

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PERDAGANGAN *CROSS-BORDER ILLEGAL* MELALUI *TIKTOK SHOP*

Kadek Melya Handayani, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
amel03bali@gmail.com

Dewa Ayu Dian Sawitri, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
dewaayudiansawitri@unud.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Undang Undang Perlindungan Konsumen terkait perdagangan Cross-Border illegal, dimana produk-produk impor yang tidak berlisensi BPOM dan SNI dapat masuk ke Indonesia dan diedarkan melalui social ecommerce salah satunya Tiktok Shop. Metode penelitian hukum normatif menjadi pilihan penulis dengan adanya kekaburan norma berkaitan dengan pemberian perlindungan hukum bagi konsumen terkait perdagangan Cross-Bordes illegal dengan pendekatan perundang-undangan, pengumpulan bahan hukum, teknik pengumpulan bahan hukum, serta metode analisis bahan hukum. Menindaklanjuti permasalahan Cross-Border illegal ini, pemerintah sempat menutup Tiktok Shop kemudianizinkan beroperasi kembali dengan syarat harus membuka social commerce yang lain, dikarenakan proses yang lama Tiktok Shop kemudian mengakuisisi Tokopedia terhitung sejak tanggal 31 Januari 2024. Hal tersebut dilakukan oleh pemerintah agar tidak terjadi kembali Cross-Border illegal di Indonesia.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Cross-Border illegal, Pemerintah*

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the Consumer Protection Law in relation to Cross-Border illegal trade, where imported products that are not licensed by BPOM and SNI can enter Indonesia and are circulated through social e-commerce, one of which is Tiktok Shop. The normative legal research method is the author's choice with the existence of normative vagueness related to providing legal protection for consumers related to illegal Cross-Bordes trade with a statutory approach, collection of legal materials, legal material collection techniques, and legal material analysis methods. Following up on this Cross-Border illegal problem, the government had closed Tiktok Shop and then allowed it to operate again on the condition that it had to open another social commerce, due to the long process Tiktok Shop then acquired Tokopedia as of 31st January 2024. This is done by the government so that Cross-Border illegal does not happen again in Indonesia.

Key Words: *Legal Protection, Cross-Border illegal, Government*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini Indonesia dalam bidang teknologi terdapat perkembangan kian laju menyebabkan memperluas ruang gerak globalisasi serta perdagangan bebas di kalangan masyarakat.¹ Tiktok yang merupakan aplikasi dari perusahaan ByteDance menjadi populer terhitung dari pandemi *Covid-19*. Fitur terbaru yang diluncurkan oleh Tiktok ialah salah satu *social commerce* yang tersedia bagi pengguna Tiktok dengan akun bisnis yang rilis pada pertengahan tahun 2021. Merujuk pada ketentuan Pasal 1 Ayat 17 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik menyebutkan: “*Social-Commerce* adalah penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan Pedagang (*Merchant*) dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa.”² Fitur ini memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk berbelanja tanpa perlu berpindah aplikasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, sebagian besar masyarakat Indonesia dapat melakukan pembelian berbagai macam produk yang dipermudah melalui pembelian pada *social ecommerce* ataupun media sosial lainnya. Platform media sosial yang kini popules di komunitas global ialah aplikasi Tiktok.³ Fungsi utama dari Tiktok ialah memperluas jangkauan konten, namun saat ini Tiktok telah meluncurkan fitur Tiktok *Shop* guna mempermudah masyarakat dalam memperoleh barang atau jasa.⁴ Peluncuran fitur terbarunya merupakan tanggapan atas popularitas global aplikasi tersebut dengan menggabungkan media sosial serta pasar. Tiktok *Shop* ialah fitur yang dapat memudahkan pelaku bisnis dan penggunanya untuk memasarkan produk dan membeli produk.⁵

