

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk hidup yang kompleks, manusia memiliki berbagai kebutuhan yang berkisar dari yang mendasar hingga yang lebih kompleks. Kebutuhan-kebutuhan hierarkis ini dimulai dari kebutuhan dasar makanan, perlindungan, dan tempat tinggal yang membentuk landasan tak tergantikan dari keberadaan manusia, tanpa hal-hal tersebut, kelangsungan hidup itu sendiri menjadi mustahil.¹ Kebutuhan sandang ialah termasuk kebutuhan penting bagi masing-masing orang karena digunakan untuk menutup tubuh dan juga sebagai gaya hidup agar sesuai dengan keinginannya. Namun, tidak sedikit seseorang lebih mengutamakan gengsi dari gaya hidup berpakaian tersebut daripada mengutamakan kenyamanan. Hal tersebut mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif bagi setiap seseorang yang ditandai dengan seringnya berbelanja baju dari harga murah hingga harga tinggi. Perilaku konsumtif adalah gaya hidup individu yang menyebabkan terjadinya pengeluaran secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan prioritas.

Dalam beberapa tahun belakangan ini, industri *fashion* telah mengalami transformasi yang cukup besar. Tren berpakaian kini tidak hanya digemari oleh kalangan remaja, tetapi juga menarik perhatian orang dewasa hingga lanjut usia.

¹ Pradana, Y. A. (2024). *PERAN PEMERINTAH DALAM MENANGGULANGI MARAKNYA IMPORT DAN JUAL BELI PAKAIAN BEKAS (THRIFTING) DI INDONESIA* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang). Hal.1.

Berbagai macam model pakaian terbaru yang muncul, khususnya yang bermerek dan kekinian, seringkali memiliki harga yang cukup tinggi. Kondisi ini menghadirkan kesulitan tersendiri bagi kalangan muda yang memiliki keuangan pas-pasan. Untuk menyikapi hal tersebut, khususnya bagi distributor dan penjual pakaian mulai menghadirkan beragam pilihan harga, mulai dari yang ramah dikantong hingga yang bernilai tinggi. Salah satu solusi yang belakangan ini populer, khususnya di kalangan remaja adalah “*thrifting*”. Istilah tersebut dapat diartikan sebagai bentuk dalam penggunaan uang dan barang secara efisien. Kegiatan *thrifting* tersebut juga dapat diartikan bentuk wujud penghematan karena membeli barang bekas, di mana seseorang berusaha mendapatkan kebutuhan dengan pengeluaran seminimal mungkin. Namun, *thrifting* bukan sekedar soal harga murah, tetapi muncul kepuasan tersendiri dari seseorang saat berhasil menemukan barang unik dan langka dengan harga yang jauh dibawah harga aslinya.

Thrift Ball adalah perdagangan pakaian bekas dalam jumlah besar, di mana pakaian-pakaian bekas dikemas dalam wadah besar seperti karung, bal, atau kontainer yang kemudian dijual kepada konsumen dengan harga yang sangat terjangkau. Istilah “*ball*” merujuk pada bentuk kemasan pakaian yang umumnya berupa bungkusan besar berbentuk bulat atau persegi yang berisi puluhan hingga ratusan potong pakaian bekas.² Penjualan ini memungkinkan konsumen untuk mendapatkan pakaian berkualitas dibandingkan membeli pakaian baru atau bahkan membeli pakaian bekas secara satuan. Fenomena pakaian bekas yang beredar di

² Supplier Ball Segel Import, “Apa Itu *Ball Thrift* dan Mengapa Ini Menjadi Tren?”, <https://supplierbalsegelimport.com/shop/ball-thrift>. Diakses pada 11 Juli 2025.

masyarakat dan banyaknya peminat dalam dunia *fashion* yang beragam, memicu tumbuhnya inisiatif untuk melakukan bisnis *thrifting* sebagai peluang ekonomi baru bagi pelaku usaha. Bisnis penjualan barang bekas ini didapatkan dari donasi masyarakat berupa pakaian yang tidak terpakai dan hasil produksi dari pabrik-pabrik garmen lokal. Hal ini mendorong keinginan masyarakat dalam melakukan kegiatan berdagang pakaian bekas. Dari kegiatan tersebut tentunya memiliki banyak kelebihan, salah satunya adalah mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, karena penjual tidak memerlukan proses produksi dan hanya membutuhkan modal yang kecil untuk membeli stok pakaian bekas.

Fenomena *thrift* yang berkembang di Indonesia memiliki karakteristik tersendiri jika dibanding dengan negara lain. Tren membeli barang bekas di negara lain umumnya disebabkan oleh faktor kesadaran akan isu lingkungan dan keberlanjutan, artinya dengan adanya kegiatan tersebut merupakan suatu cara dalam mengurangi limbah tekstil dan mendukung gaya hidup yang ramah lingkungan. Namun di Indonesia, dorongan utama justru lebih bersifat sosial dan kultural. Karena dengan banyaknya peminat pakaian bekas, menjadikan kegiatan *thrifting* sebagai bagian dari gaya hidup untuk tampil trendi dan kekinian tanpa mengeluarkan banyak biaya.³ Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan *thrifting* di Indonesia telah bergeser menjadi gaya hidup saja, bukan semata-mata karena kebutuhan ekonomi atau kepedulian terhadap lingkungan.

³ Fadila, N. N., Alifah, R., & Faristiana, A. R. (2023). *Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa*. Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan, 1(3), Hal. 280.

Perkembangan teknologi saat ini sudah berlangsung sangat cepat berkembang hampir ke semua aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan.⁴ Jika dahulu pasar selalu identik dengan tempat fisik di mana penjual dan pembeli bertemu langsung, kini konsep tersebut telah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Kemajuan teknologi digital khususnya perkembangan internet dan perangkat mobile, telah merevolusi cara manusia berinteraksi, termasuk dalam aktivitas jual beli. Kemajuan teknologi telah sangat mendorong perkembangan industri pakaian bekas. Salah satu inovasi dari berkembangnya teknologi adalah adanya fitur Tik Tok Shop, yang memungkinkan konsumen untuk melihat dan bisa secara langsung membeli produk melalui siaran langsung atau *live streaming*. Melalui platform tersebut, para penjual pakaian bekas mulai memanfaatkan kesempatan dengan membuka lapak mereka dengan melakukan kegiatan jual beli produk tanpa berinteraksi secara langsung dengan pembeli. Unikny dalam kegiatan ini, pembeli sering kali harus bersaing cepat untuk mendapatkan barang incaran karena ketersediaan yang terbatas, dengan cara mengikuti segala instruksi yang diberikan oleh *host* selama *live streaming* berlangsung.

Pasar tidak lagi harus berupa lokasi fisik yang ramai dan penuh interaksi tatap muka. Saat ini, hanya bermodalkan telepon genggam, setiap orang bisa melakukan kegiatan belanja maupun berjualan di mana pun dan kapan pun. Cukup dengan membuka situs *e-commerce*, pembeli dapat memilih barang, melakukan

⁴ Permana, A. M. (2024). *Perlindungan Konsumen Terhadap Korban Penipuan Online Jual Beli Pakaian Bekas Impor (Thrifting)*. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, (17), Hal. 91.

pembayaran secara digital, dan tinggal menunggu barang yang dibeli dikirim langsung ke alamat yang dituju. Seluruh proses yang dulunya memerlukan waktu, tenaga, dan kehadiran fisik, kini bisa dilakukan hanya dalam hitungan menit. Perubahan ini membawa kemudahan bagi masyarakat, terutama di tengah pola hidup masa kini yang penuh dengan kesibukan dan bergerak maju. Efisiensi waktu, kemudahan akses, serta pilihan produk yang semakin beragam menjadikan belanja digital sebagai solusi yang relevan dan semakin diminati. Perubahan ini tidak hanya merubah kebiasaan lama, tetapi juga memaksa pelaku usaha untuk beradaptasi agar tetap relevan dalam perubahan digital yang terus berkembang.

