

Perlindungan Hukum Hak Konsumen dalam Bertransaksi di TikTok Shop: Mengungkap Wawasan Hukum Baru

Oleh:

Sarah Septyaningsih

Dosen Pembimbing: Mochammad Tanzil Multazam

Progam Studi Hukum

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Desember, 2023

Pendahuluan

- Saat ini media sosial lebih modern dan berkembang dengan fungsi untuk belanja online/ *online shop*. Apabila diketahui bersama bahwa sebelumnya transaksi menggunakan media sosial hanya dapat dilaksanakan secara tatap muka (*face to face*). Berkaitan dengan hal tersebut, konsumen harus mendatangi tempat penjualan produknya. Namun, semua itu tidak perlu dilakukan karena belanja bisa dilakukan secara online melalui media sosial. Kemajuan ini mampu mendorong para pemilik modal untuk memanfaatkan adanya media social sebagai peluang bisnis digital atau *E-commerce*.
- Media sosial paling banyak pengguna sekarang ini adalah Tiktok. Sehingga digunakan oleh pemilik modal untuk menjalankan bisnis online miliknya. Negara Indonesia yang masuk dalam kategori mayoritas pengguna tiktok. Dengan pengaplikasian konten video dan yang paling terbaru diperluas dngan menambahkan fitur belanja online yang biasa dikenal dengan Tiktok shop. Dengan hadirnya tiktok shop para merchant yang menggunakan tiktok berlomba-lomba memanfaatkan Tiktokshop sebagai perantara jual beli online. Oleh karena pangsa pasar tiktok sangat memadai dan merupakan aplikasi yang populer dikalangan masyarakat. Dengan adanya tiktok mampu mempermudah konsumen untuk menerima informasi produk dengan melihat unggahan video dengan diiringi latar belakang musik yang diunggah oleh pelaku bisnis.
- Konsumen yang menggunakan Tiktokshop dapat melakukan pembelian secara online dari aplikasi Tiktokshop tanpa perlu beralih pada aplikasi lain guna menyelesaikan transaksi untuk pembelian produk yang diinginkan. Penggunaan fitur tiktokshop dengan system pembayaran yang mudah dan penggunaan waktu lebih cepat dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian secara praktis. Penawaran produk yang dilakukan melalui tiktok shop telah menarik banyak minat konsumen. Salah satu bentuk penipuan yang sering terjadi dalam berbelanja online adalah kualitas produk yang ditawarkan oleh penjual tidak sesuai dengan produk yang diterima oleh konsumen.

Rumusan Masalah

1. Apa saja hak dan kewajiban hukum pemilik produk dalam transaksi di tiktokshop?
2. Apa saja hak konsumen dan kewajiban konsumen untuk hukum konsumen dalam transaksi pada *marketplace* media sosial skala internasional?
3. Bagaimana peraturan hukum mengenai perlindungan hak terhadap kekayaan intelektual dan konsumen dalam bertransaksi di tiktokshop?
4. Apa saja permasalahan hukum yang sering terjadi pada transaksi di Tiktokshop mengenai Hak terhadap Kekayaan Intetektual serta perlindungan kepada konsumen?

Perbedaan Penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini

- Penelitian terdahulu membahas mengenai tanggung jawab pengusaha atas kerugian yang diderita konsumen saat berbelanja online dan menawarkan solusi atas kerugian yang diderita konsumen saat berbelanja online. Mengingat sudah ada pihak yang telah menerbitkan majalah dengan tema yang sama dalam perlindungan hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan dalam hal digital akibat perbedaan kualitas barang konsumsi dibeli yang tidak termasuk yang diiklankan di Tiktok shop.
- Mengingat belum ada yang membahas topik ini sebelumnya, pembuatan artikel jurnal ilmiah ini tergolong baru dan sangat penting untuk pembahasan yaitu membahas mengenai Perlindungan Hukum Hak Konsumen dalam Bertransaksi di Tiktok Shop: Mengungkap Wawasan Hukum Baru

