlindungan hurum dan sengreta Konsumen kosmetika*,jawa barat,edu publisher

Suparna Wijaya,Agus Juhana (2021) pajak pertambahan nilai pmse: sudut pandang Konsumen, guepedia

Yepri Endika. (2026). *E-COMMERCE*, integrasi, Konsep, Strategi. Sidoarjo, Inti Litera

Jurnal

Attaya, N. K., Prakoso, A. L., & SH, M. K. (2024). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Elektronik Melalui Aplikasi TikTok* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Aufani, J. M., Anadi, Y. R., & Andriyansyah, M. F. (2024). Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen TikTok Shop Di Indonesia. *Dinamika*, 30(1), 9475-9494.

Erawati, I., Darwis, M., & Nasrullah, M. (2017). Efektivitas Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa. *Jurnal Office*, 3(1), 13.

- Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku usaha (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659-666.
- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi TikTok Dan TikTok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497-506.
- Putra, C. A. G., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 4(1), 13-19.
- SARI, M. (2024). *Analisis Yuridis Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Media TikTok Shop Menurut Hukum Perdata* (Doctoral dissertation, Universitas Batanghari Jambi).
- Sitepu, R. I., & Muhamad, H. (2021). Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai lembaga penyelesaian sengketa Konsumen di Indonesia. *Jurnal Rechten: Riset Hukum Dan Hak Asasi Manusia*, 3(2), 7-14.
- Triantika, N. A., Marweny, E., & Hasbi, M. (2020). Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui e-commerce Menurut Pasal 1320 KUHperdata. *Ensiklopedia Social Review*, 2(2), 119-131.

Internet

- Halda Ilhamih Arofah, (2021), Sepanjang 2020 Tercatat 931 Aduan Konsumen, Terbanyak dari e-commerce, [TopCareerID](#), diakses pada tanggal 2 Januari.
- Kamus Besar Indonesia (KBI) Online.
- Putri sekararum, lisa monica, (2025) *ojk: penipuan belanja online marak, jumlah capai rp1,14 triliun*, ojk.go.id, diakses pada tanggal 2 Januari.
- Redaksi DDTcnews, (2023), ada 7.464 laporan Konsumen sepanjang 2022, mayoritas soal e-commerce, news.ddtc.co.id, diakses pada tanggal 2 Januari.

Peraturan perundang-undangan

Undang-Undang Dasar 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Kitab Undang-Undang hukum Perdata

Kitab Undang-Undang hukum Dagang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Peraturan pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang perdagangan melalui sistem Elektronik.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

L
A
M
P
I
R
A
N

WAWANCARA PENELITIAN

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
PERDAGANGAN SECARA ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*)
PADA APLIKASI TIKTOK (TIKTOK SHOP) DI KOTA
MAKASSAR**

I. PENGANTAR

Dalam rangka melaksanakan penelitian guna menyusun skripsi, maka saya membutuhkan beberapa pendapat dan masukan dari bapak/ibu melalui wawancara yang saya lakukan.

II. IDENTITAS

Nama : Hardianto dan Kukuh Priyadi

Jenis Kelamin : Pria

Jabatan : Pegawai Pinas perindustrian dan Perdagangan
Provinsi Sulawesi Selatan

III. HASIL WAWANCARA

1. Apa regulasi peraturan yang di gunakan Dinas Perindag dalam melindungi konsumen?

Jawaban : Pada dasarnya ini sudah diatur pada undang-undang Perlindungan Konsumen, Peraturan pemerintah, dan Peraturan Menteri perdagangan Tentang perdagangan secara elektronik.

2. Apakah ada pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Perindag terkait sistem penjualan secara elektronik?

Jawaban : secara umum Dinas perdagangan dapat mengawasi sistem perdagangan, namun secara khusus belum melakukannya, karena ruang lingkup pengawasan barang terlalu luas, sedangkan secara fisik belum dapat di jangkau semua, apalagi yang *e-commerce*, jadi selama ini penyelesaiannya di selesaikan ketika ada pengaduan. Tidak ada pengawasan secara khusus yang dilakukan terkait *e-commerce* ini.