Ketidakcocokan antara barang yang diiklankan dan barang yang sebenarnya diterima merupakan salah satu penyebab utama ketidakpuasan konsumen. Meskipun dalam iklan produk tersebut sering digambarkan dalam kondisi baik, barang yang sebenarnya dikirimkan sering kali ternyata berkualitas rendah; bahkan ada yang begitu rusak sehingga tidak dapat digunakan sama sekali. Hal ini tentu merugikan pembeli secara finansial dan membuat mereka kehilangan kepercayaan, sekaligus menunjukkan bahwasanya perlindungan terhadap hak-hak pembeli saat berbelanja online masih sangat lemah. Padahal, berdasarkan UUPK Tahun 1999, konsumen berhak atas sejumlah hak dasar, seperti mendapatkan informasi yang akurat, berbelanja di lingkungan yang aman dan nyaman, serta memperoleh ganti rugi atas produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan.

Khusus untuk jual beli *thrift ball*, penjual wajib secara hukum memberikan keterangan yang jujur dan tidak menipu, serta memastikan bahwa barang yang dijual layak digunakan. Jika kenyataannya tidak sesuai, ini bisa dikategorikan

menjadi pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dan tanggung jawab penjual yang diatur pada UUPK. Masalah ini penting untuk diteliti dari sisi hukum, mengingat belanja online semakin ramai sementara pemahaman dan penegakan hukumnya masih kurang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan secara ilmiah berupa analisis tentang bentuk dan penerapan perlindungan hukum bagi pembeli dalam kasus ketidaksesuaian barang pada pembelian *thrift ball* melalui TikTok Shop, serta mengevaluasi apakah aturan dalam UUPK sudah cukup efektif menghadapi tantangan hukum di era belanja digital saat ini.

Dalam kegiatan menjual dan membeli barang ini, baik berupa produk barang ataupun jasa, para pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk bisa menjamin hak-hak konsumen terpenuhi. Hal tersebut termasuk wujud adanya perlindungan hukum yang ditetapkan dengan tegas dalam aturan perundangan di Indonesia. Kerangka hukum ini didasarkan pada UUPK, yang menetapkan hak-hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 4 UUPK, konsumen secara hukum dilindungi oleh kerangka hak yang komprehensif dalam transaksi komersial dengan pelaku usaha. Hak-hak tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- a. Hak atas Keselamatan dan Keamanan: Hak atas keselamatan, kenyamanan, dan perlindungan terhadap bahaya yang terkait dengan konsumsi atau pemanfaatan barang dan/atau jasa.
- b. Hak atas Otonomi dan Kesesuaian: Hak untuk melakukan pilihan bebas dalam pemilihan barang dan/atau jasa, disertai jaminan bahwa barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai, syarat, dan jaminan yang disepakati oleh penyedia.
- c. Hak atas Transparansi Informasi: Hak untuk mengakses informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai spesifikasi, kegunaan, dan syarat jaminan dari barang dan/atau jasa yang ditawarkan.
- d. Hak untuk Bersuara dan Mengajukan Keluhan: Hak untuk mengemukakan pendapat, memberikan umpan balik, dan mengajukan keluhan terkait kualitas dan kinerja barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.

- e. Hak atas Bantuan Hukum dan Penyelesaian Sengketa: Hak untuk memperoleh bantuan hukum, dukungan, dan mekanisme penyelesaian yang adil dalam penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.
- f. Hak atas Pendidikan Konsumen: Hak untuk mengakses fasilitas pendidikan dan layanan konsultasi terkait hak dan tanggung jawab konsumen.
- g. Hak atas Perlakuan Non-Diskriminatif: Hak untuk mendapatkan layanan yang adil dan jujur, bebas dari praktik diskriminatif berdasarkan kriteria yang sewenang-wenang.
- h. Hak atas Kompensasi dan Ganti Rugi: Hak untuk menerima kompensasi, restitusi, atau penggantian yang sesuai atas kerugian yang diderita atau kerusakan yang dialami akibat barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi standar kontrak atau undang-undang.
- i. Hak atas Perlindungan Hukum: Hak atas perlindungan dan ganti rugi tambahan sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang dan peraturan yang berlaku.

Dalam permasalahan yang penulis ambil, konsumen yang membeli paket usaha *thrift ball* mempunyai hak untuk mendapat perlindungan hukum ketika barang yang diterima tidak selaras akan deskripsi ataupun *ekspektasi* yang dijanjikan penjual. Undang-undang ini memberi dasar hukum yang kuat untuk konsumen dalam menuntut haknya, mencakup hak untuk mendapat informasi yang jujur serta akurat terkait produk, serta hak ganti rugi terkait barang yang tidak selaras akan kesepakatan. Pelaku usaha *thrift ball* mempunyai kewajiban dalam memberi informasi yang jujur serta tidak menyesatkan tentang produk mereka. Dalam konteks paket yang acak, hal ini berarti penjual harus menjelaskan dengan jelas sistem pemilihan, standar kualitas minimum, dan kemungkinan variasi produk yang akan diterima konsumen. Penjual juga wajib menjamin bahwa pakaian dalam paket memenuhi standar kebersihan dan keamanan yang layak untuk digunakan.

Konsumen banyak yang mengeluhkan terkait isi paket usaha *thrift ball* yang dibeli melalui platform tidak sesuai dengan yang dipromosikan. Seperti halnya yang dialami oleh salah satu pemilik akun TikTok dengan *username*

@cahyaclothing diambil melalui wawancara yang dilakukan oleh penulis. Konsumen melakukan pembelian paket *thrift ball* dari pelaku usaha melalui platform TikTok Shop. Sebelum transaksi diselesaikan, konsumen berinisiatif melakukan video call langsung dengan pelaku usaha guna memastikan bahwa barang yang akan dipesan sesuai dengan keinginan. Dalam sesi video call tersebut, pelaku usaha memperlihatkan barang-barang yang diklaim sebagai isi paket *thrift ball* yang akan dikirimkan, sehingga konsumen merasa yakin dan memutuskan untuk melanjutkan transaksi. Namun demikian, pelaku usaha mengarahkan konsumen untuk melakukan pembayaran di luar platform TikTok Shop melalui transfer rekening pribadi, sehingga transaksi tersebut tidak tercatat dan tidak terlindungi oleh sistem keamanan platform. Setelah paket diterima, konsumen mendapati bahwa barang yang diterima sama sekali tidak sesuai dengan apa yang telah diperlihatkan saat video call berlangsung. Barang yang diterima antara lain berupa barang yang tidak layak pakai. Konsumen segera mengajukan komplain kepada pelaku usaha melalui pesan pribadinya, akan tetapi pihak pelaku usaha malah langsung memutus akses atau memblokir nomor konsumen tanpa adanya kompensasi yang diberikan.