Metode Penelitian

- Penelitian ini dengan menggunakan metode yuridis normatif. Melalui pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) penulis mengumpulkan bahan-bahan yang berguna mendukung penelitian baik primer maupun sekunder.
- Bahan hukum primair yang digunakan berupa KUHPerdata, UUD 1945, UU Perlindungan Konsumen No. 8/ 1999, UU ITE No 11/2008, Peraturan Perdagangan Elektronik 80/2019. Kemudian bahan hukum sekunder yang digunakan berupa bahan-bahan hukum yang terkait dengan bahan hukum primair dan dapat membantu menganalisis dan memahami penelitian.
- Jurnal, artikel, dan buku-buku hukum sebagai bahan hukum sekunder. Setelah semua bahan hukum terkumpul, dianalisis kaitannya dengan bahan hukum lainnya seperti anggaran dasar dan buku-buku yang digunakan serta penelitian literatur, dan menguraikan topik-topik yang dibahas untuk menemukan jawaban atas penelitian tersebut dengan penalaran deduktif.

Hasil dan Pembahasan

A. Hak dan Kewajiban Hukum Pemilik Produk dalam Transaksi di Tiktokshop

Pasal 6 UUPK yang mengatur mengenai pelaku usaha yang meliputi :

Hak guna mendapat pembayaran sesuai dengan kesepakatan terkait syarat dan nilai tukar barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan, Hak guna menuntut konsumen yang ingin berbuat curang, Hak guna membela diri harus dikaitkan dengan penyelesaian pada sengketa konsumen secara yudisial, hak untuk memulihkan nama baik jika dibuktikan melalui perbuatan hukum yaitu kerugian yang diderita konsumen bukan disebabkan oleh barang maupun jasa yang dijual dan dalam peraturan perundang-undangan ketentuan lain mengatur mengenai hak-hak. Berkaitan dengan hal tersebut pada pasal 7 UUPK mencantumkan kewajiban pemilik modal, yaitu :

Kewajiban pelaku usaha untuk memiliki itikad baik

- a. Kewajiban pelaku usaha dalam memberi informasi yang jelas, jujur, dan benar tentang syarat dan jaminan barang maupun jasa melalui pemberitahuan untuk penggunaan, serta perbaikan dan pemeliharannya
- b. Melayani konsumen serta memperlakukan tanpa diskriminasi dengan adil dan jujur
- c. Memberi jaminan kondisi barang maupun jasa yang dihasilkan untuk dijual sesuai standart mutu barang maupun jasa yang berlaku
- d. Pelaku usaha memberi kesempatan untuk penawaran bagi dalam menguji ataupun mencoba barang maupun jasa tertentu dan memberi garansi / jaminan atas barang yang dihasilkan dan dijual
- e. Pelaku usaha memberi ganti rugi, penggantian dan/ atau kompensasi atas kerugian yang timbul dari penggunaan, eksploitasi dan penggunaan barang maupun jasa yang dipertukarkan
- f. Melakukan penawaran penggantian, kompensasi/pengembalian uang jika barang maupun jasa yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan kontrak

Hasil dan Pembahasan

B. Hukum Mengatur Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan Konsumen Dalam Transaksi di Tiktokshop

Benda yang tak berwujud berkaitan erat dengan HaKi (Hak kekayaan intelektual) dalam bentuk konten maupun bentuk perlindungan terhadap karya yang berasal dari kreativitas setiap individu. Hak kekayaan intelektual mampu memberikn perlindungan/melindungi perusahaan kreatif dalam investasi keuangan jangka panjang. Dengan hak yang timbul dari akal manusia dalam kekayaan intelektual. Inti atau obyek pengaturan dalam HaKi berupa ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan sastra. Dikenal sebagai Hak Kekayaan Intelektual dalam literatur *Anglo-Saxon*, Berupa terjemahan kata dalam Bahasa Indonesia sebagai "Hak Kekayaan Intelektual", yang sebenarnya akan lebih tepat jika diterjemahkan sebagai HaKi. Di masa depan, hak kekayaan intelektual sebenarnya memiliki hal-hal, yaitu hal-hal yang tidak berwujud. Batasan material yang disebutkan dalam 499KUHPperdata, yaitu benda adalah segala sesuatu dan setiap hak yang ditentukan oleh kepemilikan. Hal ini sesuai dengan klasifikasi objek menjadi objek berwujud dan tidak berwujud. Hak kekayaan intelektual diatur oleh sejumlah undang-undang dan peraturan, termasuk:

- a. UU Hak Cipta No. 28 / 2014
- b. UU Paten No. 13/ 2016.
- c. UU Merek Dagang dan Indikasi Geografis No 20/2016
- d. UU Rahasia Dagang No. 30/2000
- e. UU Perlindungan Varietas Tanaman.9/ 2000
- f. UU Desain Industri 31/2000.

Kesimpulan

- Penggunaan media belanja online saat ini berkembang cukup pesat. Perlindungan terhadap pemilik produk dan konsumen memiliki pengaturan hukum yang sama antara peraturan satu dengan yang lainnya. Dalam hal ini konsumen perlu dilindungi sebagai individu yang sangat rentan dengan penerimaan produk yang dijual oleh pemilik produk yang terjadi akibat beberapa oknum yang dapat merugikan konsumen oleh para pelaku usaha/ pemilik produk itu sendiri melalui transaksi jual beli online pada tiktokshop. Penjualan produk oleh pelaku usaha dan konsumen semua diawali dengan itikad baik dari awal. Jika konsumen serta orang dalam melakukan transaksi jual beli, maka dapat dengan fasilitas. UUPK yang berfungsi sebagai pedoman khususnya bagi konsumen memperjuangkan hak mereka melindungi kepentingannya. Tidak menutup kemungkinan untuk itu, pemilik produk ketika mereka mendapatkan konsumen yang tidak jujur keduanya dapat melihat semuanya proses serupa. Pada dasarnya, tidak cukup sampai disini peraturan terkait menjadi perlindungan konsumen wadah atau sarana hukum untuk konsumen dan pelaku bisnis. Masih ada beberapa perbaikan dan substansi regulasi tambahan yang masih perlu ditambahkan melindungi semua pihak.

Referensi

- [1] D. Ferawati and Faiz Mufidi, “Penerapan Prinsip Itikad Baik oleh Pelaku Usaha Atas Pencantuman Klausula Baku dalam Jual Beli Online Ditinjau dari KUH Perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,” *Bandung Conf. Ser. Law Stud.*, vol. 2, pp. 1082–1086, 2022.
- [2] I. M. D. P. Gusti Ayu Sandrina, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap keidaksesuaian kualitas barang yang dibeli pada aplikasi belanja Tiktok shop,” *J. Kertha Semaya*, vol. 11, no. 3, pp. 572–582, 2023, doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2022.v11.i03.p.03>.
- [3] S. dan Z. V. C. Azzahra, “Pertanggungjawaban Hukum terhadap Kerusakan Barang dalam Proses Pengangkutan yang di Beli melalui Tiktok Shop,” *Jiip (Jurnal Ilm. Ilmu Pendidikan)*, vol. 6, no. 2, pp. 1092–1099, 2023, doi: <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i2.1643>.
- [4] Rai Agustina Dewi dan I Nyoman Suyatna, “Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online,” vol. 4, no. 2, 2016.
- [5] S. D. Ayusti, *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana (Prenadamedia Group), Jakarta: Kencana (Prenadamedia Group), 2019.
- [6] M. Arsyad Sanusi, *E- Commerce Hukum Dan Solusinya*. Bandung: PT mizan grafika sarana, 2002.
- [7] Elisabeth Nurhaini Butarbutar, “Arti Pentingnya Pembuktian dalam Proses Penemuan Hukum di Peradilan Perdata,” *Mimb. Huk.*, vol. 22, no. 2, pp. 347–359, 2010, doi: <https://doi.org/10.22146/jmh.16225>.
- [8] M. . DAHLIA ,S.H, “Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (E-Commerce),” *Wacana Huk.*, vol. VIII, no. 1, pp. 37–51, 2002.
- [9] M. H. Prof. Dr. Agus Yudha Hernoko, S.H., *Hukum perjanjian : asas proporsionalitas dalam kontrak komersial*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.
- [10] Sophar Maru Hutagalung, *Praktik peradilan perdata dan alternatif penyelesaian sengketa*. Jakarta: Sinar Grafika, 2019.

