

PENERAPAN REGULASI SOCIAL-COMMERCE TIKTOK SHOP DALAM TRANSAKSI MELALUI SISTEM ELEKTRONIK

¹Widiana P.A. ²Adriana Pakendek, ³Agustri P., ⁴Insana Melia D.C.A.S.

¹Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Madura,
^{2,3,4}Dosen Fakultas Hukum Universitas Madura,
Email: a3purwandi@gmail.com

Abstrack

E-Commerce is a new style of online transaction that does not present physical and real business actors. Convenience and efficiency are the main reasons many people want an online buying and selling mechanism. The aim of this research is to find out how legal protection is provided by the State through statutory regulations for the public as consumers related to electronic E-Commerce transactions. This is necessary because there are many legal issues involving business economic issues regulated in article no. 31 of 2023 concerning Business Licensing, Advertising, Guidance and Supervision of Business Actors in trading via electronic systems. Several positive laws related to trade regulations in Indonesia, especially E-Commerce, including the Consumer Protection Law and the ITE Law, provide an overview of the important things that constitute the rights and obligations of the parties to a transaction. Using Normative Law research methods, a statutory regulatory approach. The research results show that: Tiktok Shop as an additional feature in the Tiktok application must have permission as a marketplace and separate the marketplace application and social media because social media has differences in licensing, so both must be submitted to the Ministry of Trade. This regulation aims to regulate E-commerce, protect consumers, and ensure that business actors comply with applicable laws and regulations, especially in terms of business licensing, standardization of goods, price regulations, and data protection

Keyword : E-commerce, consumer protection, online transactions.

Abstrak

E-Commerce adalah suatu gaya baru dalam bertransaksi secara online tidak menghadirkan pelaku usaha secara fisik dan nyata. Kemudahan dan efisiensi menjadi alasan utama banyak masyarakat yang menginginkan mekanisme jual beli secara online. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum yang diberikan oleh Negara melalui peraturan perundang-undangan terhadap masyarakat sebagai konsumen yang berhubungan dengan transaksi elektronik E-Commerce. Ini diperlukan karena banyaknya persoalan hukum yang menyangkut Masalah ekonomi bisnis yang diatur dalam pasal No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Beberapa hukum positif terkait peraturan perdagangan di Indonesia, khususnya E-Commerce antara lain UU perlindungan konsumen dan UU ITE memberikan gambaran tentang apa saja hal penting yang menjadi Hak dan kewajiban para pihak yang bertransaksi. Menggunakan metode penelitian Hukum Normatif, pendekatan peraturan perundang-undangan. Hasil penelitian bahwa: Tiktok Shop sebagai fitur tambahan pada aplikasi Tiktok harus memiliki izin sebagai marketplace dan memisahkan antara aplikasi marketplace dan sosial medianya karena media sosial memiliki perbedaan dalam perizinanya, sehingga harus dua yang

harus diajukan ke Kementrian Perdagangan. Aturan ini bertujuan untuk mengatur E-commerce, melindungi konsumen, dan meyakinkan para pelaku usaha patuh terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku khususnya dalam hal perizinan usaha, standarisasi barang, peraturan harga, dan perlindungan data..

Kata Kunci : E-commerce, Perlindungan konsumen, Transaksi online.

PENDAHULUAN

Keberlangsungan bisnis merupakan unsur penting dalam suatu Negara. Bisnis merupakan sumber penggerak dari keberlangsungan kehidupan suatu Negara sebagai sumber pendanaan masyarakat, pengusaha dan pemerintah dari unsur perpajakan. Operasional bisnis dapat dilakukan oleh pemerintah baik pemerintah pusat maupun daerah dan juga dapat dilakukan oleh sektor swasta. Pemerintah pusat dan pemerintah daerah melakukan bisnis seperti yang kita kenal Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milih Daerah. Sebelum dan setelah merdeka bisnis tidak pernah habis dibahas oleh siapapun mulai dari pemimpin, raja, sampai masyarakat biasa. Berbagai bentuk dan kegiatan bisnis yang selalu baru membutuhkan media untuk bisa dipahami oleh masyarakat sebagai pelaku, pengawas, pengamat, atau bahkan yang berada pada ketiga sektor peran tersebut.