Berawal dari Tiktok *Shop* dikeluarkan oleh pengguna Amerika, Inggris dan Kanada, kemudian seiring dengan perkembangan teknologi dapat diakses oleh berbagai negara termasuk Indonesia. Tersebar di 150 negara, menghasilkan basis pengguna aktif sekitar 800 juta perbulan serta diunduh lebih dari 2 miliar kali.⁶ Penggunaan Tiktok *Shop* semenjak Indonesia mendapatkan akses sangatlah tinggi. Tiktok *Shop* diminati oleh sebagian besar pengguna Tiktok sebab terdapat berbagai macam fitur yang menguntungkan seperti *voucher* gratis ongkos kirim, diskon harga dan sistem COD (*Cash On Delivery*) yang dapat memudahkan penjual baik dari segi pengenalan produk maupun segi promosi. Selain itu, fitur Tiktok *Shop* ini pada kenyataannya sangat memberikan keuntungan bagi seseorang yang memiliki usaha kecil, usaha menengah maupun usaha besar dalam memperluas pangsa pasar. Fitur tersebut memberikan fasilitas bagi siapapun untuk mengunggah video dengan lagu yang bertujuan

¹ Natih, Dita Dhaamya, and Ni Made Ari Yuliantini Griadhi. “*Perlindungan Konsumen Terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online.*” Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum Vol 7, No.10, 2019, Hal 10.

² Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

³ Mayuni, Anak Agung Ayu Wina Putri Mayuni, and Marwanto. “*Pertanggung Jawaban Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok Shop (E-Commerce).*” Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum, Vol 10, No.5, 2022, Hal 509.

⁴ Sa’adah, Ai Nur, Ayu Rosma, and Dea Aulia. “*Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok.*” Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan Vol 2, No. 5, 2022, Hal 132.

⁵ Simanjuntak, Kevin, and Rianita Puspita Sari. “*Analisis Sistem S-Commerce Pada Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Daya Asing Menggunakan Metode SWOT.*” Jurnal Unitek Vol 16, No.1, 2023, Hal 3.

⁶ Priyono, Muhammad Bintang, and Dian Permata Sari. “*Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia.*” Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol 9, No. 17, 2023, Hal 498.

memberikan informasi terhadap suatu produk yang dijual agar konsumen memiliki ketertarikan untuk melihat produk tersebut.⁷

Namun, *Federal Bureau of Investigation* (FBI) telah menyampaikan bahaya dari penggunaan Tiktok sebab terdapat kemungkinan China dapat mengontrol pengumpulan jutaan data pengguna yang nantinya akan digunakan untuk melakukan operasi politik tertentu. Adanya fitur Tiktok *Shop* selain dari perwujudan inovasi bisnis dari perkembangan teknologi tetapi dapat mengancam pasar domestik melalui permainan algoritma dan persaingan pasar yang tidak sehat yang nantinya hanya akan menguntungkan beberapa pihak saja.⁸ Dalam prakteknya, Tiktok *Shop* dapat menimbulkan praktek persaingan bisnis yang illegal, penyalahgunaan data pribadi dimana dapat mengakibatkan terjadinya penipuan, adanya ketergantungan terhadap platform, pembelian produk yang tidak berlisensi BPOM dan SNI masuk dengan mudah ke Indonesia. Seharusnya, seluruh barang dan jasa yang masuk ke Indonesia mendapatkan perlindungan dan berlisensi BPOM serta SNI.

Secara terus menerus masuknya produk yang tidak berlisensi BPOM dan SNI ke Indonesia yang tidak terdata dengan baik dapat menimbulkan *Cross-Border illegal* (lintas batas perdagangan ilegal). Indonesia akan menghadapi berbagai permasalahan melalui produk impor ke Indonesia antara lain: produk yang masuk dapat berupa barang palsu, tidak berlisensi BPOM dan SNI, tidak membayar pajak dan kerugian-kerugian lainnya yang diakibatkan oleh barang dengan harga yang rendah. Sehingga, perlindungan konsumen menjadi alasan utama pelarangan Tiktok *Shop* oleh Pemerintah Indonesia bagi melindungi konsumen dari dampak negatif penggunaan Tiktok *Shop*.

