

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Era Globalisasi yang dipenuhi dengan Teknologi di Indonesia banyak bermunculan berbagai Aplikasi / *Platform Digital* dalam semua lini kehidupan , salah satunya adalah dalam bidang ekonomi dimana hal ini memiliki dampak positif maupun dampak negatif, setiap orang akan menjalani kegiatan perekonomian untuk memenuhi kebutuhan hidupnya , pada suatu waktu dengan keadaan apapun pasti akan menjadi konsumen suatu produk barang atau jasa yang dimana dapat berkedudukan tunggal maupun berkelompok bersama orang lain . Karena bersifat menyeluruh dan universal pada beberapa sisi menampakkan adanya beberapa kelemahan pada konsumen, sebagai akibatnya konsumen tidak memiliki kedudukan yang “aman”. Oleh karenanya secara fundamental konsumen juga membutuhkan proteksi hukum yang sifatnya universal juga. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen lebih lemah pada umumnya, dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat , maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu penting untuk dikaji ulang untuk menjawab problematika yang sering muncul di masyarakat.

Indonesia adalah negara yang sangat membuka lebar gerbang perekonomiannya yang salah satunya dengan memajukan sektor investasi. Terbukti dari banyaknya Entitas yang menawarkan Investasi, melalui cara

konvensional sampai dengan memanfaatkan teknologi dengan berkembangnya sektor Investasi ini Indonesia diharapkan akan semakin maju dalam sektor perekonomian dan mampu mensejahterakan rakyat serta negeri. Kemajuan sektor perekonomian yang memanfaatkan teknologi juga harus bersamaan dengan pemahaman masyarakat terhadap resiko-resiko yang ada , karena tanpa pemahaman yang cukup akan sangat rawan terjadi kerugian. Investasi yang menggunakan *platform* digital ini dalam beroprasiannya harus terdaftar dalam Penyelenggara Sistem Elektronik (“PSE”) merujuk pada Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (“PP 71/2019”) , Pasal 6 ayat (1) dan (2) PP 71/2019 menyebutkan Setiap PSE baik lingkup publik dan privat wajib melakukan pendaftaran sebelum sistem elektronik mulai digunakan oleh pengguna sistem elektronik. sesuai Pasal 6 ayat (3) dan (4) PP 71/2019 Pendaftaran PSE diajukan kepada Menteri Komunikasi dan Informatika melalui pelayanan perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan lebih lanjut mengenai pendaftaran PSE mengacu pada norma, standar, prosedur, dan kriteria yang diatur dengan peraturan menteri.

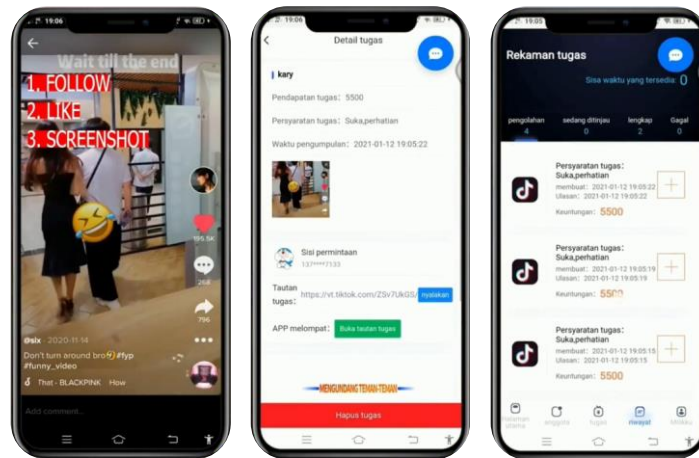
platform digital yang hendak melakukan kegiatan *financial thecnology* harus terdaftar sebagai Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik sebelum mendapatkan izin dari SWI (Satgas Waspada Investasi) yang dipimpin OJK (Otoritas Jasa Keuangan) . SWI merupakan forum koordinasi yang beranggotakan 13 Kementerian dan Lembaga yang bertujuan untuk

menjalin sinergi serta memperkuat kerjasama dalam mencegah dan menangani maraknya tawaran dan praktek investasi ilegal.

Faktanya masyarakat Indonesia banyak yang belum memahami bahayanya menginvestasikan uang pada *platform digital* yang menjanjikan kemudahan untuk mendapatkan keuntungan dengan hanya melakukan hal yang mudah tanpa bekerja keras, hal tersebut biasanya adalah aplikasi yang menerapkan *Money Game* dengan sistem berjenjang atau menggunakan skema piramida maupun *ponzi*. Saat ini dimasyarakat sedang ramai oleh salah satu aplikasi yaitu *TikTok Cash*, *TikTokCash* adalah entitas ilegal yang telah dihentikan kegiatan usahanya oleh Satgas Waspada Investasi (SWI). Aplikasi tersebut menawarkan sejumlah uang kepada pengguna setelah menyelesaikan tugas yang diberikan, tugas yang diberikan hanya dengan memperbanyak menonton konten video di sebuah *platform*, menyukai postingan, dan mengikuti akun. Aplikasi tersebut mengklaim sebagai *platform* yang menghubungkan pengguna *TikTok* dengan ekonomi selebriti internet, hal ini membuat banyak masyarakat mengunduh dan menjadi penggunanya karena tergiur dengan keuntungan yang diberikan.



Gambar 1 : *Tik Tok Cash*, Tampilan Aplikasi, Penawaran Keanggotaan



Gambar 2 : Tugas yang diberikan *Tik Tok Cash* , klaim Komisi

Gambar diatas adalah tampilan aplikasi *TikTok Cash* yang mana pada aplikasi tersebut menawarkan pilihan pengguna untuk menjadi *member* / anggota dengan membayar sejumlah nominal yang ditentukan, setelah menjadi *member* / anggota pengguna aplikasi akan mendapatkan tugas untuk diselsaikan, setelah tugas tersebut terselsaikan maka pengguna berhak mendapatkan komisi . Maka disini timbul Hak dan Kewajiban antara Pengguna Aplikasi sebagai konsumen dan Pengembang Aplikasi sebagai pelaku usaha , meskipun tidak dengan kontrak / perjanjian tertulis Dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik atau UU ITE Pasal 1 angka (17) memuat pengertian tentang Kontrak Elektronik, yaitu “perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik” .

Namun Aplikasi *TikTok Cash* telah di blokir dengan latar belakang aktivitas transaksi yang dilakukan melanggar hukum ,selain itu juga karena aplikasi tersebut tidak memiliki izin dan diduga *Money Game* dengan sistem

berjenjang atau menggunakan skema piramida maupun *ponzi* tanpa ada barang atau jasa , yang berpotensi merugikan pemakainya. Pemblokiran *TikTok Cash* tersebut dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) berdasarkan permintaan resmi Satgas Waspada Investasi (SWI) , melalui siaran pers di Jakarta, pada tanggal 1 Maret 2021 Satgas Waspada Investasi hentikan *tiktok cash* dan *snack video* (terpublis dalam SP 02/SWI/III/202).

Dampak dari diblokirnya *TikTok Cash* Pengguna Aplikasi tidak dapat mengakses kembali Aplikasi tersebut dan Saldo / dana yang telah di *Top Up* masih tertahan dan tidak bisa dicairkan , berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen yang menyebutkan “Perlindungan Konsumen (Pengguna Aplikasi) berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum .” , maka permasalahan yang dialami oleh Pengguna Aplikasi *TikTok Cash* perlu ditindak lanjuti agar asas perlindungan konsumen salah satunya yaitu kepastian hukum dapat terealisasi , permasalahan ini akibat dari tidak terpenuhinya Hak konsumen yang mana pada Pasal 4 Ayat 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa “ hak atas informasi yang benar , jelas , dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa: ” , ketidak jujuran pengembang aplikasi selaku pelaku usaha mengenai dana / komisi yang diperoleh , siasat yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dengan klaim bahwa dana / komisi yang diperoleh merupakan bersumber dari *sponsor*

ekonomi selebriti internet , kenyataannya dana / komisi tersebut berasal dari perputaran uang pendaftaran *member* / anggota , hal ini ditengarai sebagai *money game*.

Pengembang Aplikasi *TikTok Cash* selaku pelaku usaha telah melakukan perbuatan yang dilarang , mengutip pada Pasal 8 ayat 1 huruf f Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen , dimana perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu “ (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa : f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label , etiket , keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut “

Permasalahan tersebut akan menjadi kendala besar dalam masyarakat yang menjadi konsumen atau pengguna Aplikasi, maka pemerintah melalui Satgas Waspada Investasi (SWI) satuan yang memiliki Tugas Penanganan dan Dugaan Tindakan Melawan Hukum di Bidang Penghimpunan Dana Masyarakat dan Pengelolaan Investasi yang diketuai oleh OJK. SWI merupakan forum koordinasi yang beranggotakan 13 Kementerian dan Lembaga yang bertujuan untuk menjalin sinergi serta memperkuat kerjasama dalam mencegah dan menangani maraknya tawaran dan praktek investasi ilegal, mempunyai peran strategis baik itu dalam mengawasi atau memberi perlindungan bagi masyarakat, keterlibatan secara langsung baik itu pemerintah maupun Undang-Undang dalam permasalahan di dunia *financial technology* yang tergolong *cyber crime* ini merupakan salah satu hal penting yang dibutuhkan khususnya untuk menjadi regulator dalam menyelesaikan

permasalahan yang kerap terjadi di bidang investasi dengan media elektronik (*financial technology*).