Kejadian seperti ini menunjukkan bahwa terdapat celah dalam pengawasan kualitas produk, kejelasan informasi yang disampaikan oleh penjual, dan lemahnya perlindungan konsumen dalam dunia perdagangan. Kasus pengiriman barang yang tidak selaras akan yang dipromosikan tersebut, sudah termasuk dalam pelanggaran hak pembeli untuk mendapat barang yang selaras akan yang dijanjikan, hal itu juga sudah menentang isi dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pembeli pada

konteks ini, sudah menjadi korban akibat dari penjual yang tidak bertanggung jawab atas kegiatan jual beli *thrift ball* di platform TikTok Shop.

Dengan latar belakang yang telah disebutkan di atas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP KETIDAKSESUAIAN BARANG DALAM PEMBELIAN *THRIFT BALL* MELALUI TIKTOK SHOP BERDASARKAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi latar belakang yang disajikan, penulis telah menetapkan pertanyaan-pertanyaan penelitian berikut sebagai fokus dari studi ini:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas ketidaksesuaian barang *thrift ball* di TikTok Shop?
2. Bagaimana tanggung gugat pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis menjalankan penelitian tersebut yaitu untuk mendapatkan jawaban atas rumusan masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian. Tujuan penelitian ini, yakni:

1. Mengetahui dan mengidentifikasi bentuk perlindungan yang diberikan kepada konsumen dalam pembelian *thrift ball* di TikTok Shop akibat dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas ketidaksesuaian barang yang dikirim.

2. Mengetahui tanggung gugat pelaku usaha dalam memenuhi kewajibanya dan terpenuhinya hak konsumen sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini harapannya bisa memperkaya teori hukum perlindungan konsumen, secara khusus dalam jual beli *thrifting* melalui platform digital. Selain itu, dapat dijadikan referensi dalam mengkaji hubungan antara hukum perundang-undangan di Indonesia dan praktik bisnis digital.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini harapannya bisa memberi pemahaman baik untuk konsumen atau pelaku usaha terkait berbagai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Menjadikan bahan evaluasi dalam memperkuat regulasi dan pengawasan pada praktik jual beli khususnya di platform digital, untuk mencegah terjadinya berbagai hak konsumen yang tidak terpenuhi.

1.5 Keaslian Penelitian

Keaslian dalam penelitian ini mengacu pada karya-karya ilmiah maupun studi-studi yang telah dilakukan sebelumnya. Keaslian ini digunakan untuk mengaitkan penelitian penulis dengan karya-karya terdahulu dan perbedaan dengan penelitian yang sedang dijalankan. Sejumlah besar literatur yang ada telah mengkaji kerangka hukum yang melindungi konsumen dari kerugian finansial yang terjadi dalam ekosistem transaksi digital. Analisis komparatif terhadap karya-karya ilmiah tersebut menunjukkan adanya tema-tema yang sejalan sekaligus perspektif-perspektif yang berbeda mengenai efektivitas dan cakupan perlindungan hukum tersebut.

Nama Penulis, Judul, Tahun	Rumusan Masalah	PERSAMAAN	PERBEDAAN
Umi Habibatul Mu thiyyah dan Trinh Asi Islami, Penerapan Pasal 4 Huruf h Undang- Undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen Terkait Hak Untuk Mendapatkan Kompensasi Pada Transaksi Jual Beli Online Tiktok Shop	1. Analisis Tentang Penerapan Pasal 4 huruf H UU 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terkait Hak Untuk Mendapatkan Kompensasi Pada Transaksi Jual Beli Online Tiktok Shop.	Mengkaji perlindungan hukum konsumen berdasarkan UUPK dalam jual beli online di Tiktok Shop. Keduanya juga sama- sama berpendekatan yuridis normatif untuk mengkaji hak- hak konsumen.	berfokus pada perlindungan hukum konsumen secara umum terhadap ketidaksesuaian barang khususnya produk <i>thrift ball</i> dengan menggunakan pendekatan hukum perdata.

Perspektif Hukum Bisnis Syari'ah, 2024 ⁵			
Ni Putu Sienny Merciana dan Agustina Ni Made Ayu Darma Pratiwi, Pertanggungjawab an Pelaku Usaha Terhadap Pakaian Bekas Impor di Kota Denpasar Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, 2024 ⁶	1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pakaian Bekas Impor Yang Merugikan Konsumen 2. Peran Pemerintah Dalam Mengatasi Jual Beli Pakaian Bekas Impor Yang Dapat Merugikan Konsumen	Membahas terkait tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha untuk konsumen yang dirugikan akibat ketidaksesuaian saat membeli barang <i>thrifting</i> .	Memberikan analisis bentuk perlindungan hukum untuk konsumen, melalui pemenuhan hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha akibat ketidaksesuaian barang yang diterima pada transaksi jual beli barang <i>Thrift ball</i> melalui platform TikTok Shop.
Arkia Putri Sarah Belladin, Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Baju Bekas (<i>Thrift Shop</i>)	1. Apakah konsumen dalam transaksi perdagangan baju bekas (<i>thrift shop</i>) sudah mendapatkan hak sebagai konsumen sesuai dengan Undang-	Membahas terkait pemenuhan hak konsumen dan penyelesaian sengketa yang dilakukan akibat bentuk dari perlindungan hukum	Memberikan analisis secara mendalam bentuk penyelesaian sengketa bagi konsumen yang tidak mendapat kompensasi apapun

⁵ Islami, T. A. (2024). *Penerapan Pasal 4 Huruf H Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen Terkait Hak Untuk Mendapatkan Kompensasi Pada Transaksi Jual Beli Online Tiktok Shop Perspektif Hukum Bisnis Syari'ah*. Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa, 2(4).

⁶ Merciana, N. P. S., & Pratiwi, A. N. M. A. D. (2024). *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Pakaian Bekas Impor Di Kota Denpasar Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Hukum Mahasiswa, 4(1), 1469-1480.

atau <i>Preloved</i>), 2022 ⁷	Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Dungandungan Konsumen? 2. Bagaimana penyelesaian sengketa antara konsumen dan para penjual baju bekas (<i>thrift shop</i>)?	bagi konsumen yang melakukan jual beli baju bekas secara online.	dari pelaku usaha untuk mendapatkan kembali hak konsumen pada platform TikTok Shop.
--	--	---	--

Tabel 1. Keaslian Penelitian

⁷ Belladin, A. P. S. (2022). *Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Baju Bekas (Thrift Shop atau Preloved)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah penulis teliti, jenis penelitian yang dipergunakan ialah yuridis normatif berpendekatan kualitatif. Penelitian ini berfokus pada kajian tertulis yang dijalankan melalui mengkaji aturan perundangan, berbagai asas hukum, berbagai teori hukum, prinsip-prinsip hukum, serta doktrin yang ada pada masyarakat.⁸ Penelitian ini juga didasarkan pada kerangka teori yang telah mapan, khususnya teori perlindungan hukum, teori pertanggungjawaban hukum, dan teori keadilan.⁹ Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini menggambarkan gambaran sistematis mengenai fakta-fakta yang ada sekaligus mengurai hubungan yang rumit di antara fenomena-fenomena yang diamati.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menganalisis kondisi terkini perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen berdasarkan hukum Indonesia, dengan fokus utama pada UU 8 Tahun 1999, serta instrumen hukum terkait lainnya. Peraturan utama yang berlaku untuk menangani masalah ini meliputi UU 8 Tahun 1999 dan PP 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (selanjutnya disebut BPKN), khususnya ketentuan mengenai prosedur penyelesaian sengketa konsumen.