Manusia, menurut Aristoteles merupakan mahluk sosial (zoonpoliticon) yang tidak bisa dilepaskan dari aturan hukum. Dalam istilah yang mungkin kita dengar yang berasal dari filsuf Romawi, ubi societas ibi ius, menjelaskan dimana ada masyarakat disitu ada hukum. Disisi lain untuk memenuhi kebutuhan kebutuhannya melakukan segala aktivitas ekonomi untuk bertahan hidup. Maka hukum yang ada tentu akan berubah dan berkembang, seiring perubahan dan perkembangan yang terjadi di masyarakat. Transaksi Elektronik telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara pelaku usaha dan pembeli di dunia virtual, perkembangan cara transaksi ini berakibat juga dengan perbedaan karakteristik sengketa dalam transaksi elektronik. Transaksi elektronik merupakan penemuan baru dalam bentuk perdagangan yang dinilai lebih dari perdagangan pada umumnya. Prinsip perdagangan dimana penjual dan pembeli bertemu secara fisik atau secara langsung kini berubah menjadi konsep telemarketing yakni perdagangan jarak jauh dengan menggunakan media

internet dimana suatu perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan antar pelaku bisnis. Sistem perdagangan yang dipakai dalam transaksi elektronik ini dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.

Perkembangan Transaksi elektronik membawa banyak perubahan terhadap sektor aktivitas bisnis yang selama ini dijalankan di dunia nyata. Perubahan tersebut ditandai dengan adanya sejumlah upaya dari sektor aktivitas bisnis yang semula berbasis di dunia nyata (reall), kemudian mengembangkannya ke dunia maya (virtual). Penggunaan internet dalam transaksi elektronik ini memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan dalam melakukan interaksi global tanpa batasan waktu yang kini menjadi hal yang biasa. Transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa perlu kertas dan pena, perjanjian face to face (bertemu secara langsung) pelaku bisnis kini tidak diperlukan lagi, sehingga dapat dikatakan perdagangan elektronik atau e-commerce menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi khususnya di Indonesia.

Pemanfaatan teknologi informasi, media, dan komunikasi telah mengubah baik perilaku masyarakat maupun peradapan manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah pula menyebabkan hubungan dunia menjadi tanpa batas (borderless) dan menyebabkan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya signifikan berlangsung sedemikian cepat. Teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan, dan peradapan manusia, sekaligus menjadi teknologi yang sangat rawan dalam mengakomodasi perbuatan Kriminal dan perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh orang-orang yang menguasai teknologi informasi. Pada tahun 2016 disahkan perubahan UU ITE Tahun 2011, menjadi UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU ITE Nomor 11 Tahun 2008. UU ITE Perubahan ini berisi tujuh poin penting yang merevisi UU ITE, terutama melalui UU baru ini pemerintah juga berwenang memutus akses dan/atau memerintahkan penyelenggara sistem elektronik untuk memutus akses terhadap informasi elektronik yang bermuatan melanggar hukum. UU baru ini

diharapkan dapat memberikan kepastian hukum bagi masyarakat, sehingga mereka dapat lebih cerdas dan beretika dalam menggunakan internet.

Pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia menimbulkan sejumlah tantangan, terutama bagi mall atau perusahaan retail yang masih menjual barang konvensional di toko fisiknya. Perubahan minat masyarakat ini membuat beberapa pusat perbelanjaan di Indonesia sepi, karena adanya pergeseran minat konsumen yang lebih memilih menggunakan e-commerce karena menawarkan fasilitas untuk memudahkan proses transaksi jual beli. Perkembangan e-commerce menimbulkan dampak yang bisa positif dan negatif. Dampak positifnya terlihat pada pemanfaatan e-commerce yang berperan dalam mendorong perdagangan impor dan ekspor Indonesia, dengan cakupan geografis dan temporal yang tidak terbatas, serta pentingnya menjaga stabilitas nilai tukar. Selain itu, aktivitas perdagangan dalam negeri juga meningkat signifikan. Pada saat yang sama, dampak negatif juga ada dan tidak dapat dihindari. Terbukti antara tahun 1999 hingga 2015, banyak oknum tidak bertanggung jawab yang melakukan berbagai tindakan penipuan dengan memasarkan produk tanpa memastikan pengiriman ke konsumen. Banyak kasus penipuan terkait pembayaran produk tanpa pengiriman atau produk tidak sesuai dengan gambar yang diiklankan. Ketidakpercayaan masyarakat yang meluas menjadi salah satu faktor yang mengganggu stabilitas digital pada periode ini.