Berlandaskan uraian diatas maka Penulis tertarik untuk mengangkat judul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PENGGUNA APLIKASI TIKTOK CASH”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana aspek perlindungan konsumen dalam penggunaan aplikasi *TikTok Cash* ?
2. Apa upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat penggunaan Aplikasi *TikTok Cash* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum yang didapatkan oleh konsumen sebagai pengguna aplikasi *TikTok Cash* dan mengetahui bagaimana peran Satgas Waspada Investasi (SWI) yang dipimpin Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam pelaksanaan pengawasan Aplikasi yang melakukan transaksi elektronik di Indonesia.
2. Mengetahui dan menganalisis upaya yang dapat ditempuh dilakukan oleh konsumen apabila dirugikan akibat penggunaan Aplikasi *TikTok Cash*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk mendalami dan mempraktekkan teori yang telah diperoleh penulis selama kuliah di Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- b. Untuk memberikan sumbangan dalam bentuk pola pemikiran khususnya mengenai problematika yang berkaitan dengan perlindungan konsumen sesuai peraturan yang ada.
- c. Untuk menjadi acuan penelitian-penelitian sejenis tahaap berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Memperluas wawasan, membentuk pola pikir, dan membantu penulis dalam menerapkan ilmu yang di peroleh
- b. Mencari kesesuaian antara teori yang didapat melalui perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan, membantu, dan memberikan memberi masukan kepada semua pihak yang membutuhkan pengetahuan terkait dengan penelitian ini.

1.5 KAJIAN PUSTAKA

1.5.1 Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1.5.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum Perlindungan hukum bila dijelaskan harfiah dapat menimbulkan banyak persepsi. Sebelum kita mengurai perlindungan hukum dalam makna yang sebenarnya dalam ilmu hukum, menarik pula untuk mengurai sedikit mengenai pengertian-pengertian yang dapat timbul dari penggunaan istilah perlindungan hukum, yakni Perlindungan hukum bisa berarti perlindungan yang diberikan terhadap hukum agar tidak ditafsirkan berbeda dan tidak diciderai oleh aparat penegak hukum dan juga bisa berarti perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap sesuatu. Perlindungan hukum juga dapat menimbulkan pertanyaan yang kemudian meragukan keberadaan hukum. Oleh karena hukum sejatinya harus memberikan perlindungan terhadap semua pihak sesuai dengan status hukumnya karena setiap orang memiliki kedudukan yang sama dihadapan hukum. Setiap aparat penegak hukum jelas wajib menegakkan hukum dan dengan berfungsinya aturan hukum, maka secara tidak langsung pula hukum akan memberikan perlindungan terhadap setiap hubungan hukum atau segala aspek dalam kehidupan masyarakat yang diatur oleh hukum itu sendiri.

Perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni

keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat *preventif* (pencegahan) maupun dalam bentuk yang bersifat *represif* (pemaksaan), baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.¹

Menurut Philipus Hadjon, perlindungan hukum bagi rakyat meliputi dua hal, yaitu:

Pertama : Perlindungan Hukum *Preventif*, yaitu bentuk perlindungan hukum dimana kepada rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang *definitif*;

Kedua : Perlindungan Hukum *Represif*, yaitu bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan dalam penyelesaian sengketa.²

Perlindungan hukum menurut Philipus Hadjon, yaitu:

“Selalu berkaitan dengan kekuasaan. Ada dua kekuasaan yang selalu menjadi perhatian, yakni kekuasaan pemerintah dan kekuasaan ekonomi. Dalam hubungan dengan kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi rakyat (yang diperintah), terhadap pemerintah (yang memerintah). Dalam hubungan dengan

¹ <http://statushukum.com/perlindungan-hukum.html>. Di akses 05 Maret 2021 pukul 13.315.

² Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: Bina Ilmu, 1987, hlm 5.

kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi pekerja terhadap pengusaha.³

Perlindungan hukum menurut bahasa Belanda yaitu:

Recht bercherming van de bergers tegen de over head. Yakni adalah segala bentuk tindakan / perlakuan yang bertujuan memberikan kondisi aman, nyaman, dan berkepastian hukum bagi subyek hukum baik orang perseorangan (*persoon*) maupun badan hukum (*rechtpersoon*).⁴

Secara konseptual, perlindungan hukum yang diberikan bagi rakyat Indonesia merupakan implementasi atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila dan prinsip Negara Hukum yang berdasarkan Pancasila.

1.5.1.2 Pengertian Konsumen

Sebagai istilah yang sering dipergunakan dalam percakapan sehari-hari, merupakan istilah yang perlu untuk diberikan batasan pengertian agar dapat mempermudah pembahasan tentang perlindungan konsumen. Berbagai pengertian tentang “konsumen” yang dikemukakan baik dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebagai upaya kearah terbentuknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun dalam Undang-Undang.⁵

³ Asri Wijayanti, *Hukum ketenagakerjaan Pasca Reformasi*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009, hlm 10.

⁴ Didit Saltriwiguna, *Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Debitur Akibat kenaikan Suku Bunga Kredit Bank*, (Bandung :Uinversitas Parahyangan Program Sarjana), hlm 4.

⁵ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta : Rajawali-Pers, 2011, hlm 19

Berikut adalah pendapat para ahli dan menurut Undang-Undang Republik Indonesia mengenai definisi konsumen:

a. Menurut Philip Kotler

Konsumen / Pengguna adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.⁶

b. Menurut Wira Suteja

Konsumen / Pengguna adalah orang yang menciptakan pandangan tentang perusahaan kita, tentang baik atau buruk pelayanan kita.⁷

c. Menurut Az. Nasution

Konsumen / Pengguna adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa digunakan untuk tujuan tertentu⁸

d. Pasal 1 Angka 2 UUPK No. 8 Tahun 1999

Sebagai akhir dari usaha pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, adalah dengan lahirnya UUPK Pasal 1 angka 2 yang di dalamnya dikemukakan pengertian konsumen, sebagai berikut:

“Konsumen (Pengguna) adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat,

⁶ Philip Kotler, *Principles of Marketing*, Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs New Jersey, 1980, 267-268.

⁷ http://carapedia.com/pengertian_definisi-konsumen_info2078.html, diakses 05 Maret 2021 Pukul 15.10.

⁸ Celina Tri Sivi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Sinar Grafika, 2011, hlm 25.

baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁹

Pengertian konsumen dalam UUPK ini lebih luas daripada pengertian konsumen pada kedua Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang telah disebutkan sebelumnya, karena dalam UUPK juga meliputi pemakaian barang untuk kepentingan makhluk hidup lain. Hal ini berarti bahwa UUPK dapat memberikan perlindungan kepada konsumen yang bukan manusia (hewan, maupun tumbuh-tumbuhan).¹⁰

- e. Menurut Pasal 1 ayat 2 UU No. 8 Tahun 1999 dan Pasal 1 ayat 2 Keputusan Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 adalah:

“konsumen (Pengguna) adalah Setiap orang pemakai barang dan /jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan”.¹³

Ternyata pengertian konsumen dalam UUPK tidak hanya konsumen secara individu, juga meliputi pemakaian barang untuk kepentingan makhluk hidup lain, seperti binatang peliharaan, tetapi tidak diperluas pada individu pihak ketiga (*bystander*) yang dirugikan atau menjadi korban akibat penggunaan atau pemanfaatan suatu produk

⁹ Ahmad Miru, *Op. Cit.*, hlm 20.

¹⁰ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta : Kencana, 2011, hlm 63.

barang dan jasa.¹¹

Berikut adalah unsur-unsur Definisi Konsumen:

1. Setiap Orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Hal ini berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk “pelaku usaha” dalam Pasal 1 angka (3), yang secara *explicit* membedakan kedua pengertian *persoon* di atas menyebutkan kata-kata “orang perseorangan atau badan usaha”.¹²

UUPK tampaknya berusaha menghindari penggunaan kata “produsen” sebagai lawan kata “konsumen”. Untuk itu digunakan kata “pelaku usaha” yang bermakna lebih luas. Istilah terakhir ini dipilih untuk memberi arti sekaligus bagi kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual, dan *terminology* lain yang lazim diberikan.¹³

¹¹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, *Ibid.*

¹² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hlm 27.

¹³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Ibid.*

2. Pemakai

Sesuai dengan bunyi Penjelasan Pasal 1 angka (2) UUPK, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (*the privity of contract*).

Sebagai ilustrasi dari uraian itu dapat diberikan contoh berikut, seseorang memperoleh paket hadiah atau parcel pada hari ulang tahunnya isi paketnya makanan dan minuman kaleng yang dibeli si pengirim dari swalayan.¹⁴

3. Barang dan/atau jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti *terminology* tersebut digunakan

¹⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti , hlm 27-28.

kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang. Dalam dunia perbankan, misalnya istilah produk dipakai juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan.

UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah “dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan”.¹⁵

4. Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia dipasaran (lihat juga bunyi Pasal 9 ayat (1) huruf e UUPK. Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini, syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (*developer*) perusahaan sudah biasa mengadakan transaksi terlebih dulu sebelum bangunannya jadi.

¹⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm 29.

Bahkan untuk jenis-jenis transaksi konsumen tertentu, seperti *futures trading*, keberadaan barang yang diperjualbelikan bukan sesuatu yang diutamakan.¹⁶

5. Bagi Kepentingan Diri Sendiri dan Keluarga, Orang lain, Makhluk Hidup lain.

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain. Unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (di luar diri sendiri dan keluarga) bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan. Dari sisi teori kepentingan setiap tindakan manusia adalah bagian dari kepentingannya. Oleh sebab itu penguraian unsur itu tidak menambah makna apa-apa karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/atau jasa (terlepas ditujukan untuk siapa dan makhluk hidup lain), juga tidak terlepas dari

¹⁶Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Ibid.*

kepentingan pribadi.¹⁷

6. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen berbagai negara. Secara teoritis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen, walaupun dalam kenyataannya sulit menetapkan batas-batas seperti itu.¹⁸

1.5.1.3 Ciri-ciri Konsumen

Terdapat dua persepsi tipe konsumen yang akan mendapatkan perlindungan. Menurut Hans W. Micklitz, seorang ahli hukum konsumen dari Jerman yaitu:

1. Konsumen yang terinformasi (*well-informed*).
2. Konsumen yang tidak terinformasi.¹⁹
 - a. Ciri-ciri konsumen yang terinformasi sebagai tipe pertama adalah:
 - Memiliki tingkat pendidikan tertentu
 - Mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi

¹⁷ *Ibid.*, hlm 30.