Referensi

- [11] Marwah M. Diah dan Joni Emirzon, *Aspek-Aspek Hukum Persaingan Bisnis Indonesia, (Perjanjian yang Dilarang, Perbuatan Bisnis yang Dilarang, dan Posisi Dominan yang Dilarang)*. Palembang: Universitas Sriwijaya, 2003.
- [12] Ishaq, *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [13] Ok Sadikin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*. Jakarta: PT Grafitu Prasada, 2003.
- [14] T. Barkatullah, A.H dan Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- [15] Achmad, *Hukum Perikatan Berdasar Buku III KUH Perdata*. Yogyakarta: Pohon Cahaya, 2011.
- [16] T. Bachtiar, Bachtiar, & Sumarna, “Pembebanan tanggung jawab perdata kepada kepala daerah akibat Wanprestasi oleh kepala dinas,” *J. Yudisial*, vol. 11, no. 2, pp. 209–225, 2018.
- [17] A. Mutmainah, *Hukum Perlindungan Konsumen; Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.
- [18] R. M. Pikahulan, *Hukum Perikatan*. Pare-pare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2019.
- [19] Shidarta, *Aspek Hukum Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta, 2019.
- [20] J. Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2018.

Referensi

- [21] M. Zamroni, *Penafsiran Hakim dalam Sengketa Kontrak: Kajian Teori dan Praktik Pengadilan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- [22] D. S. H. M. Tasya Adelia, “Upaya Hukum Penyelesaian Sengketa Jual Beli Melalui E-Commerce” *J. Justitia (Jurnal Ilmu Huk. dan Humaniora)*, vol. 8, no. 6, pp. 1443–1446, 2021.
- [23] S. M. zein Alydrus, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen PT. PLN (Persero) Balikpapan Terkait Adanya Pemadaman Listrik,” *Lex Suprema J. Huk. Fak. Huk. Univ. Balikpapan*, vol. 2, no. 1, pp. 364–365, 2020.
- [24] Ahliwan Ardhinata, “Keridhaan (Antaradhin) dalam Jual Beli Online (Studi Kasus UD. KUNTAJAYA Kabupaten Gresik),” *JESTT*, vol. 2, no. 1, pp. 47–60, 2015.
- [25] K. Benuf and M. Azhar, “Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrument Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer,” *Gema Keadilan*, vol. 7, no. 1, pp. 20–33, 2020, doi: <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>.
- [26] Galih Setiyo Budhi, “Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia,” *J. Electron. Informatics, Vocat. Educ.*, vol. 1, no. 2, pp. 78–82, 2016, doi: 10.21831/elinvo.v1i2.10880.
- [27] Sri Anggraini Kusuma Dewi, “Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com),” *J. Ilm. Teknol. Inf. Asia*, vol. 9, no. 2, 2015.
- [28] Riza Firdaus, “Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Perjanjianpengikatan Jual Beli Tanah Yang Masihberstatus Hak Pengelolaan,” *LamLaj*, vol. 2, no. 1, pp. 113–124, 2017.
- [29] Tira Nur Fitria, “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara,” *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 52–62, 2017.
- [30] A. R. N. Rozul Imam, “Perancangan Sistem Informasi E-Marketplace Original Clothing Indonesia Berbasis Web,” *JUMANTAKA J. Manaj. dan Tek. Inform.*, vol. 1, no. 1, pp. 161–170, 2017.
- [31] D. Esti Tri Indarwati, “Analysis of The Effect of Cash On Delivery Payment Methods On Consumer Purchase Decisions on The Tiktoshop Platform,” *J. Ilm. Manaj. Akunt.*, vol. 6, no. 2, 2022.