⁸ Irwansyah. (2021). *Penelitian Hukum*, Mirra Buana Media, Yogyakarta, hlm. 98.

⁹ Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*, CV. Harfa Creative, Bandung, hlm 34.

1.6.2 Pendekatan

Pada penelitian ini penulis melibatkan dua pendekatan yakni pendekatan perundangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundangan (*statute approach*) tersebut diterapkan melalui kajian menyeluruh terhadap seluruh aturan perundangan yang berkenaan pada permasalahan hukum yang dikaji.¹⁰ Pendekatan tersebut mengkaji secara mendalam terhadap UU 8 Tahun 1999, secara khusus mengenai berbagai hak konsumen yang tercantum pada Pasal 4 dan kewajiban pelaku usaha pada Pasal 7. Selanjutnya, penelitian akan mengkaji KUHPPerdata terutama ketentuan terkait perjanjian jual beli dalam Pasal 1457-1540.

Pendekatan konsep (*conceptual approach*) yang menggunakan gagasan-gagasan para ahli hukum serta ajaran-ajaran dalam ilmu hukum sebagai landasan dalam membangun argumentasi terhadap persoalan hukum yang sedang dikaji.¹¹ Pendekatan ini juga akan mengkaji terkait tanggung jawab platform digital dalam pasar modern, serta menganalisis efektivitas mekanisme perlindungan konsumen yang ada pada aktivitas jual beli di platform digital. Aturan Perundangan yang terkait yakni, UU 8 Tahun 1999 dipergunakan menjadi landasan pokok pada permasalahan ini, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan PP. 4 Tahun 2019 terkait BPKN yang mengatur

¹⁰ Peter Mahmud Marzuki, (2017), *Penelitian Hukum*, edisi Revisi cet. Ke-13, Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, hlm 133.

¹¹ *Ibid*, hlm. 177.

tugas dan wewenang BPKN dalam menangani sengketa antara penjual dan konsumen dalam *thrifting* di TikTok Shop.

1.6.3 Bahan Hukum

Penelitian ini membangun argumennya dengan memanfaatkan berbagai sumber, yang menggabungkan teks-teks hukum primer dan sekunder dengan data di luar ranah hukum. Bahan-bahan tersebut merupakan kumpulan data dan informasi yang dikumpulkan melalui tinjauan pustaka, seperti undang-undang, tulisan ilmiah hukum, dan referensi lain yang relevan, yang secara keseluruhan mendukung analisis terhadap masalah-masalah hukum yang diteliti.

Data sekunder yang menjadi dasar penelitian ini bersumber dari berbagai literatur, yang dikelompokkan ke dalam kategori-kategori berikut:

1. Sumber Hukum Utama: Sumber-sumber hukum normatif ini memiliki kekuatan mengikat dan keabsahan hukum formal.¹² Sumber-sumber ini menjadi landasan utama dalam penelitian ini dan meliputi:
 - a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*), Staatsblad Tahun 1847 Nomor 23
 - b) UU 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen.
 - c) PP 4 Tahun 2019 terkait Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN).

¹² *Ibid*, hlm 181.

- d) PP No. 58 Tahun 2001 terkait Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
2. Sumber-sumber ini terdiri dari komentar hukum yang otoritatif dan karya ilmiah yang membantu dalam menafsirkan, menempatkan dalam konteks, atau memperkuat landasan pemikiran hukum. Contohnya antara lain:
- a) Buku teks akademis tentang hukum;
 - b) Jurnal hukum yang telah melalui proses peninjauan sejawat;
 - c) Sumber hukum lain yang relevan yang tersedia melalui media elektronik..
3. Bahan non-hukum, Sumber-sumber ini, meskipun tidak mengikat secara hukum, memberikan wawasan kontekstual dan empiris yang membantu menjelaskan permasalahan hukum yang sedang diteliti. Sumber-sumber tersebut juga membantu memperjelas dan memperkaya pemahaman terhadap bahan-bahan hukum primer maupun sekunder.¹³ Sumber-sumber tersebut meliputi buku, laporan lembaga, dan jurnal akademis non-hukum yang berkaitan dengan topik tersebut, yang semuanya berkontribusi dalam memperluas perspektif analitis peneliti.

1.6.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Metode pengumpulan bahan hukumnya pada penelitian ini melibatkan pendekatan studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini diimplementasikan melalui kegiatan meneliti dan menganalisis dokumen-

¹³ Muhaimin, (2020), *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram, hlm. 62.

dokumen hukum beserta sumber-sumber tertulis lainnya yang relevan pada isu hukum yang menjadi fokus penelitian. Pengumpulan datanya dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari beragam sumber meliputi aturan perundangan, buku-buku teks hukum, jurnal ilmiah, serta doktrin-doktrin hukum yang mendukung analisis perlindungan konsumen.

Pada pelaksanaannya, penelitian dokumen dilaksanakan dengan cara mengidentifikasi, mempelajari, mencatat, dan menafsirkan isi dari sumber-sumber hukum tersebut secara sistematis dan kritis. Metode ini merupakan teknik pengumpulan data melalui identifikasi terhadap bahan hukum yang nantinya akan menghasilkan analisis dan kesimpulan penelitian. Penulis juga memanfaatkan sumber-sumber sekunder dan non-hukum yang mendukung pemahaman terhadap konteks sosial dan ekonomi khususnya terkait dengan fenomena *thrift ball* dan perlindungan konsumen dalam transaksi digital, seperti buku-buku antropologi hukum, artikel ilmiah, serta laporan media yang dapat dipercaya. Berbagai bahan hukum yang dikumpulkan kemudian diolah sesuai dengan tujuan penelitian, disusun, dan diklasifikasikan ke dalam bab-bab dan subbab yang terstruktur secara sistematis sesuai dengan isu-isu inti yang diteliti, sehingga berfungsi sebagai landasan bagi pembahasan analitis.¹⁴

¹⁴ Jonaedi Efendi, (2022), *Metode Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, hlm 256.

1.6.5 Analisis Bahan Hukum

Untuk mengurai permasalahan hukum yang menjadi inti penelitian ini, studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan deduktif-normatif. Proses analisisnya didasarkan pada kajian terstruktur terhadap tiga jenis sumber primer, sekunder, dan non-hukum untuk mengungkap pokok permasalahan. Pendekatan normatif-deduktif digunakan untuk menarik kesimpulan dari prinsip-prinsip hukum yang bersifat umum dan menerapkan pada kasus yang ada, khususnya mengenai jaminan perlindungan hukum bagi pembeli dalam transaksi *thrift ball* di TikTok Shop. Analisis ini difokuskan kepada norma-norma hukum positif yang termuat pada aturan perundangan, yakni UU 8 Tahun 1999. Di samping mengkaji regulasi tertulis, penelitian ini pun mempertimbangkan berbagai nilai dan norma-norma sosial yang hidup dalam masyarakat, khususnya berkaitan pada transaksi *thrift ball* di TikTok Shop.

Metode penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah konsumen dalam transaksi *thrift ball* melalui platform digital telah mendapatkan perlindungan hukum yang memadai, serta menganalisis sejauh mana pelaku usaha bertanggungjawab ketika terjadi ketidaksesuaian diantara barang yang didapat dengan informasi produk yang disampaikan. Pengolahan data dijalankan melalui pendekatan deskriptif-analitis, yakni dengan mendeskripsikan, mengkaji, serta mengaitkan ketentuan peraturan perundang-undangan dengan teori-teori hukum perlindungan konsumen.