Perlindungan Konsumen sendiri ialah memberikan perlindungan hukum dalam upaya diberikannya jaminan kepastian hukum bagi konsumen. Lembaga legislatif dalam pembuatan produk hukum harus memberikan jaminan, memenuhi tuntutan hukum serta keadilan bagi setiap orang perlindungan hukum tanpa terkecuali. Perbandingan posisi antara posisi konsumen dengan posisi produsen tentu posisi yang dimiliki konsumen lebih lemah. Hal ini sebagai dasar bahwa konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum.⁹ Konsumen dalam kalangan masyarakat memerlukan perlindungan dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab yang semakin banyak beredar.¹⁰ Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Seterusnya disebut "**UU Perlindungan Konsumen**") menyebutkan: "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen" Dapat di intisarikan bahwa tujuan perlindungan konsumen ialah untuk menjamin adanya kepastian hukum, sehingga perlindungan konsumen tidak dapat terlepas dari adanya Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen.¹¹ Sehubungan dengan *Cross-Border*

⁷ Sandrina, Gusti Ayu, and I Made Dedy Priyanto. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksihonestan Kualitas Barang yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja Tiktok Shop." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* Vol 11, No.3, 2023, Hal 488.

⁸ Isal, Muhammad Aryanang, A., and Rahmat Maulana Sidik. "Jeratan Social Commerce: Matinya Masa Depan UMKM di Indonesia Studi kasus Tiktok Shop in Indonesia." *Jurnal Commerce Law* Vol 3, No.2, 2023, Hal 404-405.

⁹ Soemarwi, Vera Wheny Setijawati, and Yudith Ridzika. "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019." *Jurnal Rectum* Vol 5, No.1, 2023, Hal 996-997.

¹⁰ Dana, Ni Wayan Jessica, and Dewa Ayu Dian Sawitri. "Perlindungan Konsumen Akibat Pemakaian Zat Berbahaya (Merkuri) Dikalangan Anak Muda." *Kertha Wicara: Journal Ilmu Hukum* Vol 11, No.5, 2022, Hal 973.

¹¹ Atsar, Abdul and Rani Apriani. "Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen" (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2019), Hal 32.

illegal dalam UU Perlindungan Konsumen sudah tercantum terkait mekanisme perlindungan hukum terhadap praktek *Cross-Border illegal*.¹² Perjanjian perdagangan yang terjadi, selain ruang lingkup dalam negeri namun dapat berasal dari luar negeri melalui *Cross-Border illegal*. Maka dari itu perlu diperhatikannya mekanisme perlindungan konsumen bukan dalam negeri, melainkan juga wilayah luar negeri.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis memiliki ketertarikan mengulas lebih lanjut penelitian ini dengan lebih sistematis dan dituangkan dalam jurnal yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Perdagangan *Cross-Border Illegal* Melalui Tiktok Shop". Terdapat beberapa penelitian-penelitian yang memiliki pembahasan serta tema yang serupa terhadap penelitian ini namun dengan pokok pembahasan yang berbeda. Pertama, dengan judul "Analisis Hukum Produk Kosmetika Yang di Impor Untuk Digunakan Secara Pribadi Oleh Konsumen" terbit pada tahun 2021 yangmana ditulis oleh Nabila Sari dan Winsherly Tan. Kesamaan yang terdapat ialah sama sama membahas tentang bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang memakai produk kosmetik impor illegal yang mengandung zat berbahaya. Pembedanya pada penelitian ini penjelasan yang terdapat bukan hanya merujuk pada kosmetik saja namun barang atau jasa apapun yang tidak berlisensi SNI dan tidak terdaftar di BPOM. Kemudian penelitian yang memiliki pembahasan yang serupa dengan judul "Jeratan *Social Commerce*: Matinya Masa Depan UMKM di Indonesia Studi Kasus Tiktok Shop di Indonesia" yang ditulis pada tahun 2023 oleh Muhamad Aryanang Isal dan Rahmat Maulana Sidik. Penulisan ini memiliki kemiripan penelitian sebelumnya terkait perdagangan *Cross-Border Illegal* melalui salah satu *S-Ecommerce* yaitu Tiktok Shop sebagai salah satu fitur terbaru dari Tiktok. Pembedanya dengan penelitian sebelumnya ialah menjelaskan lebih lanjut tentang bagaimana perlindungan hukum berdasarkan UU Perlindungan Konsumen terkait perdagangan *Cross-Border Illegal*. Selanjutnya menganalisis usaha pemerintah dalam menghadapi permasalahan perdagangan *Cross-Border Illegal* yang terjadi di Indonesia. Melalui penulisan ini diharapkan pemberian perlindungan hukum terkait *Cross-Border illegal* bagi konsumen berdasar UU Perlindungan Konsumen dapat dipahami.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah UU Perlindungan Konsumen dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen terkait perdagangan *Cross-Border illegal*?
2. Bagaimana usaha pemerintah dalam menghadapi permasalahan perdagangan *Cross-Border illegal* dalam praktek Tiktok Shop?