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*, hlm 34.

pasar

- Lancar berkomunikasi

Dengan memiliki tiga potensi, konsumen jenis ini mampu bertanggung jawab dan relatif tidak memerlukan perlindungan.²⁰

- b. Ciri-ciri konsumen yang tidak terinformasi sebagai tipe kedua memiliki ciri-ciri, antara lain:

- Kurang pendidikan
- Termasuk kategori kelas menengah ke bawah
- Tidak lancar berkomunikasi.²¹

Konsumen jenis ini perlu dilindungi, dan khususnya menjadi tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan.²²

1.5.1.4 Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan

²⁰Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm 34-35

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

hukum tentang hak-hak konsumen.²³

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to beinformed*)
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)²⁴

Selanjutnya hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)

Hak atas keamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengonsumsi suatu produk.²⁵

- b. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadai informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu

²³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm 30.

²⁴ *Ibid*, hlm 31.

²⁵ Ahmadi Miru-Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Rajawali Pers, 2011, hlm 41.

bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhan serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.²⁶

c. Hak untuk memilih (*the right to choose*)

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan hak kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak untuk memilih ini konsumen berhak memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk, demikian pula keputusan untuk memilih baik kualitas maupun kualitas jenis produk yang dipilihnya.

Hak memilih yang dimiliki oleh konsumen ini hanya ada jika ada alternatif pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai

²⁶ *Ibid.*

secara monopoli oleh suatu produsen atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (baik barang maupun jasa), maka dengan sendirinya hak untuk memilih ini tidak akan berfungsi.²⁷

d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak untuk didengar ini merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, ataukah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pertanyaan/pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hak ini dapat disampaikan baik secara perorangan maupun secara kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu misalnya YLKI.²⁸

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya organisasi-

²⁷Ahmadi Miru-Sutarman Yodo, hlm 42.

²⁸*Ibid*, hlm 43-34.

organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Langkah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen harus diawali dengan upaya untuk memahami hak-hak pokok konsumen, yang dapat dijadikan sebagai landasan perjuangan untuk mewujudkan hak-hak tersebut.²⁹

Hak konsumen yang sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 UU No.8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut:

1. Hak konsumen / pengguna atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa
2. Hak konsumen / pengguna untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
3. Hak konsumen / pengguna atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
4. Hak konsumen / pengguna untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
5. Hak konsumen / pengguna untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian permasalahan, sengketa, perselisihan perlindungan konsumensecara patut
6. Hak konsumen / pengguna untuk mendapat pembinaan, edukasi, dan pendidikan konsumen

²⁹Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, hlm 31.

7. Hak konsumen / pengguna untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
8. Hak konsumen / pengguna untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya³⁰

Di samping hak-hak dalam Pasal 4, juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam Pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan *antinomi* dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen.³¹

Apabila konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak-hak konsumen yang disebutkan diatas harus dipenuhi, baik oleh pemerintah maupun oleh produsen.³²

Berikut adalah kewajiban konsumen menurut pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu antara lain:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian , penggunaan 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.³³

³⁰ *Ibid.*, hlm 31-32.

³¹ *Ibid.*, hlm 32.

³² Ahmadi Miru-Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm 47.

³³ *Ibid.*

1.5.1.5 Pengertian Perlindungan Konsumen

Pada hakekatnya, terdapat dua instrumen hukum penting yang menjadi landasan kebijakan perlindungan konsumen di Indonesia, yakni:

Pertama, Undang-Undang Dasar 1945, sebagai sumber dari segala sumber hukum di Indonesia, mengamanatkan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Tujuan pembangunan nasional diwujudkan melalui sistem pembangunan ekonomi yang demokratis sehingga mampu menumbuhkan dan mengembangkan dunia yang memproduksi barang dan jasa yang layak dikonsumsi oleh masyarakat.

Kedua, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Lahirnya Undang-undang ini memberikan harapan bagi masyarakat.

Indonesia, untuk memperoleh perlindungan atas kerugian yang diderita atas transaksi suatu barang dan jasa. UUPK menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen. Perlindungan Konsumen pada dasarnya merupakan bagian penting dalam ekonomi pasar (*laissez faire*). Di pasar bebas, para pelaku menawarkan produk dan jasa dengan tujuan mencari keuntungan di satu sisi, berhadapan dengan para pembeli dan konsumen yang ingin memperoleh barang dan atau jasa yang murah dan aman di sisi lain. Tetapi di dalam pasar bebas, kedua pihak itu tidak memiliki kekuatan yang sama. Posisi

pihak pelaku usaha jauh lebih kuat ketimbang para konsumen yang merupakan perorangan, karena penguasaan informasi tentang produk sepenuhnya ada pada produsen.³⁴

Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Selain diatur didalam UUPK, pemberian informasi yang benar, jelas dan sesuai dengan keadaan barang maupun jasa tersebut juga dijelaskan dalam UU ITE, yaitu dalam ketentuan Pasal 28 ayat (1) menyatakan bahwa apabila seseorang melakukan penyebaran berita bohong yang tidak memiliki hak untuk menyebarkan dan dapat menyesatkan seseorang dalam melakukan kerugian terhadap transaksi online maka dapat dihukum sesuai dengan Pasal 45 ayat (2) UU ITE yang menyatakan apabila seseorang memenuhi unsur sebagaimana yang dimaksudkan dengan Pasal 28 ayat (1) dan (2) maka dapat dipidanakan dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).³⁵

³⁴ Nining Muktamar et al., *Berperkara Secara Mudah, Murah dan Cepat, Pengenalan Mekanisme Alternatif Penyelesaian Sengketa Konsumen : Pelajaran dari Uni Eropa*. Piramedia, Jakarta, 2005. hal. 2.

³⁵ Ni Putu Januaryanti Pande, "Perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik impor yang tidak terdaftar di BBPOM Denpasar, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 6, No. 1. hlm.18

1.5.1.6 Tujuan dan Asas-asas Perlindungan Konsumen

Berkaitan dengan asas yang terkandung di dalam usaha memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, ada sejumlah tujuan perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah.

Sesuai dengan pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen, tujuan dari Perlindungan Konsumen adalah:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri,
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa,
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen,
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha,
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa,

kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

menurut Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Nomor 8 Tahun 1999 ini adalah:

1. Asas manfaat
2. Asas keadilan
3. Asas keseimbangan
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta
5. Asas kepastian hukum³⁶

Asas Perlindungan Konsumen secara garis besar penjelasannya adalah ;

1. Asas Manfaat; mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan, Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak diatas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing- masing pihak, produsen dan konsumen, apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh

³⁶ Janus Sidabalok, Op. Cit., hlm 31.

lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.

2. Asas Keadilan; partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil, Asas Keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Karena itu, undang- undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha (produsen).

3. Asas Keseimbangan; memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual, Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha (produsen), dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, produsen, dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan

secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan atas kepentingannya yang lebih besar dari pihak lain sebagai komponen bangsa dan negara.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen; memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam kenyamanan dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Karena itu, undang-undang ini membebaskan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi dan menetapkan sejumlah larangan yang harus dipatuhi oleh produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

5. Asas Kepastian Hukum; baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik

pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.³⁷

Mengamati tujuan dan asas yang terkandung di dalam undang-undang ini, jelaslah bahwa undang-undang ini membawa misi yang besar dan mulia dalam mewujudkan kehidupan berbangsa dan bernegara.³⁸

1.5.1.7 Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Konsumen

Perlindungan konsumen tentu tidak cukup hanya mengandalkan ketentuan yang terdapat dalam UUPK, karena UUPK sendiri menentukan bahwa segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini.

Di samping itu, masih terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan

³⁷ Janus Sidabalok, *Ibid.*, hlm 31-33.

³⁸ *Ibid.*, hlm 34.

yang melindungi konsumen, di mana UUPK merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakkan hukum di bidang perlindungan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, maka akan dibahas lewat berbagai peraturan perundangan, terutama di luar UUPK, yang merupakan refleksi prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia. Pembahasan tersebut didasarkan pada masing-masing prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia sebagaimana telah dikemukakan pada bab sebelumnya, yaitu:

1. Prinsip perlindungan kesehatan/harta konsumen.
2. Prinsip perlindungan atas barang dan harga.
3. Prinsip penyelesaian sengketa secara patut.³⁹

Selanjutnya prinsip Perlindungan Kesehatan/Harta Konsumen Perlindungan kesehatan dan harta konsumen yang dimaksud adalah perlindungan terhadap manusia agar kesehatannya tidak menurun/hartanya tidak berkurang sebagai akibat penggunaan produk. Perlindungan ini sangat penting bagi konsumen, sehingga perlu bagi setiap konsumen. Begitu pentingnya hal ini maka dalam WTO dijadikan suatu bahasa tersendiri, yaitu persetujuan tentang pelaksanaan tindakan perlindungan kesehatan manusia, hewan, dan tumbuh-tumbuhan (selanjutnya disebut perlindungan kesehatan manusia), yang mana

³⁹ Ahmadi Miru, *Op. Cit.*, hlm 183-184.

salah satu ketentuan yang terkandung didalamnya adalah perlindungan kesehatan manusia yang didasarkan pada bukti ilmiah.⁴⁰

Apabila dikaitkan dengan UUPK, maka dalam UUPK tidak ditemukan ketentuan yang khusus menyebutkan bahwa untuk melindungi kesehatan konsumen, dan hanya menyebutkan kata keamanan dan keselamatan konsumen pada uraian tentang asas perlindungan konsumen dan hak konsumen, tanpa uraian lebih lanjut, namun ketentuan yang lebih dapat menjabarkan prinsip perlindungan kesehatan/harta konsumen tersebut dapat dilihat dari berbagai ketentuan hukum yang pada dasarnya juga dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen,⁴¹ diantaranya adalah Pasal 36 dan Pasal 37 Undang-Undang Pangan, yaitu sebagai berikut:

Pasal 36:

- (1) Setiap pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia untuk diedarkan harus memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya.
- (2) Setiap orang dilarang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia dan/atau mengedarkan di dalam wilayah Indonesia pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia apabila pangan tersebut tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya.