1.6.6 Sistematika Penulisan

Untuk memastikan pemahaman yang mendalam terhadap proposal penelitian ini, penulis telah menyusun naskah ini ke dalam beberapa bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa subbagian. Sistematika penulisan penelitian ini ditulis dengan sistematis dan logis untuk mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang dikaji, sebagai berikut:

BAB 1, Penulis Menjelaskan isu hukum terkait perlindungan hukum bagi konsumen khususnya dalam penjualan *thrift ball* melalui platform TikTok Shop, serta permasalahan ketidaksesuaian barang yang dialami konsumen, Bab pertama dibagi menjadi tiga bagian utama: dimulai dengan pengantar yang mencakup Latar Belakang, Pertanyaan Penelitian, Tujuan, Manfaat, dan Keaslian Penelitian; dilanjutkan dengan Metodologi Penelitian; dan diakhiri dengan Tinjauan Pustaka.

BAB II, membahas pertanyaan pertama dalam penelitian ini, yaitu mengkaji upaya hukum apa saja yang dapat ditempuh konsumen ketika barang yang mereka beli melalui fitur '*thrift ball*' di TikTok Shop tidak sesuai dengan harapan. Pada sub bab pertama akan membahas terkait dengan hak konsumen dalam jual beli barang bekas (*Thrifting*) sesuai UUPK. Sub bab kedua menguraikan terkait perlindungan hukum untuk konsumen akibat tidak terpenuhinya hak-hak dari pelaku usaha karena barang yang didapat konsumen tidak sesuai.

BAB III, berisi uraian masalah yang kedua yaitu tanggung gugat pelaku usaha pada perlindungan konsumen selaras akan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Berisi sub bab yang membahas terkait bentuk-bentuk tanggung gugat pelaku usaha kepada konsumen terkait pengiriman barang *thrift* yang tidak sesuai.

BAB IV, ialah bagian penutup yang memuat simpulan dari pembahasan yang sudah diuraikan oleh penulis dan saran dari penulis yang diberikan untuk penelitian kedepannya.

1.7 Tinjauan Pustaka

1.7.1 Tinjauan Umum Perlindungan Hukum

1.7.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum ialah bentuk jaminan yang diberi pada subjek hukum melalui berbagai instrumen dan mekanisme, termasuk yang sifatnya preventif ataupun represif, serta dapat diwujudkan melalui lisan ataupun tertulis. Perlindungan hukum mencerminkan esensi dari peran hukum secara keseluruhan, yang memiliki konsep berupa keadilan, ketertiban, kepastian hukum, kebermanfaatan, serta kedamaian dalam masyarakat.¹⁵ Konsep ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum tidak hanya sekadar seperangkat aturan, melainkan bentuk nyata dari upaya hukum yang ingin mewujudkan tatanan sosial yang adil serta memberi rasa aman untuk setiap individu pada lingkup hukum tersebut.

¹⁵ Sihombing, A. (2023). *Hukum Perlindungan Konsumen*. CV. Azka Pustaka. Sumatera Barat. hlm 2.

Bagi Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum berfungsi sebagai jaminan untuk menjaga kehormatan dan martabat setiap orang. Hal ini memastikan bahwa hak asasi manusia para subjek hukum diakui dalam kerangka hukum, dengan tujuan akhir untuk mencegah tirani dan penyalahgunaan kekuasaan.¹⁶ Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum melindungi kepentingan pribadi dengan menjamin hak asasi manusia yang mendasar, sehingga memberikan kebebasan kepada individu untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi mereka sendiri. Menurut C.S.T Kansil, perlindungan hukum ialah suatu rangkaian perbuatan hukum yang wajib dilaksanakan petugas penegak hukum dengan tujuan menciptakan keamanan dan ketentraman bagi masyarakat, baik dari segi psikologis maupun jasmani, terhadap segala bentuk intimidasi dan bahaya yang bisa datang dari banyak pihak.

1.7.1.2 Macam – Macam Upaya Perlindungan Hukum

Pada dasarnya, hubungan antara subjek dan objek hukum diatur dan dilindungi oleh hukum, sehingga membentuk kerangka kerja hak dan kewajiban timbal balik. Hubungan ini memerlukan perlindungan hukum guna memastikan bahwa setiap individu dapat memperjuangkan kepentingannya dengan rasa aman. Secara umum, perlindungan hukum dapat dibagi menjadi dua kategori yang berbeda:

¹⁶ Hukum Online.com, “Teori-Teori Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli”, <https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli>. Diakses pada 19 Juli 2025.

1. Upaya Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif ialah bentuk perlindungan yang bersifat pencegahan, di mana individu atau kelompok sebagai subjek hukum memiliki hak dan kesempatan untuk menyampaikan keberatan, masukan, atau pandangannya terlebih dahulu sebelum pemerintah menetapkan suatu kebijakan atau keputusan secara final dan mengikat. Tujuan utama dari perlindungan hukum preventif ialah guna mencegah atau menghindari berlangsungnya konflik, perselisihan, atau sengketa hukum di kemudian hari. Pendekatan ini lebih tepat dan optimal karena lebih baik mencegah masalah sejak dini daripada harus menyelesaikan sengketa yang sudah terjadi.¹⁷

2. Upaya Perlindungan Hukum Represif

Upaya hukum represif ialah tindakan-tindakan yang dijalankan pemerintah dalam menangani dan memberi sanksi terhadap orang-orang yang sudah menjalankan kejahatan ataupun pelanggaran hukum, upaya ini ditujukan dalam penyelesaian berbagai konflik dan sengketa yang berlangsung pada masyarakat.¹⁸ Ruang lingkup upaya hukum represif meliputi penegakan hukum pidana seperti penangkapan, penyidikan, dan pengadilan terhadap pelaku kejahatan, penyelesaian sengketa perdata misalnya ketika

¹⁷ Tampubolon, W. S. (2016). *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Ilmiah Advokasi, 4(1), hlm, 54.

¹⁸ Narulita, C. N., Sili, E. B., & Wisudawan, I. G. A. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Barang Pakaian Second Trift Brand Paradise Suplly. Commerce Law*, 2(1).hlm, 166.

ada masalah utang-piutang atau sengketa tanah yang diselesaikan di pengadilan, serta perlindungan hak masyarakat dengan memastikan rakyat mendapat keadilan melalui sistem peradilan.

1.7.2 Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1.7.2.1 Pengertian Konsumen

Konsumen didefinisikan sebagai seseorang yang memanfaatkan barang dan jasa di ruang publik untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri, keluarganya, atau pihak lain secara khusus untuk konsumsi pribadi atau langsung, tanpa niat untuk menjual kembali atau memanfaatkannya secara komersial. Menurut Hornby, konsumen dapat didefinisikan sebagai individu yang melakukan pembelian atas suatu barang atau jasa.¹⁹ Konsumen pun merujuk pada orang maupun badan usaha yang membeli produk tertentu atau memanfaatkan layanan yang tersedia. Selain itu, konsumen ialah pihak yang mempergunakan sejumlah persediaan barang tertentu untuk pemenuhan keperluan sehari-hari.

Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) UU 8 Tahun 1999, istilah “konsumen” secara hukum didefinisikan sebagai setiap orang yang memperoleh barang atau jasa yang beredar di pasar untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, pihak ketiga, atau yang berkaitan dengan hewan. Yang terpenting, definisi ini didasarkan pada ketentuan bahwa perolehan tersebut semata-

¹⁹ Atsar, A., & Apriani, R. (2019). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Deepublish. Sleman, hlm, 2.

mata untuk tujuan penggunaan akhir dan secara tegas mengecualikan niat apa pun untuk dijual kembali atau diperdagangkan secara komersial. Sesuai pandangan Az. Nasution, konsumen terbagi atas 2 (dua) kategori²⁰, yakni:

- a. Pengguna atau pemakai barang dan/atau jasa yang bertujuan guna memperoleh barang ataupun jasa tersebut guna diperdagangkan atau dijual kembali
- b. Pemakai barang atau jasa yang dimaksudkan guna mencukupi keperluan pribadi, keluarga, dan kebutuhan rumah tangga.

Konsumen merupakan unsur yang penting dalam perekonomian suatu negara. Mereka bukan hanya sekadar pembeli atau pengguna produk, tetapi memiliki peran yang jauh lebih besar dari itu. Ketika konsumen membeli barang atau menggunakan jasa, konsumen memiliki dampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi sebuah bangsa.

1.7.2.2 Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen ialah langkah tindakan dan kebijakan yang dibuat dalam menjamin bahwasanya setiap konsumen mendapat rasa aman dan adil melalui regulasi hukum yang kuat. Dalam konteks hubungan perdagangan, seringkali terjadi ketimpangan kekuatan diantara konsumen dengan pelaku usaha. Konsumen umumnya ada di posisi yang lebih lemah dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta informasi dibanding penjual ataupun penyedia jasa. Ketidakseimbangan ini bisa dimanfaatkan pelaku

²⁰ Zahra, N. N. A. (2024). *Analisis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Marketplace "Tiktok Shop" Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang), hlm, 23.

usaha yang tidak mengemban tanggungjawab, seperti penjualan produk berkualitas rendah, memberikan informasi menyesatkan, atau menetapkan syarat-syarat yang merugikan konsumen.²¹

Sehingga, regulasi perlindungan konsumen berfungsi menjadi instrumen hukum yang penting dalam mewujudkan ekosistem perdagangan yang berkeadilan dan berkelanjutan. Melalui regulasi yang jelas dan tegas, konsumen dapat memperoleh haknya untuk mendapatkan produk berkualitas, informasi yang akurat, layanan yang memuaskan, serta kompensasi yang layak apabila mengalami kerugian. Dengan demikian, perlindungan konsumen bukan hanya soal memberi rasa aman kepada pembeli, namun juga berperan dalam menghasilkan usaha yang mendorong untuk persaingan secara sehat dan mengutamakan kepuasan pelanggan yang berikan pelaku usaha.

1.7.2.3 Hak dan Kewajiban Konsumen

Sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU 8 Tahun 1999, perusahaan wajib memberikan hak-hak berikut kepada konsumen:

- a. Hak atas Keselamatan dan Keamanan: Hak atas keselamatan, kenyamanan, dan perlindungan terhadap bahaya yang terkait dengan konsumsi atau pemanfaatan barang dan/atau jasa.
- b. Hak atas Otonomi dan Kesesuaian: Hak untuk melakukan pilihan bebas dalam pemilihan barang dan/atau jasa, disertai jaminan bahwa barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai, syarat, dan jaminan yang disepakati oleh penyedia.
- c. Hak atas Transparansi Informasi: Hak untuk mengakses informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai spesifikasi, kegunaan, dan syarat jaminan dari barang dan/atau jasa yang ditawarkan.

²¹ Kurniawan. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. UB Press. Malang, hlm. 28.

- d. Hak untuk Bersuara dan Mengajukan Keluhan: Hak untuk mengemukakan pendapat, memberikan umpan balik, dan mengajukan keluhan terkait kualitas dan kinerja barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.
- e. Hak atas Bantuan Hukum dan Penyelesaian Sengketa: Hak untuk memperoleh bantuan hukum, dukungan, dan mekanisme penyelesaian yang adil dalam penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.
- f. Hak atas Pendidikan Konsumen: Hak untuk mengakses fasilitas pendidikan dan layanan konsultasi terkait hak dan tanggung jawab konsumen.
- g. Hak atas Perlakuan Non-Diskriminatif: Hak untuk mendapatkan layanan yang adil dan jujur, bebas dari praktik diskriminatif berdasarkan kriteria yang sewenang-wenang.
- h. Hak atas Kompensasi dan Ganti Rugi: Hak untuk menerima kompensasi, restitusi, atau penggantian yang sesuai atas kerugian yang diderita atau kerusakan yang dialami akibat barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi standar kontrak atau undang-undang.
- i. Hak atas Perlindungan Hukum: Hak atas perlindungan dan ganti rugi tambahan sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang dan peraturan yang berlaku.

Dari hak-hak di atas terlihat jelas bahwa perlindungan konsumen pada dasarnya didasarkan pada prinsip-prinsip keselamatan, keamanan, dan kenyamanan. Sebagai bentuk perlindungan, hak untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan preferensi pribadi secara intrinsik terkait dengan penyediaan informasi yang akurat, lengkap, dan dapat dipercaya. Apabila terjadi pelanggaran yang menimbulkan kerugian, konsumen berhak mendapatkan forum aspirasi, pendampingan hukum, pemberdayaan, perlakuan yang berkeadilan, hingga kompensasi berupa penggantian kerugian.²² Hak konsumen bukanlah hak yang mutlak; sebaliknya, hak tersebut bergantung pada pemenuhan tanggung jawab tertentu, yang bertujuan untuk membangun kerangka hukum yang adil antara konsumen dan penyedia layanan.

²² Kusumadewi, Y., & Sharon, G. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Lembaga Fatimah Azzahrah. Sleman. hlm, 60.

Berdasarkan Pasal 5 UU 8 Tahun 1999, konsumen wajib memenuhi kewajiban-kewajiban berikut:

- a. Membaca dan mengikuti petunjuk, buku panduan, serta informasi penggunaan yang disediakan untuk barang dan/atau jasa guna menjamin keselamatan dan keamanan diri mereka;
- b. Bertindak jujur dan dengan itikad baik saat membeli barang atau jasa;
- c. Melakukan pembayaran sesuai kesepakatan mengenai harga dan syarat-syarat transaksi;
- d. Berpartisipasi dalam proses penyelesaian sengketa konsumen secara adil dan wajar.

Penetapan kewajiban itu bertujuan memungkinkan konsumen mendapat manfaat secara maksimal dari perlindungan dan/atau jaminan kepastian hukum bagi kepentingannya, serta berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial yang mendorong pelaku usaha untuk beroperasi dengan bertanggung jawab secara penuh serta transparan.