1.3. Tujuan Penulisan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis UU Perlindungan Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen terkait perdagangan *Cross-Border illegal* serta usaha pemerintah dalam menghadapi permasalahan perdagangan *Cross-Border illegal* dalam praktek Tiktok Shop.

2. Metode Penelitian

Berdasarkan kajian yang telah diuraikan serta dikemukakan diatas, maka penelitian ini dapat digolongkan dalam metode maupun jenis penelitian hukum normatif dimulai dari adanya kekaburan norma berkaitan dengan pemberian

¹² Isal, Muhammad Aryanang. A., and Rahmat Maulana Sidik. *op.cit*, Hal 407-408.

perlindungan hukum bagi konsumen terkait perdagangan *Cross-Bordes illegal* dengan pendekatan perundang-undangan, pengumpulan bahan hukum, teknik pengumpulan bahan hukum, serta metode analisis bahan hukum.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terkait Perdagangan *Cross-Border Illegal* Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen

Hadirnya berbagai undang-undangan dan peraturan merupakan perwujudan perlindungan hukum di Indonesia. Perlindungan hukum sendiri berarti bentuk perlindungan yang diberikan kepada badan hukum atau seseorang yang bersifat preventif dan refresif dengan wujud perangkat hukum dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis.¹³Upaya pemerintah berdasar pada sejumlah peraturan yang ada merupakan makna dari Perlindungan Hukum.¹⁴ Keterkaitan yang ada antara perlindungan hukum dengan perlindungan konsumen sebagaimana dalam Hukum Indonesia didasarkan pada asas perlindungan konsumen.¹⁵ Ketentuan-ketentuan yang memiliki tujuan dalam mewujudkan perlindungan konsumen yaitu dalam *Burgerlijk Wetboek* (BW/KUH Perdata), antara lain pada sebagian pasal Buku III Bab V Bagian II.¹⁶ Kemudian pada Kitab Undang-Undang Hukum Dagang yang salah satunya mengandung mengenai pihak ketiga yang harus dilindungi.¹⁷

Secara khusus, dengan tujuan mewujudkan perlindungan konsumen telah diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Termuat dalam Pasal 1 Angka 1 yang menyebutkan bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” andaikata terjadinya sengketa terkait produk yang menjadi objek transaksi, konsumen memiliki kedudukan yang kuat berlandaskan UU Perlindungan Konsumen.¹⁸ Suatu sengketa dapat diselesaikan dengan Kompetensi absolut dari Peradilan Umum yang melalui pengadilan, kemudian Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang di luar Pengadilan.¹⁹ Permasalahan yang mengancam perlindungan konsumen saat ini ialah produk impor ke Indonesia berupa barang palsu serta tidak berlisensi BPOM dan SNI. Hal ini dikarenakan semakin berkembangnya Platform Tiktok *Shop* dan banyak toko yang mengimpor produk dari China yang dijual dengan harga murah. Banyaknya produk yang tidak berlisensi BPOM dan SNI masuk ke Indonesia dan tidak terdata, yang mengakibatkan terjadinya *Cross-Border illegal*. Perjanjian *World Trade Organization* (WTO) yang diadopsi oleh Indonesia menyebabkan masuknya produk luar negeri ke Indonesia secara berlebihan. Akibatnya, tidak sedikit dari pelaku usaha memasukkan produk asing tanpa mendapatkan nomor izin edar dari BPOM, yang mana pada