Pasal 37:

- Terhadap pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36, Pemerintah dapat menetapkan persyaratan bahwa:
- a. Pangan telah diuji dan/atau diperiksa serta dinyatakan lulus

⁴⁰ Ahmadi Miru, hlm 184.

⁴¹ *Ibid.*, hlm 185.

dari segi keamanan, mutu dan/atau gizi oleh lembaga yang berwenang di negara asal.

- b. Pangan dilengkapi manuskrip dokumen hasil pengujian dan/atau pemeriksaan sebagaimana dimaksud pada huruf a dan atau
- c. Pangan terlebih dahulu diuji dan atau diperiksa di Indonesia dari segi keamanan, mutu dan/atau gizi sebelum diedarkannya

1.5.1.8 Hukum Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan

Menurut Philipus M Hadjon, dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkan suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering di sebut dengan sarana perlindungan hukum, sarana perlindungan hukum dibagi menjadi dua macam yang dapat dipahami, sebagai berikut :

- 1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif (Penegakan Hukum)
 - a. Regulasi

Upaya perlindungan hukum konsumen perbankan oleh Otoritas Jasa Keuangan dapat dilihat dari telah dikeluarkannya beberapa peraturan-peraturan yakni Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 1/POJK.07/2014 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa di Sektor Jasa Keuangan, SEOJK Nomor: 1/SEOJK.07/2014 tentang Pelaksanaan Edukasi dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan Kepada Konsumen dan/atau Masyarakat dan SEOJK Nomor: 2/SEOJK.07/ 2014 tentang Pelayanan dan Penyelesaian Pengaduan Konsumen pada Pelaku Usaha Jasa Keuangan.

b. Pembinaan

Otoritas Jasa Keuangan dalam rangka pelaksanaan fungsi pelayanan dan penyelesaian pengaduan konsumen dan mempertimbangkan aspek manajemen resiko, dalam SEOJK Nomor: 2/SEOJK.07/ 2014 tentang Pelayanan dan Penyelesaian Pengaduan Konsumen pada Pelaku Usaha Jasa, menetapkan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib untuk melakukan pelatihan, dengan mengutamakan karyawan yang tugas sehari-harinya yakni :

- 1) Berhadapan langsung dengan konsumen (front liner)
- 2) Melakukan pengawasan pelaksanaan pelayanan dan penyelesaian pengaduan konsumen; atau
- 3) Terkait dengan penulisan pelaporan kepada Otoritas Jasa Keuangan.

Karyawan yang memenuhi kriteria tersebut wajib mendapatkan pelatihan secara berkala dan wajib mendapatkan pelatihan paling kurang dari satu kali dalam masa kerjanya. Selain itu demi meningkatkan fungsi pelayanan dan pengaduan, pelaku usaha jasa keuangan diwajibkan untuk melakukan evaluasi terhadap setiap pelatihan yang telah diselenggarakan.

c. Sosialisasi

Sehubungan dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 01/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, perlu untuk mengatur ketentuan mengenai pelaksanaan

Edukasi dalam rangka meningkatkan literasi keuangan kepada Konsumen dan/atau masyarakat dalam Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan. Oleh karena itu Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 1/SEOJK.07/ 2014 tentang Pelaksanaan Edukasi dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan Kepada Konsumen dan/atau Masyarakat, yang berisikan :

- 1) Cakupan rencana edukasi
- 2) Pelaksanaan edukasi
- 3) Penulisan, penyampaian dan perubahan rencana edukasi
- 4) Serta laporan pelaksanaan edukasi

Pelaku usaha jasa keuangan diwajibkan menyelenggarakan edukasi dalam rangka meningkatkan literasi keuangan kepada konsumen dan/atau masyarakat. Rencana penyelenggaraan maupun laporan pelaksanaan edukasi tersebut wajib dilaporkan kepada Otoritas Jasa Keuangan setiap tahunnya.

d. Pelayanan pengaduan

Otoritas Jasa Keuangan dalam SEOJK Nomor: 2/SEOJK.07/ 2014 tentang Pelayanan dan Penyelesaian Pengaduan Konsumen pada Pelaku Usaha Jasa, mengatur ketentuan mengenai pelayanan dan penyelesaian pengaduan konsumen pada Pelaku Usaha Jasa keuangan bagaimana mekanisme dalam pelayanan dan penyelesaian pengaduan konsumen. Pelaku usaha jasa keuangan wajib melaporkan secara berkala adanya pengaduan dan tindak lanjut pelayanan dan

penyelesaian pengaduan yang di maksud kepada Otoritas Jasa Keuangan. laporan tersebut disampaikan secara berkala setiap tiga bulan. Apabila pelaku usaha jasa keuangan tidak menyampaikan laporannya secara berkala melebihi jangka waktu tiga bulan secara berturut-turut sejak akhir batas waktu penyampaian laporan, maka pelaku usaha jasa keuangan dikenakan sanksi kewajiban membayar atas keterlambatan dan/atau tidak disampaikannya laporan pengaduan, penanganan dan penyelesaian pengaduan. Dalam SEOJK Nomor: 2/SEOJK.07/ 2014 ini tidak terdapat penjelasan mengenai besaran sanksi yang akan dikenakan oleh Pelaku Usaha Jasa keuangan tersebut.

e. Sanksi

Otoritas Jasa keuangan menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan pada Pasal 9 huruf g menyatakan bahwa Otoritas Jasa Keuangan mempunyai wewenang untuk menetapkan sanksi administratif terhadap pihak-pihak yang melakukan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.⁴²

Pelaku Usaha Jasa Keuangan menurut POJK No.1/POJK.07/2014 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa disektor Jasa Keuangan pada ketentuan Pasal 12 Ayat (1) menetapkan bahwa lembaga jasa keuangan yang melanggar ketentuan

⁴² Rati Maryani , “Palilati|Perlindungan Hukum Konsumen Perbankan Oleh Otoritas Jasa Keuangan” *Jurnal IUS* | Vol IV | Nomor 3 | Desember 2016 | hlm, 54 IUS Kajian Hukum dan Keadilan 54~67

sebagaimana dimaksud dalam Peraturan OJK ini dikenakan sanksi administratif antara lain :

- 1) Peringatan tertulis;
- 2) Denda yaitu kewajiban untuk membayar sejumlah uang tertentu;
- 3) Pembatasan kegiatan usaha;
- 4) Pembekuan kegiatan usaha; dan/ atau
- 5) Pencabutan izin kegiatan usaha.

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif (Penyelesaian Penegakan Hukum)

Menurut ketentuan Pasal 39 POJK No.1/ pojk.07/2013 menjabarkan bahwa apabila antara konsumen dan pelaku usaha jasa keuangan tidak mencapai kesepakatan penyelesaian pengaduan, Konsumen dapat melakukan penyelesaian sengketa di luar pengadilan melalui lembaga alternatif penyelesaian sengketa yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan atau melalui pengadilan.

a. Litigasi Berdasarkan ketentuan Pasal 2 POJK No. 1/POJK.07/2014 Penyelesaian pengaduan oleh lembaga jasa keuangan menurut, wajib diselesaikan terlebih dahulu oleh lembaga jasa keuangan, yang apabila tidak tercapai kesepakatan dalam penyelesaian atas pengaduan tersebut, maka konsumen dan lembaga jasa keuangan dapat melakukan penyelesaian sengketa diluar pengadilan atau melalui pengadilan.

b. Non Litigasi Otoritas Jasa Keuangan telah memberikan sarana dalam penyelesaian sengketa dengan menggunakan jalur non litigasi yakni dengan diterbitkannya Peraturan mengenai sengketa yang dalam penyelesaiannya melalui lembaga alternatif penyelesaian sengketa di sektor jasa keuangan yang diatur lebih lanjut dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2014 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa di Sektor Jasa Keuangan.⁴³

Salah satu tujuan dibentuknya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah untuk melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat dalam melakukan kegiatan dalam sektor jasa keuangan. Perlindungan konsumen yang diamanahkan kepada OJK disebutkan secara eksplisit dalam Pasal 4 (c) UU No. 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan yang dinyatakan sebagai berikut, “OJK dibentuk dengan tujuan agar keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan: (c) mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat.” Perlindungan konsumen di sektor jasa keuangan bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang andal, meningkatkan pemberdayaan konsumen, dan menumbuhkan kesadaran Pelaku Usaha Jasa Keuangan mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat pada sektor jasa keuangan.

⁴³Rati Maryani , Palilat, *Ibid.*

Perlindungan konsumen yang diberikan OJK dianggap penting mengingat begitu kompleksnya aktivitas dalam sektor jasa keuangan. Perlindungan konsumen yang difasilitasi OJK dapat berupa tindakan pencegahan kerugian konsumen, pelayanan pengaduan konsumen dan pembelaan hukum Pasal 28 s.d 30 UUOJK. Lebih lanjut, untuk menyediakan payung hukum yang kuat dalam memberi perlindungan kepada konsumen dalam sektor jasa keuangan, pada tahun 2013, OJK mengeluarkan peraturan Nomor: 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan. (POJKPKSJK). Secara umum POJKPKSJK terdiri dari 7 Bab & 57 Pasal. Bab I: Ketentuan Umum, Bab II: Ketentuan Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, Bab III: Pengaduan Konsumen dan Pemberian Fasilitas Penyelesaian Pengaduan Oleh Otoritas Jasa Keuangan, Bab IV: Pengendalian Internal, Bab V: Pengawasan Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan, Bab VI: Sanksi, Bab VII: Ketentuan Peralihan, Bab VIII: Ketentuan Penutup.