1.7.3 Tinjauan Umum Transaksi

1.7.3.1 Pengertian Transaksi Elektronik

Transaksi merupakan istilah yang secara umum dipergunakan dalam mendeskripsikan tiap aktivitas ekonomi ataupun keuangan, saat barang, jasa, maupun aset dipertukarkan diantara dua pihak ataupun lebih dalam suatu hubungan tertentu. Aktivitas ini mencakup berbagai bentuk pertukaran seperti jual beli, pembayaran, dan transfer nilai lainnya yang menghasilkan pergerakan ekonomi antar pihak. Pada umumnya, proses transaksi melibatkan penggunaan uang sebagai alat tukar standar yang memfasilitasi pertukaran nilai dalam sistem ekonomi. Teknologi yang semakin canggih telah mengubah cara berbisnis dan membuat pasar menjadi

lebih mudah dengan adanya sistem belanja online yang biasa kita sebut *e-commerce* atau perdagangan elektronik. *E-commerce* ataupun perdagangan elektronik ialah suatu sistem perdagangan yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet sebagai sarana untuk memberikan fasilitas pada kegiatan penjualan dan pembelian barang dan jasa.²³ Konsep ini mengacu pada seluruh rangkaian proses bisnis yang dijalankan dengan elektronik, dimulai dari promosi produk, transaksi pembayaran, sampai distribusi barang kepada konsumen akhir. *E-commerce* pada hakikatnya merupakan sistem transaksi komersial era digital yang mengintegrasikan teknologi internet menjadi platform utama dalam proses jual beli. Perbedaan mendasar dari perdagangan elektronik ini adalah dari mekanisme transaksi perdagangan konvensional yang telah ada sebelumnya.

Pengaturan terkait sistem transaksi elektronik diatur dalam UU19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan dari UU 11 Tahun 2008 terkait ITE, serta PP 71 Tahun 2019 terkait Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik. Setiap transaksi elektronik yang dijalankan berbagai pihak yang terlibat menyebabkan akibat hukum untuk kedua belah pihaknya. Pelaksanaan transaksi elektronik ini didasarkan pada kontrak elektronik ataupun wujud perjanjian lain sebagai wujud kesepakatan yang dibuat para

²³ RISCA, V. F. (2023). *Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Tentang Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Bisnis E-Commerce Terhadap Ulasan Negatif Konsumen Yang Tidak Beritikad Baik (Studi Pada Akun Fashion Thrift Aplikasi Tiktok Shop)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG), hlm 35.

pihak yang bertransaksi. Kemajuan teknologi yang sangat cepat telah mengubah cara berbisnis di seluruh dunia. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi cara perusahaan bekerja, tetapi juga mengubah seluruh sistem perdagangan dengan menciptakan cara-cara baru dalam berbisnis. Kita bisa melihat dampak besar teknologi ini dari perubahan dalam model bisnis, cara kerja perusahaan, dan kebiasaan berbelanja masyarakat. Salah satu contohnya adalah dalam bidang perdagangan, di mana perkembangan teknologi telah menciptakan cara bertransaksi baru yang disebut *e-commerce* (perdagangan elektronik).

1.7.3.2 Keuntungan dan Kelemahan Transaksi Elektronik

Transaksi elektronik (*e-commerce*) kini populer dikalangan masyarakat karena memberikan berbagai keuntungan untuk seluruh pihak yang terlibat pada proses jual beli. Meskipun demikian, sistem transaksi elektronik dapat mempunyai kelemahan yang bisa dipertimbangkan ketika melakukan transaksi. Adapun berbagai keuntungan dan kelemahan dalam melaksanakan transaksi elektronik (*e-commerce*) adalah sebagai berikut:²⁴

a) Bagi Pemilik Usaha

- 1) Dapat memperluas area penjualan hingga ke seluruh dunia. Pemilik usaha dapat menjangkau lebih banyak konsumen tanpa batasan wilayah.

²⁴ Ahmad, A., Pransisto, J., & Syahril, M. A. F. (2023). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*. Jurnal Litigasi Amsir, 10(3), hlm 277-278.

- 2) Pengusaha tidak memerlukan banyak cabang toko atau pusat distribusi fisik. Akan tetapi, beberapa platform *e-commerce* tetap mempertahankan gudang di berbagai lokasi untuk memudahkan pengiriman barang kepada konsumen.
- 3) Dengan sistem online, pemilik usaha dapat mengurangi pengeluaran untuk sewa gedung, jumlah karyawan, dan infrastruktur fisik lainnya. Hal ini secara langsung meningkatkan margin keuntungan dengan menurunkan biaya operasional.
- 4) Penghematan dari berbagai aspek di atas memungkinkan pemilik usaha menetapkan harga yang lebih ekonomis, sehingga produk menjadi lebih menarik untuk konsumen dari berbagai kalangan ekonomi

b) Bagi Konsumen

- 1) Kemudahan dalam berbelanja karena toko online dapat diakses kapan saja selama 24 jam penuh. Berbeda dengan toko konvensional yang memiliki jam operasional terbatas.
- 2) Dapat menggunakan waktu secara efisien. Konsumen tidak perlu mendatangi toko secara langsung. Cukup dengan membuka website atau aplikasi, pemesanan dapat dilakukan dan barang akan dikirim langsung ke alamat tujuan.
- 3) Konsumen mendapatkan manfaat dari harga yang lebih murah karena penghematan biaya operasional dari pihak penjual.

- 4) Platform online memungkinkan konsumen membandingkan berbagai produk dengan mudah hanya dalam satu klik, berbeda dengan berbelanja di toko konvensional yang mengharuskan konsumen berpindah-pindah lokasi.

E-commerce telah memberikan manfaat untuk masyarakat yang menggunakan layanan tersebut, namun di sisi lain sistem transaksi ini juga menimbulkan kerugian, antara lain:²⁵

- 1) Pihak yang tidak memiliki hak dapat dengan leluasa masuk kedalam sistem komputer dan meluncurkan berbagai aktivitas sesuai kehendak mereka tanpa batasan. Contohnya, Kasus pembajakan akun (*hacked account*) oleh pihak yang tidak bertanggung jawab sudah sering terjadi serta menjadi masalah yang umum.
- 2) Karena tidak adanya verifikasi fisik, calon pembeli tidak dapat melakukan pemeriksaan langsung sebelum memutuskan untuk membeli, sehingga mereka berisiko menjadi korban penipuan terkait keaslian barang dan kesesuaiannya dengan spesifikasi yang ditetapkan.
- 3) Kurangnya jaminan keamanan dalam produk, resiko barang yang dikirim rusak pada ekspedisi, ataupun telambat sampainya suatu produk yang tidak mengacu pada perkiraan pengirimannya.
- 4) Berbagai hal dapat mengancam kerahasiaan data pribadi seseorang, seperti mengubah informasi transaksi saat proses berlangsung dan

²⁵ *Ibid*, hlm 278.

untuk menipu banyak orang dengan cara membuat server palsu agar seseorang secara sukarela memberikan informasi rahasia mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat ditarik simpulan bahwasanya transaksi *e-commerce* memberikan berbagai manfaat bagi masyarakat melalui kemudahan akses dan efisiensi proses yang ditawarkannya. Namun, di balik keunggulan tersebut terdapat risiko-risiko yang tidak dapat diabaikan, sehingga konsumen dituntut untuk menerapkan sikap kehati-hatian dalam melakukan transaksi online dan selektif dalam memilih platform *e-commerce* yang terpercaya. Maka dari itu, konsumen dapat memanfaatkan penggunaan *e-commerce* sambil meminimalkan potensi kerugian yang mungkin terjadi.