3. Menurut bapak bagaimana budaya hukum yang hidup di dalam konsumen saat melakukan transaksi secara elektronik?

Jawaban : masih rendahnya kesadaran konsumen terkait pemahaman saat melakukan transaksi perdagangan secara elektronik, masih banyaknya konsumen yang melakukan transaksi perdagangan secara elektronik dengan hanya melihat sebuah produk yang di promosikan tanpa mencari tahu lebih lanjut terkait jenis, bahan, dan kegunaan produk tersebut. hal tersebut sering menjadi permasalahan konsumen saat melakukan transaksi perdagangan secara elektronik. Sehingga pemerintah dalam hal ini dinas perindag mengharapkan agar konsumen menjadi konsumen cerdas, membeli suatu produk atas dasar kemanfaatan bukan hanya untuk memenuhi hawa nafsu.

4. Apakah Dinas perdagangan tetap melakukan Sosialisasi terkait Perlindungan Konsumen dalam perdagangan secara elektronik?

Jawaban : Yaa, sosialisasi terkait Perlindungan Konsumen masih sering dilakukan, seperti mengundang pelaku usaha dan konsumen dalam berbagai acara sosialisasi di hotel, Kantor Dinas Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan dan mendatangi pelaku usaha dan konsumen di mall guna mengedukasi konsumen dalam bentuk *customer care*. terakhir dilakukannya melalui dekranasda provinsi di trans studio makassar yang di laksanakan akhir Tahun 2025 di bulan desember, yang di mana pesertanya merupakan UMKM yang rencananya akan mulai berdagang secara elektronik yang awalnya UMKM tersebut berdagang secara fisik.

5. Ada berapa faktor yang mempengaruhi perlindungan konsumen?

Jawaban : faktor tersebut meliputi keberadaan dan penegakan regulasi hukum, tingkat pemahaman serta kesadaran konsumen terhadap hak dan kewajibannya, serta etika pelaku usaha dalam menjalankan praktik bisnis yang transparan dan jujur.

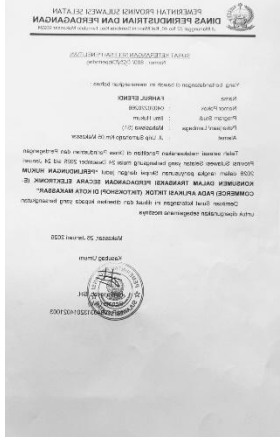
6. Selain ketiga faktor yang sebelumnya, apakah ada faktor lain yang mempengaruhi perlindungan konsumen?

Jawaban : Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di tingkat provinsi telah nonaktif akibat keterbatasan anggaran dari pemerintah daerah, sehingga seluruh tanggung jawab penyelesaian sengketa konsumen termasuk dalam transaksi *e-commerce* kini dialihkan kepada Dinas perdagangan.

7. Apakah ada tantangan yang di hadapi oleh dinas perindag dalam melindungi konsumen pada transaksi secara elektronik?

Jawaban : tantangan yang paling krusial dalam implementasi perlindungan konsumen di ranah digital adalah maraknya pelaku usaha yang tidak terdaftar secara resmi dalam sistem perdagangan elektronik yang diakui oleh otoritas berwenang. Ketidakterdaftar ini tidak hanya mencerminkan lemahnya pengawasan administratif, tetapi juga menciptakan celah hukum yang dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan praktik bisnis tidak sehat. Sehingga pegawai dinas perindag, pelaku usaha yang belum mencantumkan identitas usaha yang jelas meliputi nama perusahaan, alamat penjualan, Nomor Induk Berusaha (NIB), izin edar (jika diperlukan), serta kontak layanan pelanggan.

IV. DOKUMENTASI & SURAT SELESAI PENELITIAN

	
Wawancara dilakukan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan, terhadap bapak Pak Hardianto, dan Pak Kukuh Priyadi, Bidang Perlindungan, Tertib Niaga, dan Pengawasan, pada Hari Senin, Tanggal 5 Januari 2026 pada Pukul 14.43.	Surat keterangan selesai penelitian.

	
Dokumentasi terhadap responden konsumen.	Dokumentasi terhadap pelaku usaha pada tanggal 24 januari 2026.