Berbicara mengenai hukum perlindungan konsumen erat hubungannya dengan konsumen itu sendiri. Menurut Shidarta (91/2016) suatu peristiwa hukum perlindungan konsumen dikatakan sudah terjadi apabila ‘konsumen’ secara langsung terlibat di dalamnya. Jika tidak, maka bisa dipastikan bahwa area hukum itu bukan bidang hukum perlindungan konsumen. Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan

perlindungan konsumen adalah ‘segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.’ Perlindungan ini perlu diberikan karena selama ini konsumen dirasa selalu berada dalam posisi yang lemah jika berhadapan dengan para pelaku usaha sehingga perlu dilindungi.

Dalam sektor jasa keuangan, yang dimaksud dengan konsumen adalah ‘pihak-pihak yang menempatkan dananya dan/atau memanfaatkan pelayanan yang tersedia di Lembaga Jasa Keuangan antara lain nasabah pada Perbankan, pemodal di Pasar Modal, pemegang polis pada perasuransian, dan peserta pada Dana Pensiun, berdasarkan peraturan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.’ Adapun yang dimaksud dengan Lembaga Jasa Keuangan, yang juga disebut dengan Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) adalah ‘Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat, Perusahaan Efek, Penasihat Investasi, Bank Kustodian, Dana Pensiun, Perusahaan Asuransi, Perusahaan Reasuransi, Lembaga Pembiayaan, Perusahaan Gadai, dan Perusahaan Penjaminan, baik yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional maupun secara syariah.” 1 Huruf 1 & 2 POJKPKSJK. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa peraturan perlindungan konsumen dalam jasa keuangan dimaksud untuk melindungi kepentingan konsumen dari perilaku negatif yang dilakukan oleh PUJK.

Terkait dengan pembahasan di atas, terdapat lima prinsip penting perlindungan konsumen yang diatur dalam POJKPKSJK. Lima prinsip ini mesti ditaati agar perlindungan konsumen dapat berjalan dengan efektif. Lima prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, transparansi. Prinsip ini mengharuskan PUJK untuk memberikan informasi secara terbuka, jelas dan bahasa yang mudah dimengerti kepada konsumen tentang semua produk yang dimiliki. Hal ini penting agar konsumen bisa memahami secara sempurna produk yang ditawarkan.

Kedua, perlakuan yang adil. Prinsip ini, menekankan agar PUJK berlaku adil dan tidak diskriminatif kepada konsumen dengan memberikan perlakuan yang berbeda antara konsumen yang satu dengan yang lainnya, terutama berdasarkan pada suku, agama dan ras.

Ketiga, keandalan. Maksud dari 'keandalan' dalam prinsip ini adalah segala sesuatu yang dapat memberikan layanan yang akurat melalui sistem, prosedur, infrastruktur, dan sumber daya manusia yang andal.

Keempat, kerahasiaan dan keamanan data/informasi konsumen. Prinsip ini mengatur agar PUJK menjaga dan kerahasiaan dan keamanan data konsumen. PUJK hanya dibolehkan menggunakan data dan informasi sesuai dengan kepentingan dan tujuan yang disetujui oleh konsumen, kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan.

Dan kelima, penanganan pengaduan serta penyelesaian sengketa konsumen secara sederhana, cepat, dan biaya terjangkau. Prinsip ini terkait dengan pelayanan/penyelesaian pengaduan yang dilakukan oleh konsumen dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya. Pelayanan pengaduan konsumen ini difasilitasi oleh OJK untuk mempermudah pengaduan yang dilakukannya. Lalu mekanisme penyelesaian sengketa melalui lembaga penyelesaian sengketa alterantif yang efektif juga ditawarkan kepada konsumen agar sengketa dapat diselesaikan secara cepat penjelasan Pasal 2 POJKPKSJK.

Agar perlindungan konsumen dalam sektor keuangan dapat berjalan dengan maksimal, maka lima prinsip diatas harus dipahami dan diaplikasikan baik oleh PUJK maupun konsumen. Prinsip ini memberi petunjuk umum yang kemudian dijabarkan secara eksplisit dalam pasal-pasal yang ada. Komitmen OJK dalam memberikan perlindungan kepada konsumen diharapkan konsisten. Berbagai inisiatif yang direncanakan dalam Masterplan Sektor Jasa Keuangan 2015-2019 terkait dengan perlindungan konsumen mesti dijalankan agar perlindungan konsumen dalam sektor jasa keuangan dapat berjalan dengan baik.⁴⁴

⁴⁴ <https://business-law.binus.ac.id/2016/08/31/hukum-perlindungan-konsumen-sektor-jasa-keuangan/>, diakses 07 Maret 2021 Pukul 13.37

1.5.1.9 Pengertian Pelaku Usaha

Dalam Pasal 3 *Directive* sebagai pedoman Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) dalam *Product Liability Directive* ditentukan bahwa produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang memasang nama, merknya atau suatu tanda pembedaan yang lain pada produk, menjadikan dirinya sebagai produsen.⁴⁵

Pengertian yang luas juga terdapat dalam UUPK, namun tidak digunakan istilah produsen sebagai lawan dari istilah konsumen, melainkan pelaku usaha. Pengertian pelaku usaha dalam UUPK Pasal 1 angka 3 No.8 tahun 1999, adalah sebagai berikut:

“Pelaku usaha (Pengembang Aplikasi) adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama dengan perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Pengertian pelaku usaha di atas merupakan pengertian yang sangat luas karena meliputi segala bentuk usaha, sehingga akan memudahkan konsumen, dalam arti banyak pihak yang dapat digugat, namun akan lebih baik lagi seandainya UUPK tersebut memberikan rincian sebagaimana dalam *directive*, sehingga konsumen dapat lebih mudah lagi untuk menentukan kepada siapa ia akan mengajukan

⁴⁵ Ahmadi Miru, Op.Cit., hlm 21-22.

tuntutan jika ia dirugikan akibat penggunaan produk.⁴⁶

1.5.1.10 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam kegiatan menjalankan usaha, undang-undang memberikan sejumlah hak dan membebaskan sejumlah kewajiban dan larangan kepada produsen. Pengaturan tentang hak, kewajiban, dan larangan itu dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara produsen dan konsumennya, sekaligus menciptakan iklim berusaha yang kondusif bagi perkembangan usaha dan perekonomian pada umumnya.⁴⁷

Yang menjadi hak-hak dari produsen (pelaku usaha) itu menurut Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk mendapat pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian sengketa hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk pemulihan nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.⁴⁸

Tampak bahwa pokok-pokok hak dari produsen/pelaku usaha adalah menerima pembayaran, mendapat perlindungan hukum, melakukan pembelaan diri, rehabilitas nama baik dan hak-hak lainnya

⁴⁶ Rati Maryani, Palilat, *Ibid*, hlm 23.

⁴⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung : Citra Aditya Bhakti, 2010, hlm 83.

⁴⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, hlm 84.

menurut undang-undang.

Sedangkan kewajiban produsen (pelaku usaha) menurut Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. Beritikad baik dalam melaksanakan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai keadaan atau kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen atau pengguna secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- d. Menjamin kualitas barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen atau pengguna untuk menguji dan /atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian⁴⁹

Dengan demikian, pokok-pokok kewajiban produsen/pelaku usaha adalah beritikad baik dalam menjalankan usahanya, memberikan informasi, memperlakukan konsumen dengan cara yang sama, menjamin produk-produknya, memberi kesempatan bagi konsumen untuk menguji, dan memberi kompensasi.

Jika dibandingkan dengan hak dan kewajiban konsumen sebagaimana diatur di dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini , tampak

⁴⁹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*.

bahwa hak dan kewajiban produsen bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Artinya, apa yang menjadi hak dari konsumen merupakan kewajiban produsenlah untuk memenuhinya, dan sebaliknya apa yang menjadi hak produsen adalah kewajiban konsumen.⁵⁰

1.5.2 Tinjauan Umum Aplikasi TikTok Cash

1.5.2.1 Pengertian Aplikasi

Aplikasi (lebih dikenal sebagai aplikasi) adalah perangkat lunak yang menggabungkan beberapa fitur tertentu dengan cara yang dapat diakses oleh pengguna. Ada jutaan aplikasi di App Store dan toko aplikasi Android, yang menawarkan layanan aplikasi. Aplikasi sendiri adalah dasar dari ekonomi seluler. Sejak kedatangan iPhone pada 2007 dan App Store pada 2008, aplikasi telah menjadi cara utama pengguna memasuki revolusi ponsel cerdas atau smartphone.

Selain itu, aplikasi telah membantu menciptakan sejumlah industri multi-miliar dolar. Misalnya, game seluler sekarang menghasilkan pendapatan lebih dari \$ 30 miliar per tahun, sementara aplikasi dari perusahaan media sosial seperti Facebook secara besar-besaran berkontribusi pada pendapatan multi-miliar dolar mereka setiap kuartal.