1.7.4 Tinjauan Umum Marketplace

1.7.4.1 Definisi Marketplace

Marketplace ataupun pasar online ialah salah satu bentuk platform *e-commerce* yang berguna menjadi penghubung diantara penjual dengan pembeli pada dunia digital, serta mempertemukan para penyedia barang ataupun jasa dengan konsumen yang membutuhkan produk atau layanan tersebut. Platform ini menyediakan berbagai macam barang atau produk dengan informasi lengkap mengenai spesifikasi serta kondisi barang yang ditawarkan oleh para pedagang atau pelaku bisnis.²⁶ Sebelum adanya

²⁶ Abi Pratama, S. (2020). *Perlindungan hukum terhadap konsumen atas barang tidak sesuai gambar pada transaksi di marketplace*. In *National Conference on Law Studies (NCOLS)* (Vol. 2, No. 1, pp), hlm 182.

marketplace, penjual memiliki produk berkualitas namun sulit menjangkau calon pembeli yang tepat, sementara pembeli kesulitan mencari penjual yang menawarkan barang sesuai kebutuhan mereka. Proses pencarian ini menghabiskan biaya, tenaga, ataupun waktu yang cukup banyak.

Kehadiran *marketplace* dapat mengatasi permasalahan tersebut dengan cara memberi tempat secara virtual yang memungkinkan kedua pihak bertemu dengan mudah. Penjual dapat memasarkan produknya kepada calon pembeli, sedangkan pembeli dapat dengan mudah membandingkan berbagai produk dari berbagai penjual dalam satu platform. Hal ini menciptakan efisiensi yang tinggi dibandingkan dengan sistem perdagangan konvensional yang cenderung terbatas jangkauannya. Dengan demikian, *marketplace* bukan hanya mempermudah proses jual beli, namun juga menciptakan pasar yang lebih efisien, transparan, dan bisa diakses masyarakat tanpa terdapatnya waktu yang ditentukan melalui perangkat elektronik yang terhubung internet.

Platform *marketplace* menetapkan aturan yang sifatnya mengikat dan wajib dipatuhi oleh seluruh pihak terkait. Pasal 4 sampai dengan 7 UU 8 Tahun 1999 memberikan kerangka kerja yang komprehensif yang mengatur hak dan kewajiban baik konsumen maupun pelaku usaha. Melalui berlakunya perundangan tersebut, harapannya masyarakat sebagai konsumen di Indonesia menjadi lebih proaktif saat memperjuangkan dan menjaga hak-haknya yang disalahi oleh pelaku usaha. Selain itu, penyelenggaraan *marketplace* diatur secara khusus dalam PP 71 Tahun

2019. Tujuan peraturan ini adalah untuk menjamin kepastian hukum dan memberikan perlindungan hukum kepada setiap pemangku kepentingan yang terlibat dalam sistem elektronik dan perdagangan digital.²⁷

1.7.4.2 Definisi TikTok Shop

TikTok ialah salah satu aplikasi media sosial serta platform video musik yang sedang populer di kalangan masyarakat sebagai sarana untuk membagikan konten video musik berdurasi singkat. Platform ini menyediakan berbagai fasilitas kepada pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan konten video dengan memanfaatkan berbagai fitur filter dan audio pendukung. Keberagaman konten yang tersedia dalam platform ini mencakup konten yang bersifat hiburan, informasi, hingga edukatif. Sejak dirilis pada tahun 2016, TikTok telah mengalami perkembangan yang pesat dalam pengembangan fitur dan performa.

Perkembangan pesat dalam teknologi digital telah mempermudah akses konsumen terhadap beragam produk, mulai dari fashion dan makanan hingga produk kecantikan dan perawatan kulit, melalui pasar daring dan jejaring sosial. Saat ini, platform seperti TikTok telah berkembang melampaui fungsi utamanya sebagai sarana berbagi hiburan. Platform ini telah menyediakan fitur baru, di antaranya adalah TikTok Shop, yang dibuat untuk mempermudah proses transaksi belanja bagi masyarakat.²⁸ Kehadiran TikTok Shop memberikan beberapa manfaat, tidak hanya menyediakan

²⁷ *Ibid*, hlm 184.

²⁸ Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). *Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(17), hlm 499.

kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian, tetapi juga membuka kesempatan untuk para pelaku usaha untuk mengembangkan aktivitas perdagangan mereka. Para pedagang dapat memanfaatkan berbagai strategi pemasaran digital melalui platform ini, seperti melakukan siaran langsung (*live streaming*) atau menaruh *link* produk pada konten video yang mereka publikasikan.

Proses transaksi melalui TikTok Shop sangat mudah, pengguna hanya perlu memverifikasi bahwa aplikasi yang terinstal dalam perangkat mobile mereka merupakan versi terkini dan memiliki akun yang telah terdaftar dalam sistem. Melalui fitur yang telah disediakan, proses transaksi dapat diselesaikan tanpa memerlukan perpindahan ke platform aplikasi lain.²⁹ Aplikasi TikTok Shop menawarkan sebuah produk dengan berbagai merk, konsumen juga memiliki kesempatan untuk mengikuti berbagai program promosi dan memperoleh diskon harga secara langsung melalui platform tersebut. TikTok senantiasa melakukan pembaruan dan pengembangan dengan menghadirkan beragam bentuk promosi serta penawaran produk yang menarik yang dikemas secara baik dan dipublikasikan melalui konten yang kreatif.

1.7.5 Tinjauan Umum Jual Beli

1.7.5.1 Pengertian Jual Beli

Menurut hukum perdata Indonesia, perjanjian jual beli merupakan bentuk perjanjian yang paling mendasar dan diatur secara menyeluruh

²⁹ *Ibid*, hlm. 500.

dalam Buku III KUHPdata tentang Perjanjian, khususnya dalam Pasal 1457 hingga 1540. Berdasarkan Pasal 1457 KUHPdata, transaksi jual beli merupakan perjanjian bilateral antara dua pihak: pihak pertama berkewajiban menyerahkan hak milik atas suatu barang tertentu, sedangkan pihak kedua berkewajiban membayar sejumlah uang yang sesuai dengan nilai yang telah disepakati. Perjanjian jual beli sudah dipastikan terbentuk dan mengikat masing-masing pihak dari terpenuhinya capaian persetujuan terkait harga dan objek, walaupun barangnya belum diserahkan dan pembayarannya belum dilangsungkan, sebagaimana ditegaskan melalui Pasal 1458 KUHPdata. Dengan demikian, jual beli bukan sekadar peralihan kepemilikan atas suatu benda, melainkan merupakan hubungan hukum yang menghasilkan hak dan kewajiban yang perlu dipenuhi tiap-tiap pihak secara bertanggung jawab dan beriktikad baik.

Saat ini, kerangka hukum yang mengatur transaksi perdagangan elektronik masih mengacu pada syarat-syarat keabsahan perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPdata, yang mensyaratkan adanya persetujuan bersama, kapasitas hukum, objek yang jelas, dan alasan yang sah.³⁰ Pada konteks perjanjian jual beli melalui platform *e-commerce*, subjek hukum yang terlibat adalah pelaku usaha sebagai pihak penjual, serta konsumen selaku pihak pembeli yang berkewajiban membayar harga barang selaras akan kesepakatan yang telah menjadi kesepakatan di antara

³⁰ Suadi, I. P. M., Yulianti, N. P. R., & Ardhy, S. N. (2021). *Tinjauan yuridis subyek hukum dalam transaksi jual beli online/e-commerce ditinjau dari kitab undang-undang hukum perdata*. Jurnal Komunitas Yustisia, 4(2), hlm. 670.

keduanya. Berbeda dengan hal transaksi jual beli konvensional yang memungkinkan para pihak untuk bertatap muka secara langsung, transaksi jual beli online sepenuhnya dilandaskan kepada kepercayaan antara penjual dan pembeli tanpa adanya pertemuan fisik.