E-Commerce diketahui sangat rentan dan berisiko tinggi, terutama karena konsumen sering kali harus melakukan pembayaran terlebih dahulu (advance paymet) tanpa bisa memastikan kebenaran atau kualitas barang yang dipesan. Pembayaran melalui transfer bank atau penggunaan kartu kredit secara online meningkatkan risiko penipuan baik secara hukum maupun Kriminal. Tidak ada jaminan pasti bahwa barang yang dipesan telah dikirim sesuai dengan pesanan yang telah dibuat. Terlebih mengenai website ataupun platform jual-beli online yang digunakan masyarakat tentunya harus mempunyai regulasi yang jelas supaya konsumen merasa aman. Platform dan situs jual-beli online telah mengalami pertumbuhan yang cepat belakangan ini, dan hal ini telah memiliki dampak besar baik secara langsung maupun tidak langsung pada pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, terkadang baik penjual maupun pembeli kurang memahami prinsip-prinsip

berbisnis yang baik, terutama dalam konteks bisnis online. Oleh karena itu, pemerintah mengatur dengan mewajibkan pendaftaran untuk segala kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan umum, termasuk pendaftaran untuk usaha-usaha elektronik (e-business) seperti toko virtual dan layanan virtual lainnya. Tujuannya adalah untuk mencapai kepastian hukum dalam hal ini . Penulis menyadari bahwa internet, sebagai dunia maya tanpa batas yang tidak memiliki otoritas tertinggi di dalamnya, sangat sulit diatur. Namun, inilah yang menjadi tantangan bagi pemerintah tentunya untuk meregulasi kegiatan usaha yang dilakukan secara elektronik agar tercapainya sebuah kepastian hukum.

Penelitian ini memfokuskan perhatiannya pada TiktokShop, sebuah Social-commerce, dimana terdapat ketidakpastian hukum yang timbul dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Terutama aturan yang menyebutkan dimana Social-Commerce tidak diperbolehkan adanya fitur transaksi pembayaran di dalamnya, fenomena ini tidak boleh disepelekan karena pengguna tiktok dan Tiktok Shop di Indonesia terbilang tidak sedikit. Dampak yang mungkin terjadi tiada lain adalah tidak adanya kepastian hukum yang meregulasi platform Tiktok Shop.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif, Dimana metode penelitian hukum normatif ini yang meneliti hukum dari perspektif dengan objek penelitiannya adalah norma hukum, Penelitian hukum normatif diartikan sebagai penelitian atas aturan-aturan perundangan, baik ditinjau dari sudut hirarki perundang-undangan (vertical) maupun hubungan harmoni perundang-undangan (horizontal). Penelitian hukum normatif ini juga biasa disebut dengan penelitian hukum doktriner atau juga disebut dengan penelitian perpustakaan. Dinamakan penelitian hukum doktriner sebab penelitian ini hanya ditujukan pada peraturan-peraturan tertulis, sehingga penelitian tersebut sangat erat hubungannya pada perpustakaan dikarenakan hukum normatif ini akan membutuhkan data yang bersifat sekunder pada perpustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Regulasi Social-Commerce Tiktok Shop dalam Transaksi Melalui Sistem Elektronik Menurut Pasal No. 31 Tahun 2023

Regulasi merupakan peraturan dibuat membatu, mengendalikan kelompok, lembaga, organisasi dan masyarakat demi mencapai tujuan kehidupan bersama, bermasyarakat dan juga bersosialisasi. Tujuan dibuatnya regulasi atau aturan ini guna untuk mengendalikan manusia atau masyarakat dengan batasan-batasan tertentu. Regulasi ini diberlakukan pada berbagai lembaga masyarakat, baik untuk keperluan masyarakat umum maupun untuk bisnis. Istilah regulasi banyak juga digunakan dalam berbagai bidang, sehingga definisinya memang cukup luas, namun secara umum kata regulasi ini digunakan untuk menggambarkan suatu Peraturan yang berlaku dalam kehidupan bermasyarakat.