Peningkatan popularitas besar-besaran ini berdampak langsung bagi pengiklan. Penggunaannya yang meluas membuat penggunaan

⁵⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, hlm 85.

seluler sebagai saluran periklanan utama menjadi semakin penting bagi perusahaan. Baik perusahaan menghasilkan bisnis melalui aplikasi atau iklan di perangkat seluler, aplikasi telah menjadikan iklan seluler sebagai industri yang berharga dalam skala global. Disamping itu, aplikasi seluler juga penting karena keserbagunaannya yang bisa membantu banyak kemudahan dalam kehidupan masyarakat.⁵¹

1.5.2.2 Fungsi dan Kegunaan Aplikasi

Sesuai dengan pengertian aplikasi, fungsi aplikasi tentu tak jauh dari tujuan diciptakannya. Yakni memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam berbagai bidang kehidupan. Dari hal tersebut dapat diperoleh berbagai fungsi aplikasi untuk berbagai bidang kehidupan, diantaranya ;

1. Bidang ilmu pengetahuan

Dalam bidang yang satu ini, aplikasi dapat digunakan untuk mendapatkan informasi tentang ilmu pengetahuan. Aplikasi tersebut juga dapat dikembangkan guna membantu seseorang melakukan penelitian. Salah satu contoh penerapannya adalah aplikasi yang dapat mempertemukan siswa dengan guru atau pengajar privatnya.

2. Bidang pendidikan

Aplikasi ini berfungsi sebagai bahan pengajaran. Contoh

⁵¹ <https://idcloudhost.com/pengertian-aplikasi-arti-fungsi-klasifikasi-dan-contoh-aplikasi/>, diakses 09 Maret 2021 Pukul 16.15

penerapannya seperti Microsoft PowerPoint yang dapat menyakikan berbagai jenis materi di bidang pendidikan yang tidak hanya sekedar tulisan saja. Akan tetapi juga dapat berupa video, audio, animasi-animasi, dan lainnya sehingga suasana belajar mengajar pun akan lebih menarik dan menyenangkan.

3. Bidang kedokteran

Aplikasi pada bidang kedokteran yang satu ini dapat berfungsi untuk membantu para dokter di berbagai hal. Mulai dari mendiagnosa penyakit, meracik obat, menjadwalkan perawatan, dan lain sebagainya. Saat ini sendiri sudah ada banyak aplikasi yang dikembangkan dalam bidang kedokteran.

4. Bidang militer

Aplikasi pada bidang militer dapat berfungsi sebagai pengontrol pesawat. Dengan begitu, tidak ada lagi pengontrolan secara manual. Alhasil, ketetapan informasi kontrol tersebut akan lebih optimal jika dibandingkan dengan melakukannya secara manual.

5. Bidang bisnis

Jika dilihat dari bidang bisnis, maka aplikasi dapat berfungsi sebagai alat bantu menghitung besarnya keuntungan dengan lebih cepat, mudah, dan akurat. Dengan begitu, seseorang yang menekuni bisnisnya tidak perlu menghabiskan waktu lama hanya untuk sekedar menghitung angka karena aplikasi sudah

dapat menggantikan kinerjanya.⁵²

Selain beberapa aplikasi yang memiliki fungsi berdasarkan berbagai bidang di atas, terdapat pula beberapa fungsi aplikasi secara umum yang perlu Anda ketahui berikut ;

1. Dapat memudahkan pekerjaan seseorang

Adanya aplikasi sangat memudahkan seseorang dalam melakukan pekerjaannya. Misalnya saja untuk mencari sebuah alamat rumah. Seseorang hanya perlu mendownload aplikasi Google Maps yang ada di Play Store maupun App Store. Kemudian menggunakannya untuk melacak sebuah alamat. Begitu pula saat seseorang ingin melakukan editing foto dan yang perlu dilakukan hanyalah mencari aplikasi edit foto lewat di Play Store dan App Store kemudian mengunduh lalu menggunakannya dengan cara yang cepat dan mudah.

2. Sebagai media hiburan

Fungsi aplikasi secara umum lainnya adalah dapat menjadi media hiburan yang menyenangkan. Seperti beberapa aplikasi yang dibuat untuk bermain game, menonton film, dan lain sebagainya. Aplikasi ini dibuat agar seseorang tidak mudah merasa jenuh maupun bosan dimana pun mereka berada.

3. Media komunikasi dan pertemanan

⁵² *Ibid.* <https://idcloudhost.com/pengertian-aplikasi-arti-fungsi-klasifikasi-dan-contoh-aplikasi/>.

Satu lagi yang menjadi fungsi umum saat seseorang menggunakan aplikasi adalah sebagai media komunikasi dan pertemanan. Dengan adanya aplikasi, seseorang dapat berteman tanpa ada batasan jarak. Hal ini berarti seseorang dapat menjalin komunikasi dan pertemanan dengan mereka yang lokasinya atau jaraknya jauh.

4. Sebagai pembaharuan kabar terkini

Aplikasi yang dibuat juga dapat berfungsi sebagai media pembaharuan kabar terkini. aplikasi dapat memberikan pembaharuan kabar terkini., seseorang tidak akan ketinggalan berita-berita terbaru yang ada saat itu.⁵³

1.5.2.3 Klasifikasi dan Jenis Aplikasi

Demi mempermudah seseorang dalam mengetahui jenis-jenis aplikasi yang ingin digunakan, maka ketahui beberapa pengelompok atau klasifikasi aplikasinya berikut :

Real time Software ; merupakan klasifikasi aplikasi yang dapat berguna dalam mengamati, mengendalikan, maupun menganalisa sebuah keadaan di dunia nyata secara langsung.

System software ; adalah aplikasi yang berguna untuk mengendalikan serta mengelola proses operasi internal yang ada pada sebuah sistem komputer.

Business software ; merupakan aplikasi yang dibuat untuk

⁵³ *Ibid.* <https://idcloudhost.com/pengertian-aplikasi-arti-fungsi-klasifikasi-dan-contoh-aplikasi/>.

membantu keperluan bisnis seseorang. Salah satu contohnya adalah mengatur sistem keuangan, mendata jumlah pesanan, dan masih banyak lagi.

Personal computer software ; yakni sebuah aplikasi yang dapat digunakan pengguna resmi maupun pribadi.

Web based software ; adalah aplikasi dengan fungsi sebagai media penghubung pengguna pada internet secara langsung.

Engineering and scientific software ; merupakan aplikasi yang dibuat dan dikembangkan guna membantu manusia menyelesaikan berbagai masalah yang ada. Hanya saja masalah tersebut bersifat secara khusus, yakni non algoritmik.⁵⁴

1.5.2.4 Pengertian TikTok

TikTok adalah sebuah jaringan sosial media dalam platform video yang dikenalkan oleh Zhang Yiming pada 2016 dan dimiliki oleh ByteDance. Dulunya aplikasi ini memiliki nama Douyin yang sangat meledak di Tiongkok. Karena sangat populer, Douyin pun melakukan ekspansi ke berbagai negara dengan mengusung nama baru, yaitu TikTok.

Namun dalam perjalanannya menguasai dunia, ternyata muncul aplikasi serupa dan happening di Amerika Serikat. Aplikasi tersebut dikenal dengan nama Musical.ly. Dengan Musical.ly, kamu bisa merekam video selama 15 detik dengan konsep lip-sync.

⁵⁴ <https://idcloudhost.com/pengertian-aplikasi-arti-fungsi-klasifikasi-dan-contoh-aplikasi/>, *Ibid.*

Karena merasa terancam, akhirnya pada November 2017 TikTok pun mengakuisisi Musical.ly dengan nominal Rp13,6 miliar. Akan tetapi, Musical.ly masih mengusung namanya sendiri untuk pasar di Amerika Serikat dan TikTok pun di negara lain. Pada Agustus 2018, Musical.ly pun akhirnya ditutup dan semua penggunaanya dimerger ke TikTok.

Sementara itu, pada 2017 TikTok pun datang ke Indonesia. Sama seperti di negara lain, aplikasi video ini pun mengundang banyak perhatian dari berbagai kalangan. Kala itu, TikTok pun sempat hype bagi anak sekolah dan ABG (Anak Baru Gede).

Akan tetapi, pada Juli 2018, pemerintah Indonesia pun sempat memblokir TikTok. Alasan pemblokiran kala itu, karena aplikasi ini dinilai banyak mengandung konten yang negatif. Namun cuma butuh seminggu saja, akhirnya aplikasi TikTok pun sudah beredar lagi di App Store dan Google Play Store. Tentunya hal ini dimulai dengan adanya kerja sama antara TikTok dan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.⁵⁵



Gambar 3 : Logo *Tik Tok* dan Tampilan Aplikasi

⁵⁵ <https://review.bukalapak.com/techno/apa-itu-cara-pakai-tiktok-111058>, diakses 09 Maret 2021 Pukul 22.56

1.5.2.5 Pengertian TikTok Cash

TikTok Cash adalah aplikasi yang dicurigai menawarkan investasi abal-abal. Para penggunanya cukup mem-follow akun, like, dan nonton video TikTok. Kemudian hasil *tugas di-screenshot* untuk meraih keuntungan berupa saldo yang dicairkan ke rekening bank pengguna.⁵⁶

Sistem keanggotaan TikTok Cash, yang pertama pengguna diberikan akses Free Trial disini ada istilah yang di pakai adalah ‘Magang’. Pengguna diberikan tugas yaitu, Like dan Follow 2 Konten dan 2 Akun TikTok perhari selama 1 hari masa magang.

Setelah itu Pengguna akan di arahkan untuk menaikan level dengan membayar, ada level Trial yaitu ‘Pekerja Sementara’ dengan harga Rp 89.000 yang memiliki masa berlaku delapan hari. Empat level pengguna dalam TikTok Cash. Level paling bawah adalah Karyawan, di mana pengguna diwajibkan membayar uang pendaftaran sebesar Rp499.000. Tiga level berikutnya adalah Pemimpin Rp1.599.000, Pengawas Rp4.999.000, dan Pengelola 15.999.000, level tertinggi yaitu 'general manajer' seharga Rp 49.999.000. kemudian bukti Like dan Follow-nya Screenshot dan di upload ke aplikasi TikTok Cash.