¹³ Lutfi, Vira Fibrianti, and Ida Ayu Sukihana. “Perlindungan Hukum Terkait Produk Makanan Ringan Kemasan Ulang Terkait Dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.” *Kertha Desa: Journal Ilmu Hukum* Vol 9, No.9, 2021, Hal 66.

¹⁴ Shafa, Haya Najwa Yumna. “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang Sudah Kadaluarsa Dalam Perdagangan Elektronik (Studi Kasus: Pada Platform TikTok).” *Jurnal Ilmiah*, 2022, Hal 6.

¹⁵ Soemarwi, Vera Wheny Setijawati, and Yudith Ridzika. *op.cit.*, Hal 1002.

¹⁶ Kusumadewi, Yessy, and Grace Sharon. “Hukum Perlindungan Konsumen” (Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah, 2022), Hal 27.

¹⁷ Amal, Ridha Haykal. “*Hukum Perlindungan Konsumen*”, (Medan: Pustaka Prima, 2022), Hal 1.

¹⁸ Soemarwi, Vera Wheny Setijawati, dan Yudith Ridzika. *op.cit.*, Hal 996-997.

¹⁹ Panjaitan, Hulman. “*Hukum Perlindungan Konsumen*”, (Jakarta: Jala Permata Aksara, 2021), Hal 2.

peraturan BPOM Nomor 27 Tahun 2022 disebutkan sebelum diedarkan di kalangan masyarakat harus terdaftarnya suatu produk terlebih dahulu.²⁰

Peredaran produk *online* yang berasal dari luar negeri memiliki daya minat yang tinggi pada kalangan masyarakat. Melalui peraturan hukum yang ada memberikan kebebasan bagi konsumen dalam membeli produk luar negeri melalui *social ecommerce* yang mana produk tersebut tidak memiliki nomor izin edar yang mana melanggar peraturan di Indonesia. Kerugian yang ditimbulkan dari produk yang tidak terdaftar di BPOM dan melanggar peraturan di Indonesia akan berdampak pada pembeli.²¹ Salah satu contohnya yaitu peredaran produk kosmetik brand Cappuvini yang tidak BPOM yang berasal dari China di produksi oleh GuangZhou Biosphere Cosmetic Co., Ltd dari GuangZhou dan bekerjasama dengan PT Semarak Sukha. Namun dilihat dari lama resmi BPOM sudah ada 7 produk yang terdaftar di BPOM dilihat dari tanggal terbit nomor BPOM yang terbit pada tanggal 09 Agustus 2023 dan 20 Juni 2023 masih terbilang baru dan nomor BPOM yang masih acak, kemungkinan besar masih ada produk-produk lain yang masih menunggu nomor BPOM. Menurut beberapa *social ecommerce* brand Cappuvini telah diperjualbelikan sebelum terdaftar di BPOM. Meskipun telah terdaftar di BPOM namun tetap saja tindakan pelaku usaha yang telah mengedarkan produk tersebut sebelum terdaftar di BPOM dapat mencederai hak dan bertentangan dengan kewajiban terhadap aturan yang ada.

Hak Konsumen yang terdapat pada Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, antara lain:²²

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Diikuti dengan kewajiban dari pelaku usaha termuat pada Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, antara lain:²³

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

²⁰ Sari, Nabila, and Winsherry Tan. "Analisis Hukum Produk Kosmetika Yang Di Impor Untuk Digunakan Secara Pribadi oleh Konsumen." *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraam Undiksha* Vol 9, No.3, 2021, Hal 960-961.

²¹ *Ibid*, Hal 962.

²² Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

²³ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen 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. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Tertuju pada Pasal 4 huruf e yakni: "Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.", teruntuk pembeli yang memperoleh kerugian didukung dengan fasilitas yang diberikan pemerintah berupa dibentuknya yaitu Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) guna menangani masalah tersebut. Melalui YLKI, sengketa yang dialami konsumen mendapatkan bantuan dari beberapa ahli atau pakar yang mendalami bidang tersebut.²⁴

UU Perlindungan Konsumen tidak mengatur secara jelas mengenai *Cross-Border illegal* namun secara eksplisit telah disebutkan jika merugikan konsumen maka pelaku usaha berkewajiban mengganti rugi terlebih lagi jika produk tersebut tidak berlisensi BPOM dan SNI. Kemudian merujuk pada Pasal 7 huruf a yakni "Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.", menggunakan jalur resmi dalam pengedaran produk impor serta mencantumkan nomor izin edar dari BPOM merupakan kewajiban dalam mengedarkan suatu produk. Kembali merujuk pada Pasal 8 Ayat 1 UU Perlindungan Konsumen : "Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa." mengandung batasan-batasan produksi terkhusus produk yang tidak dapat diedarkan di Indonesia dimana telah melanggar aturan yang ada serta tidak terpenuhinya poin-poin pada Pasal 8 Ayat 1 tersebut.

Pengupayaan yang berdasarkan UU Perlindungan Konsumen yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, terdapat lima asas perlindungan konsumen, yakni: ²⁵

1. Asas Manfaat

Dalam penerapan UU Perlindungan Konsumen, pihak pertama dan kedua harus mendapatkan hak-haknya dan tidak ada konsumen maupun pelaku usaha yang mengalami kerugian.

2. Asas Keadilan

Baik dari pihak pelaku usaha dengan konsumen harus melaksanakan kewajibannya dan mendapatkan haknya secara seimbang sesuai yang tercantum dalam UU Perlindungan Konsumen.

3. Asas Keseimbangan

²⁴ Sari, Nabila, and Winsherly Tan. *op.cit.*, Hal 965-966.

²⁵ Tampubolon, Wahyu Simon. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Ilmiah "Advokasi"* Vol 04, No.1, 2016, Hal 59-60.

Dalam perwujudan asas keseimbangan ini, tidak ada pihak yang lebih diutamakan, sehingga terwujudnya keseimbangan dalam memenuhi kepentingan pihak-pihak yang terlibat.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Bagi pelaku usaha wajib menjamin atas keamanan serta keselamatan konsumen terhadap objek transaksi.

5. Asas Kepastian Hukum

Ditujukan agar pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen wajib mentaati hukum guna mendapatkan keadilan dan negara dapat menjamin kepastian hukum.

3.2 Usaha Pemerintah Dalam Menghadapi Permasalahan Perdagangan *Cross-Border Illegal* dalam Praktek *Tiktok Shop*

Fitur *Tiktok Shop* muncul bersamaan dengan sulitnya masyarakat dalam melakukan aktivitas di luar rumah inilah yang menyebabkan masyarakat sangat merasa terbantu dengan fitur tersebut meskipun telah banyak beredar *social commerce* yang lain namun bagi masyarakat, *Tiktok Shop* memiliki sebuah keunggulan dalam pembelian atau pemasaran jika dibandingkan dengan *e-commerce* yang lainnya.²⁶ Namun nyatanya adanya *Tiktok Shop* menyebabkan adanya *Cross Border-illegal* dan resahnya para pedagang karena hadirnya fitur tersebut. Selain karena banyaknya produk impor yang tidak terdata masuk ke Indonesia, *Tiktok Shop* dinilai menyalahgunakan suatu izin aplikasi yang seharusnya tidak digunakan untuk belanja serta dimunculkan tanpa izin yang dibuktikan dengan kebijakan pemerintah yang beberapa waktu lalu menutup fitur ini pada aplikasi *Tiktok* dengan harapan dapat memberikan efek jera terhadap oknum-oknum yang memprakasai hadirnya *Tiktok Shop* serta guna menghentikan keresahan para UMKM lokal dan lain-lain.²⁷