Tiktok Shop Adalah suatu wadah jual beli terbaru yang dirilis oleh aplikasi Tiktok yang melibatkan penjual, pembeli dan creator di dalamnya. Tiktok Shop merupakan alat belanja online baru yang mana penjual dan pembeli dapat bertransaksi di dalamnya. Kelebihan dari Tikto Shop ini, pengguna dapat langsung berbelanja melalui aplikasi Tiktok tanpa harus berpindah ke aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk yang diinginkan. Toko Tiktok dibandingkan dengan Toko Youtube, Toko Instagram atau Toko Facebook, fitur Toko Tiktok ini tidak mengarahkan pengguna ke situs web toko yang dimaksud. Dalam artian, semua transaksi pembelian, chat dengan penjual, hingga proses pembayaran dilakukan di software Tiktok itu sendiri. Dimana di dalam teori Perlindungan Hukum telah diatur bahwa Perizinan Berusaha menurut Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2023 mengatur tentang perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui system elektronik dengan menetapkan batasan istilah yang digunakan dalam pengaturan. E-Commerce dan Marketplace merupakan dua hal yang sangat berbeda namun tidak dapat dipisahkan antara keduanya. Perbedaan paling mendasar antara keduanya terletak pada sisi platform. E-commerce berdiri sendiri dan focus pada

penjualan barang melalui situs atau web milik mereka sendiri. Di sisi lain, Marketplace adalah platform yang fokus pada penjualan barang dari berbagai toko. Sehingga para pelaku usaha perlu untuk mendaftar dan masuk pada suatu marketplace. Marketplace mengumpulkan berbagai penjual dan pembeli di satu tempat, berbeda dengan E-commerce yang umumnya hanya menampilkan produk dari satu entitas bisnis. Hal ini juga berbeda dengan toko online. Perbedaannya terletak pada peran perantara dalam proses jual beli. Marketplace berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli, memfasilitasi transaksi dan memberikan rasa aman bagi konsumen. Sementara itu, toko online tidak memerlukan perantara karena transaksi terjadi langsung antara penjual dan pembeli melalui situs web milik penjual. Dalam toko online, penjual memiliki kendali penuh atas pengalaman belanja dan interaksi dengan pelanggan.

Kegiatan perdagangan yang berlangsung dalam fitur tambahan aplikasi tiktok ini masih mengacu pada peraturan menteri perdagangan (Permendag) yaitu Permendag Nomor 50 Tahun 2022 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dalam aturan tersebut belum adanya larangan bagi penyelenggara media social untuk memfasilitasi transaksi pada sistem elektroniknya, sehingga tindakan yang dilakukan Tiktok untuk membuat fitur tambahan yakni TiktokShop tidak melanggar aturan hukum. Keberjalanan arus perdagangan pada tiktok shop ini mengalami peningkatan yang signifikan terhadap ekosistem bisnis dan digital di Indonesia, karena memberikan pengalaman berbelanja yang unik dengan memanfaatkan format video pendek yang sejalan dengan tren konten visual yang mendominasi di dunia digital dan adanya kolaborasi dengan para kreator konten yang berhasil menarik perhatian generasi milenial Indonesia.

Oleh sebab itu, Tiktok menempati posisi kedua sebagai aplikasi dengan jumlah pengguna aktif sekitar 99,1 juta orang di Indonesia yang berusia 18 tahun ke atas per kuartal pertama 2022 dan menghabiskan rata-rata 23,1 jam per bulan, jumlah ini mengalami peningkatan secara terus menerus. Angka ini menunjukkan betapa signifikan peran tiktok dalam ekosistem digital di Indonesia, dengan semakin banyaknya orang yang memanfaatkan platform ini baik untuk

hiburan maupun untuk keperluan perdagangan melalui fitur Tiktok Shop. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aplikasi tiktok ini sangat banyak diminati sebagian besar masyarakat Indonesia yang memiliki dua fungsi sekaligus dalam satu aplikasi dan memberikan kemudahan bagi para pengguna khususnya para pelaku usaha untuk melakukan promosi dan bertransaksi antara penjual dan pembeli. Dengan di munculnya dua fungsi dalam satu aplikasi tersebut, membuat persaingan yang ketat dalam ekosistem perdagangan sehingga menimbulkan sebagian besar para pelaku usaha mengalami kerugian khususnya para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang hanya mempunyai toko fisik saja. Pasalnya banyak dari belum dapat mengimplementasikan digitalisasi dengan melakukan promosi di media sosial dan mempunyai toko secara online di suatu marketplace.