TikTok Cash dan aplikasi sejenisnya dinilai menciptakan ilusi bahwa uang yang didapat pengguna berasal dari tugas-tugas yang

⁵⁶ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5368909/apa-itu-tiktok-cash-ini-penjelasan-lengkapnnya>, diakses 09 Maret2021 Pukul 23.29

telah mereka selesaikan. Padahal uang yang didapatkan oleh pengguna lama sebenarnya berasal dari setiap anggota yang baru mendaftar. Dengan demikian hal tersebut hanya akan menguntungkan para pengguna lama saja. Model bisnis seperti ini telah lama dikenal dengan Skema Ponzi.



TINGKAT KEANGGOTAAN	HARGA PAKET	JUMLAH TUGAS HARIAN	KOMISI SETIAP TUGAS	KOMISI SATU HARI	KOMISI SATU BULAN	KOMISI SATU TAHUN	PERIODE PAKET
MAGANG	0	2	IDR 5,000	IDR 10,000	IDR 20,000	IDR 20,000	2 hari
PEKERJA SEMENTARA	IDR 89,000	3	IDR 5,000	IDR 15,000	IDR 120,000	IDR 120,000	8 hari
KARYAWAN	IDR 499,000	4	IDR 5,500	IDR 22,000	IDR 660,000	IDR 8,030,000	365 hari
PEMIMPIN GRUP	IDR 1,599,000	16	IDR 5,800	IDR 92,800	IDR 2,784,000	IDR 33,872,000	365 hari
PENGAWAS	IDR 4,999,000	55	IDR 6,000	IDR 330,000	IDR 9,900,000	IDR 120,450,000	365 hari

Gambar 4 : Logo dan Skema pemberian komisi *TikTok Cash*

1.5.2.6 Pengertian Money Game dan Skema Ponzi

Money game dapat diartikan sebagai kegiatan untuk menghimpun dana masyarakat dengan praktik untuk memberikan komisi serta bonus dari pendaftaran atau perekrutan anggota baru yang bergabung. Jadi, keuntungan yang didapat bukanlah dari penjualan barang melainkan dari perekrutan tersebut.

Produk yang dijual sebenarnya bukanlah produk yang dibutuhkan karena hanya kamufase saja untuk menjalankan bisnis *money game* ini. Jadi, penghasilan dan bonus didapatkan dari

downline atau anggota rekrutan baru.⁵⁷

Seusai Perang Dunia I, Charles Ponzi, pria berkebangsaan Italia, menjadi perbincangan di Pantai Timur Amerika. Ia berhasil mengimpun dana 9,5 juta dolar AS dari sekitar 10.000 investor dalam waktu singkat. Tetapi, Ponzi kemudian ditangkap dengan tuduhan melakukan penipuan finansial. Metodenya dinamakan ‘bubble burst’ yang kemudian kita kenal dengan istilah ‘Skema Ponzi’. Ponzi mengajak investor untuk menanamkan dananya dengan menjanjikan keuntungan luar biasa, yaitu 50% dalam waktu 90 hari.⁵⁸

Padahal tidak ada bisnis apa pun di sana, Ponzi hanya ‘memutar uang’ dengan cara membayarkan keuntungan kepada investor awal dengan uang yang didapat dari investor berikutnya. Skema ini terus berjalan sampai tidak ada lagi investor yang bergabung. Bagi banyak orang, Charles Ponzi adalah pelopor di dunia money game atau apa pun namanya yang bersifat jaringan uang yang menipu. Hingga kini kasusnya tetap beranak-pinak dan korban masih terus berjatuhan, termasuk di Indonesia. Jangan sampai Anda menjadi salah satu korban money game atau investasi bodong tersebut.

Lalu apa itu money game? Sebenarnya sama saja dengan Skema Ponzi. Sistem ini menggandakan uang dari anggota baru untuk disetorkan kepada anggota lama. Anggota baru bisa mendapatkan

⁵⁷ <https://koinworks.com/blog/mengenal-dan-mewaspada-money-game/> , diakses 10 Maret 2021 Pukul 00.16

⁵⁸ <https://www.pesona.co.id/article/apa-itu-money-game->. Diakses 10 Maret 2021 Pukul 00.09

keuntungan bila bisa merekrut anggota baru berikutnya. Sistem ini sudah pasti menguntungkan orang yang berada di top line. Yang patut diwaspadai adalah money game yang bekerja dengan cara yang lebih halus, yaitu dengan menjual produk tapi untuk basa basi saja. Sebab, produk tersebut dijual dengan harga yang sangat tinggi daripada harga produk serupa di pasaran. Keuntungan dari produk itulah yang nantinya akan dibayarkan kepada para investor.

Menurut J.M. Eka Setyawibawa dari EC Consulting, pembuat bisnis money game sudah menyadari sejak awal bahwa bisnis ini tidak akan berlangsung lama. Sebab, semakin banyak anggota, semakin susah mereka merekrut anggota baru hingga akhirnya rontok dengan sendirinya. Penulisnya, pasal tentang janji keuntungan hanya bisa diberikan jika masih ada anggota baru –klausul yang biasanya disetujui begitu saja oleh anggota yang mendaftar. Sehingga ketika bisnis ini bubar, sang pembuat money game susah untuk dijerat hukum.

Bisnis Menjanjikan ‘Sesaat’ , Bisnis ini sangat menggoda dan menggiurkan banyak orang, karena dalam waktu yang relatif singkat seseorang yang masuk menjadi anggota akan mendapat keuntungan yang besarnya jauh melebihi bunga deposito perbankan. Di tahun 1997 suku bunga deposito perbankan sekitar 30% setahun (2,5% sebulan), maka PT. BMA (bisnis money game) misalnya, berani memberikan keuntungan sampai 700% setahun (40-60% sebulan).

Dengan demikian, bisnis ini sangat memberikan imbalan hampir dua puluh kali lipat dari bunga deposito perbankan.⁵⁹

Dalam bisnis MG produk hanya alat untuk menjalankan sistem (marketing plan) agar terlihat seperti MLM. Perusahaannya sudah pasti untung tetapi bagi anggotanya untuk mengharapkan menjadi bisnis yang bisa terusmenerus menghasilkan dengan tanpa selalu adanya penambahan anggota baru di jaringan tidak mungkin. Pada saat tidak ada penambahan anggota baru di jaringan level bawah, pada saat itu bisnis si-A macet, si-A baru sadar bahwa si-A sudah mengalami kerugian waktu dan bahkan uang.⁶⁰

Bisnis money game pun biasanya dikemas dengan cantik dengan nama yang berbeda-beda, demikian pula cara pemasarannya –secara online maupun offline. Sebut saja: arisan kepercayaan, modus membantu sesama, manusia membantu manusia, hingga yang terang-terangan menyebut money game disertai testimoni para anggota yang sukses. Kalau akhir-akhir ini banyak kasus dan korban money game di Indonesia, itu lebih karena peraturan keuangan yang tidak jelas. Di Amerika Serikat dan Eropa sekalipun kasus money game termasuk sering terjadi. Menurut Eka, kasus money game terus terjadi karena masih banyak masyarakat yang belum sadar dan paham tentang ekonomi.

Money game biasanya tidak bertahan lama karena omset yang

⁵⁹Imam Mas Arum, “Multi Level Marketing (MLM) Syariah : Solusi Praktis Menekan Praktik Bisnis Riba, Money Game”, *Jurnal Muqtasid*, Volume 3 Nomor 1, hlm: 28, 2012.

⁶⁰ *Imam Mas Arum, “Multi Level Marketing (MLM) , Ibid.*

diharapkan hanya dari orang-orang yang baru bergabung (pertumbuhan jaringan) bukan pembelian produk terus menerus karena kebutuhan anggotanya yang sudah bergabung atau konsumen. Hal ini dikarenakan produknya tidak bisa memenuhi kebutuhan baik dari kualitas maupun harga. Terkadang hanya kebutuhan sekali seumur hidup (tidak habis dipakai) atau banyak produk sejenis yang dijual dipasar bebas dan lebih mudah dan murah untuk mendapatkannya. Sebagai akibatnya tidak ada yang bisa diharapkan untuk memperoleh omset yang berkelanjutan dari anggotanya.

Padahal, meleak ekonomi adalah salah satu strategi untuk terhindar dari penipuan semacam money game ataupun investasi bodong. Selain itu, Eka menambahkan, yang menjadi korban biasanya adalah tipe orang yang mudah tergiur dengan iming-iming keuntungan tinggi, memiliki dana lebih tapi tidak tahu akan dialirkan kemana, serta orang yang terdesak secara ekonomi.

Tips mudah untuk menghindari penipuan ini adalah dengan memahami perbedaan money game dan bukan money game, seperti MLM resmi. Bisnis MLM bukanlah money game, sebab ada persyaratan untuk tergabung dalam Asosiasi Penjual Langsung (APL). APL inilah yang akan mempelajari apakah suatu bisnis adalah money game atau bukan. Selain itu, MLM atau bisnis jaringan yang tidak menipu memiliki iuran anggota dengan nominal normal dan tidak memiliki syarat mutlak untuk merekrut anggota baru untuk

mengembalikan uang mereka. Sementara, money game biasanya mensyaratkan anggotanya untuk berbelanja barang tertentu dengan jumlah tertentu.⁶¹

Jika diperhatikan, sistem money game paling tidak memiliki 3 sistem yang berbeda yakni;

Sistem binary dengan menggunakan dua kaki, Sistem trinary dengan menggunakan tiga kaki, Sistem hybrid yang menggabungkan 2 dan 3 kaki.

Di dalam sistem binary, dimana sistem ini sangat disukai oleh mereka perusahaan money game atau skema piramid utamanya adalah perusahaan MLM, memang sekilas akan memberikan keuntungan. Ada beberapa alasan yang digunakan MLM untuk menerapkan sistem binary ini, yakni;

- Model simpel
- Perhitungan komisi atau bonus mudah, baik untuk member maupun perusahaan
- Cepat untuk mengakuisisi member. Hal ini dikarenakan hanya dibutuhkan dua orang anggota rekrutan baru yang mengisi masing-masing satu kaki untuk kemudian mendapatkan bonus.