Hadirnya fitur *Tiktok Shop* sebagai *social ecommerce* yang bukan hanya platform penyedia iklan serta mempromosikan barang atau jasa tetapi juga sebagai platform jualan yang merupakan pintu awal bagi kehancuran UMKM lokal, sebab secara sosial dapat memaikan algoritmanya untuk menarik konsumen dengan membeli barang yang dapat menguntungkan negara asalnya (Tiongkok). Hal ini dilihat dari banyaknya barang impor dari Tiongkok yang tanpa ada uji proses melalui BPOM, tidak sekedar mengancam UMKM lokal melainkan dapat mengancam keberlangsungan konsumen di Indonesia.²⁸ Jika semakin banyak barang impor yang masuk tanpa mekanisme yang jelas melalui *Tiktok Shop* akan menyebabkan UMKM gulung tikar.

Ditutupnya fitur *Tiktok Shop* menyebabkan banyak masyarakat yang kecewa. Terlebih lagi bagi pelaku UMKM yang sebelumnya aktif mempromosikan serta memasarkan produknya pada platform *Tiktok Shop* mengalami kesulitan mencari alternatif platform lainnya. Kerugian yang dialami dengan ditutupnya fitur tersebut baik dari segi pasar ataupun persentase penjualan produk akan menurun bilamana menggunakan platform penjualan lain.²⁹ Fitur tersebut diberhentikan oleh pemerintah disebabkan pula karena para pedagang tradisional di pasar Tanah Abang melakukan unjuk rasa yang merasakan dampak buruk dari hasil fitur *Tiktok Shop*. Dalam pemberitaan di media online Kompas mengenai penyebab penutupan *TikTok Shop* oleh

²⁶ Ivana, Nova Mega, et al. "Representasi Konsumen dan Pejual dengan Ditutupnya Ecommerce Tiktok Shop." Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajaran Vol 2 No.2, 2023, Hal 130.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Isal, Muhammad Aryanang. A., and Rahmat Maulana Sidik. *loc.it.*, Hal 411.

²⁹ Firmansyah, Heru, and Ahmad Muntaha. "Analisis Framing Pemberitaan di Tutupnya Tiktok Shop oleh Pemerintah di Media Kompas dan Republika Tahun 2023." Jurnal Audiens Vol 5 No.1, 2024, Hal 118.

pemerintah, terdapat dalam pemberitaan dengan judul “Jokowi Dan Mentrinya saat Diminta Tutup TikTok Shop” Berita tersebut menyampaikan “Yang paling dikeluhkan pedagang adalah fenomena masifnya penjualan daring di TikTok Shop. Bahkan, banyak pedagang yang meminta TikTok Shop ditutup karena anggapan merusak pasar lokal. Jokowi akui TikTok Shop ganggu UMKM Presiden Joko Widodo (Jokowi) mengatakan dampak bisnis e-commerce, salah satunya TikTok Shop, telah membuat penjualan serta produksi di lingkup usaha mikro, kecil dan menengah hingga pasar konvensional anjlok. Jokowi menilai seharusnya TikTok berperan hanya sebagai media sosial, bukan ekonomi media.”³⁰

Terhitung sejak tanggal 12 Desember 2023 setelah ditutupnya Tiktok Shop pada bulan Oktober 2023 kembali beroperasi dengan tampilan yang baru. Dalam pemberitaan Kompas yang diterbitkan pada tahun 2023 disampaikan bahwa “Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan Isy Karim mengizinkan Tiktok Shop kembali beroperasi dengan catatan harus membuka e-commerce baru, lantaran proses pembukaan entitas baru dalam bentuk perusahaan e-commerce memiliki banyak persyaratan dan menyita waktu panjang akhirnya pihak Tiktok menggandeng Tokopedia atau bisa dikatakan Tiktok memberikan Rp 23 Triliun kepada Tokopedia untuk mengakuisisi 75 persen saham Tokopedia. Hal tersebut tidak menjadi suatu permasalahan selama tetap patuh terhadap Permendag Nomor 31 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Meskipun social ecommerce dalam hal ini adalah Tiktok, dilarang untuk berdagang dan hanya diperbolehkan untuk promosi. Isy Karim memberikan batas waktu hingga 4 Bulan yaitu April 2024 untuk mengalihkan seluruh bentuk transaksinya, bukan tertuju kepada satu e-commerce namun untuk seluruh e-commerce lain seperti Shopee yang harus memberhentikan Cross Border-illegal-nya.”³¹