Berdasarkan hal tersebut, Indonesia berkomitmen untuk memberikan kepastian ekosistem perdagangan dapat berjalan dengan adil dan sehat. Oleh karena itu, Indonesia mempunyai regulasi peraturan yang utama dalam bidang perdagangan di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang kemudian mempunyai aturan turunan dari peraturan pemerintah, peraturan menteri dan peraturan daerah. Dalam perdagangan melalui sistem elektronik ini juga diatur dengan beberapa peraturan lain seperti Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik diubah dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik, peraturan pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Menteri Komunikasi dan informatika Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang kemudian diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan hal tersebut.

Oleh karena itu, perlunya adanya perizinan usaha berbagai jenis model bisnis untuk menciptakan ekosistem perdagangan melalui sistem elektronik yang sehat dan aman ini dengan dibentuknya Permendag Nomor 31 Tahun 2023 ini yang

mengatur marketplace dan sosial E-commerce yakni penyelenggara media sosial yang memiliki perbedaan dalam perizinanya, sehingga harus diajukan ke kementerian perdagangan. Dengan demikian, aturan yang mengharuskan Tiktok Shop memiliki izin sebagai marketplace dan memisahkan antara aplikasi marketplace dan media sosialnya adalah langkah yang penting dalam mengatur E-Commerce, melindungi konsumen, dan memastikan kepatuhan para pelaku usaha terhadap peraturan yang berlaku, termasuk perizinan usaha, standarisasi barang, peraturan harga, dan perlindungan data, yang semuanya sangat penting untuk menjaga keadilan dan keamanan dalam ekosistem perdagangan elektronik. Perlunya perizinan usaha berbagai jenis model bisnis untuk menciptakan ekosistem perdagangan melalui sistem elektronik yang sehat dan aman ini dengan dibentuknya Permendag Nomor 31 Tahun 2023 .

Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Antar Negara

Perdagangan yang telah direformasi dengan basis teknologi canggih, e-commerce, mengubah perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. E-commerce telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam e-commerce dirancang untuk mendukung penandatanganan secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai saat pembelian, pemeriksaan, hingga pengiriman. Kemajuan teknologi informasi memiliki dampak yang signifikan bagi konsumen dan produsen. Di satu sisi, konsumen menjadi kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Mereka dapat dengan mudah membandingkan harga, kualitas, dan ulasan produk dari berbagai sumber sebelum membuat keputusan pembelian. Begitu pula bagi seorang produsen, kemajuan ini memberi dampak positif memudahkan pemasaran produk sehingga menghemat biaya dan waktu.

Oleh sebab itu, karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu adanya penanganan lebih besar. Dampak negatif dari e-

commerce itu lebih cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan suatu produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan juga hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Contoh kasus saat kita belanja barang secara online, tetapi barang yang kita beli tersebut tidak sama dengan yang ditampilkan difoto pada iklan yang dipajang. Apakah itu termasuk dalam pelanggaran Hak terhadap konsumen ? apakah bisa menuntut penjual untuk mengembalikan dana uang atau mengggantikan barang yang telah kita beli tersebut. Maka dari itu, perlunya adanya perlindungan di dalam konsumen, perlindungan konsumen ini sangat diperlukan dalam e-commerce untuk memastikan bahwa setiap hak-hak konsumen dijaga selama transaksi berlangsung, konsumen, yang dimaksud di sini, adalah setiap individu yang menggunakan pengguna barang atau jasa, baik kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, dan bukan untuk tujuan produksi ulang atau perdagangan kembali, dapat bertransaksi dengan aman dan adil. Adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan kepemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penyelenggara kepada konsumen. Perlindungan konsumen bertujuan untuk memastikan bahwa transaksi ini berlangsung secara adil dan transparan, serta konsumen mendapatkan informasi yang jelas dan benar mengenai barang atau jasa yang mereka beli. Dengan perlindungan yang memadai, konsumen dapat merasa aman dalam melakukan transaksi, dan hak mereka dilindungi dari praktik yang merugikan atau tidak adil.

Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa Hak konsumen diantaranya: hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;dll. Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; ha katas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai

kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penffantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidaksesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Kewajiban bagi pelaku usaha sesuai pasal 7 UUPK diantaranya: memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan: memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Lebih tegas lagi Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidak sesuaian spesifikasi barang yang anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam meperdagangkan barang. Oleh karena itu, konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UUPK berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UUPK berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan pasal 62 UUPK, yang berbunyi: “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (20 dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah) Sebagai warga Negara Indonesia dalam melakukan transaksi harus dilindungi oleh badan hukum dengan tertib pada regulasi yang mengaturnya dengan tujuan memperkuat hak-hak itu, maka pelaku usaha harus pula menghormati hak konsumen agar mereka dapat memperoleh kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa,dan juga harus ada perlindungan hukum di dalamnya, serta Keamanan dalam

melakukan transaksi e-commerce agar tidak ada kebocoran data supaya tidak di salah gunakan.

KESIMPULAN

1. Bahwa penerapan regulasi sosial e-commerce tiktok shop dalam transaksi melalui sistem elektronik itu harus di tegakkan tentang perlindungan Hukum, sehingga Tiktok, sebagai aplikasi yang berfungsi ganda sebagai media sosial dan marketplace atau yang disebut social-commerce, memainkan peran penting dalam menghubungkan penjual dan pembeli. Platform ini memungkinkan promosi dan penawaran barang serta jasa dalam satu aplikasi, memudahkan transaksi tanpa harus berpindah aplikasi, serta menyediakan fitur live shopping yang memungkinkan konsumen mendapatkan informasi produk secara langsung dari penjual. Namun, sesuai dengan Pasal 1 Ayat 17 dari Permendag Nomor 31 Tahun 2023, penyelenggara media sosial yang termasuk dalam kategori social-commerce hanya boleh menyediakan fitur, menu, dan fasilitas tertentu untuk melakukan promosi barang dan jasa. Social-commerce dilarang menyediakan fasilitas transaksi langsung antara penjual dan pembeli. Maka dari itu, berlakunya Permendag 31 Tahun 2023 ini memberikan aturan yang tegas kepada Tiktok dalam Pasal 21 Ayat (3) bahwa PPMSE dengan model bisnis sosial-commerce dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektronik. Sehingga harus dipisahkan antara media sosial dan marketplace untuk mencegah terjadinya persaingan dan kebocoran data dari internal yang bersifat ketidaksengajaan atau kelalaian dan intentional threats faktor eksternal seperti peretasan data melalui serangan siber hacking, virus, dan lain-lain.
2. Bahwa transaksi harus dilindungi oleh badan hukum dengan tertib pada regulasi yang mengaturnya dengan tujuan memperkuat hak-hak itu, maka pelaku usaha harus pula menghormati hak konsumen agar mereka dapat memperoleh kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa, dan juga harus ada perlindungan hukum di dalamnya, serta Keamanan dalam melakukan transaksi e-commerce agar tidak ada kebocoran data supaya tidak di salah gunakan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah, 2017. *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung: Nusa Media.
- Conney Stephanie, 2021. “*Apa Itu Tiktok Shop dan Cara Menggunakanya*”, dalam www.tekno.kompas.com, 15 September 2021, diakses pada tanggal 1 Juni 2024.
- Dian Utami Sutiksno, Ratnadewi, 2023. *E-Commerce*. Bandung: Eureka Media Aksara.
- Elisabeth Nurhaini Butarbutar, 2018. *Metode Penelitian Hukum Langkah-langkah untuk Menemukan Kebenaran dalam Ilmu Hukum*. Bandung: Refika Aditama.
- Filep Wamafma, 2023. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce*. Banyumas: Amerta Media.
- Zahra Afina Mahran, Muhammad Hasan Sebyar, 2023. “*Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia*”, Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial, Volume 1 No.4 November 2023, Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Sumatera