Oleh sebab itu, anggota yang berada di dalam posisi upline, mereka harus selalu menyeimbangkan kakinya atau downline.

⁶¹ *Imam Mas Arum, "Multi Level Marketing (MLM), Ibid.*

Artinya, paling tidak harus ada 2 orang downline untuk mendapatkan bonus yang biasa disebut 'bonus pasangan'. Jika salah satunya kosong atau lebih sedikit dimana akan membuat skema piramid ini terlihat pincang, maka upline bisa saja kehilangan bonus pasangan ini. Caranya kemudian menaruh anggota lainnya di sisi kaki yang kosong atau lebih sedikit agar seimbang.⁶²

Ciri -Ciri Money Game / Skema Piramida :

- Tidak ada produk yang dijual. Bila adapun, dijual dengan harga yang tidak sesuai (over price). Fungsinya sebagai "tempelan kedok bisnisnya"
- Cara mendapatkan keuntungan diperoleh dari mengundang anggota baru
- Bonus aktif diperoleh dari perekrutan (member get member dapat bonus)
- Bonus pasif diperoleh berdasarkan persentase nilai investasi yang ditanamkan
- Pay out hasil bonus keuntungan tidak masuk akal (Contoh : 1 minggu 10%, 3 minggu 20%)
- Boleh memiliki lebih dari satu akun tanpa batas (bergabung berkali-kali)
- Perusahaan / Aplikasi tidak memiliki izin yang sesuai , dalam hal ini tidak memiliki Surat Usaha Penjualan Langsung

⁶² <https://koinworks.com/blog/mengenal-dan-mewaspada-money-game/> , diakses 10 Maret 2021 Pukul 00.21

(SIUPL), tidak terdaftar dalam Penyelenggaraan Sistem Elektronik (PSE) , ijin dari Otoritas Jasa Keuangan untuk *Fintech Landing Per 2 Per* , maupun dari instansi terkait. ⁶³

Skema Piramida

- Anggota rugi jika tidak merekrut anggota baru
- Lebih fokus pada perekrutan anggota baru daripada penjualan produk
- Biaya keanggotaan tidak sebanding dengan nilai produk yang diperoleh
- Ada underlying produk sebagai kamufase dan menjanjikan keuntungan yang tidak wajar

Skema Ponzi

- Tidak memiliki underlying produk yang ditransaksikan dan menjanjikan keuntungan yang tidak wajar
- Diminta untuk terus menerus menambah nilai investasi
- Keberlangsungan sistem ditentukan oleh hasil perekrutan anggota baru
- Jika tidak ada lagi anggota baru, investor tidak mendapatkan hasil investasi, karena prinsip "gali lubang tutup lubang".

Money Game

Definisi: *Money game* dikenal sebagai bisnis penggandaan uang, dengan cara menyetorkan sejumlah uang untuk mendapatkan imbal hasil yang sangat tinggi

Ciri-ciri

1. Biaya keanggotaan cenderung tinggi
2. Menjanjikan keuntungan yang tidak wajar tanpa perlu bekerja keras
3. Legalitas lembaga/skema tidak jelas
4. Pengelolaan dana investasi tidak transparan

START
QUIT

Peringatan!
Permainan ini memiliki tingkat risiko yang tinggi. Kenali sebelum berinvestasi

Direktorat Market Conduct
Departemen Perlindungan Konsumen
Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen

Gambar 5 : Penjelasan Skema Piramidan dan Ponzi

⁶³ <https://waspadainvestasi.ojk.go.id/faq> , diakses 03 Meei 2021 Pukul 16.46

1.6 METODE PENELITIAN

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian hukum merupakan suatu cara yang sistematis dalam melakukan sebuah penelitian.⁶⁴ Menentukan jenis penelitian dalam hal ini merupakan sesuatu yang penting. Jenis penelitian adalah salah satu komponen yang ada di dalam metode penelitian. Ketetapan suatu jenis penelitian akan sangat mempengaruhi atas jalannya penelitian dan juga hasil dari penelitian tersebut.

Peneliti akan menggunakan metode penelitian jenis yuridis normatif dalam menulis penelitian ini. Penelitian normatif yang disebut yang sering disebut juga penelitian hukum doctrinal pada penelitian hukum yaitu hukum dikonsepsikan sebagai apa yang ditulis dalam peraturan perundang-undangan (Law in Books) atau mengkonsepkan hukum sebagai norma yang merupakan patokan berperilaku manusia.⁶⁵

Dalam penelitian jenis normatif yang akan digunakan adalah pendekatan perundang-undangan karena hal yang akan diteliti merupakan berbagai macam aturan hukum yang menjadi fokus dari penelitian. Peneliti memilih jenis penelitian normatif yang pendekatannya adalah pendekatan perundang-undangan. Dalam pendekatan melalui perundang-undangan memungkinkan peneliti untuk melakukan evaluasi mengenai kaidah-kaidah hukum melalui cara mengevaluasi dari kesesuaian antara satu kaidah hukum

⁶⁴ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 57.

⁶⁵ Amirudin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 118.

dengan kaidah hukum yang lainnya, juga dapat dengan asas hukum yang diakui praktek hukum yang sah.

1.6.2 Sumber Data

Berbagai data yang didapat dari sumber-sumber data, yaitu sebagai berikut :

1. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, berbagai buku yang berkaitan dengan obyek penelitian, skripsi, tesis, dan peraturan perundang-undangan. Data sekunder dapat dibagi sebagai berikut :

A. Bahan Hukum Primer

Bahan-bahan hukum yang mengikat, terdiri atas peraturan perundang-undangan yang terkait dengan obyek penelitian penulis menggunakan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen , Undang – Undang No. 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan.

B. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah buku teks, sebab buku teks berisi tentang prinsip-prinsip ilmu sarjana hukum dan atau ahli yang terttuang dalam buku dan memiliki kualifikasi tinggi

C. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan penjelasan dari bahan hukum primer dan juga sekunder yang berasal dari kamus, majalah, dan sebagainya.

1.6.3 Metode Pengumpulan Data Dan Pengolahan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan agar mendapatkan bahan hukum dalam penulisan ini diperoleh dari :

1. Studi Pustaka/Dokumen

Studi pustaka/dokumen merupakan langkah awal dari setiap penelitian hukum yang ada baik normatif ataupun sosiologis. Studi dokumen bagi penelitian hukum meliputi studi bahan-bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.⁶⁶ data kepustakaan yang didapat melalui penelitian kepustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, dan hasil penelitian. Studi kepustakaan

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi yang dilakukan oleh penulis dengan narasumber untuk memperoleh informasi yang akurat. Ada pula dalam prakteknya penulis melakukan wawancara dengan Otoritas Jasa Keuangan.

1.6.4 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu metode dalam penelitian ini. Dalam tahap ini data-data yang diperoleh oleh Penulis akan diolah untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang telah ada.

Menurut sifat dari suatu penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif analistis. Analistis data yang digunakan

⁶⁶ Ammirudin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hlm. 68

dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif terhadap data primer dan juga data sekunder. Deskriptif dapat meliputi isi dan hukum positif, merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh Penulis untuk menentukan suatu makna dan isi aturan hukum yang dijadikan suatu pedoman untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

1.6.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian di media internet dengan mengakses sumber-sumber yang di butuhkan penulis , maupun berbagai ruang baca perpustakaan baik didalam lingkup universitas dan diluar .

Waktu penelitian yang dilakukan oleh Penulis adalah 4 (empat) bulan terhitung sejak Februari 2021 sampai dengan bulan Juni 2021. Pada minggu pertama, yang meliputi tahap persiapan penelitian yakni pengajuan judul , acc judul, pencarian data, bimbingan penelitian, dan penulisan penelitian.

1.6.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah skripsi ini, maka kerangka akan dibagi menjadi beberapa bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PENGGUNA APLIKASI TIKTOK CASH”** yang dalam pembahasannya dibagi lagi menjadi 4 (empat) bab, seperti yang diuraikan secara menyeluruh mengenai pokok permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini.

Pada *Bab pertama*, pendahuluan dalam bab ini Penulis membagi ke dalam 4 (empat) sub bab pembahasan. Sub bab pertama adalah latar belakang

yang menguraikan tentang alasan-alasan dari masalah penelitian yang diambil penulis, sub bab kedua adalah rumusan masalah mengenai perumusan masalah dari uraian yang ada di latar belakang. Sub bab ketiga adalah tujuan penelitian yang berisi tujuan adanya penelitian ini, sub bab keempat yaitu manfaat yang didapat dari penelitian ini.

Pada bab kedua, membahas aspek perlindungan konsumen dalam penggunaan aplikasi *TikTok Cash*, yang dalam bab ini dibagi menjadi 2 (dua) sub bab. Sub bab pertama mengenai apa hubungan hukum antara konsumen / pengguna dengan penyedia aplikasi *TikTok Cash* . Sub bab kedua yaitu aspek perlindungan konsumen pengguna aplikasi *TikTok Cash* .

Pada bab ketiga, membahas mengenai upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat penggunaan Aplikasi *TikTok Cash* yang dibagi menjadi 2 (dua) sub bab. Sub bab pertama membahas mengenai pelanggaran hukum pada penggunaan Aplikasi *TikTok Cash* . Sub bab kedua mengenai upaya yang dilakukan oleh konsumen untuk menyelesaikan permasalahan.

Pada Bab keempat adalah bab penutup yang merupakan bagian terakhir dan menjadi penutup dari skripsi ini. Bab keempat berisi kesimpulan-kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya. Dalam bab ini juga berisikan mengenai saran-saran dari Penulis. Maka dengan ini bab penutup merupakan akhir dari penulisan skripsi sekaligus memuat rangkuman mengenai jawaban atas permasalahan dari penelitian.