4. Kesimpulan

Perlindungan Konsumen UU Perlindungan Konsumen dibentuk guna melindungi kepentingan konsumen di Indonesia, namun tidak mengatur secara khusus tentang *Cross-Border illegal*. Meningkatnya persentase produk yang masuk tidak berlisensi BPOM dan SNI salah satunya melalui fitur TikTok Shop yang mengakibatkan terjadinya *Cross-Border illegal*. Beberapa pelaku usaha memasukkan produk luar negeri tanpa mendaftarkannya pada BPOM, dimana dalam peraturan di Indonesia suatu produk harus terdaftar pada BPOM sebelum diedarkan ke masyarakat. Dalam UU Perlindungan Konsumen, meskipun tidak diatur secara khusus tetapi pada salah satu pasal menyebutkan bahwa konsumen mendapatkan advokasi dan perlindungan yang mengalami kerugian dimana dibentuknya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia oleh pemerintah yang akan menangani masalah tersebut. Menindaklanjuti permasalahan *Cross-Border illegal* yang terjadi pada fitur TikTok Shop serta *social commerce* yang lain, pemerintah sempat menutup fitur TikTok Shop yang menyebabkan masyarakat kecewa baik konsumen atau pelaku usaha. Kembali diizinkan beroperasi fitur TikTok Shop dengan beberapa catatan yang kemudian TikTok Shop menggandeng Tokopedia. Bukan hanya TikTok Shop melainkan seluruh *social commerce* seperti Shopee yang harus memberhentikan *Cross Border-illegal*

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Amal, Ridha Haykal. Hukum Perlindungan Konsumen. Medan: Pustaka Prima.

³⁰ *Ibid.*

³¹ Catriana, Elsa and Aprillia Ika. “Kemendag “Buka-bukaan” Alasan Kasih Izin Tiktok Shop Kembali Dibuka”, Kompas.com, diakses tanggal 1 Mei 2024.

- Atsar, Abdul and Rani Apriani. 2019. Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen” Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Kusumadewi, Yessy, and Grace Sharon. 2022. Hukum Perlindungan Konsumen. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah.
- Panjaitan, Hulman. 2021. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Jala Permata Aksara.

Jurnal

- Dana, Ni Wayan Jessica, and Dewa Ayu Dian Sawitri. “Perlindungan Konsumen Akibat Pemakaian Zat Berbahaya (*Merkuri*) Dikalangan Anak Muda.” *Kertha Wicara: Journal Ilmu Hukum* 11, No.5 (2022): 973.
- Firmansyah, Heru, and Ahmad Muntaha. “Analisis Framing Pemberitaan di Tutupnya Tiktok *Shop* oleh Pemerintah di Media Kompas dan Republika Tahun 2023.” *Jurnal Audiens* 5 No.1 (2024):118.
- Isal, Muhammad Aryanang. A., and Rahmat Maulana Sidik. “Jeratan Social Commerce: Matinya Masa Depan UMKM di Indonesia Studi kasus Tiktok *Shop* in Indonesia.” *Jurnal Commerce Law* 3, No.2 (2023):404-411.
- Ivana, Nova Mega, et al. “Representasi Konsumen dan Pejual dengan Ditutupnya Ecommerce Tiktok *Shop*.” *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajaran* 2 No.2 (2023): 130.
- Lutfi, Vira Fibrianti, and Ida Ayu Sukihana. “Perlindungan Hukum Terkait Produk Makanan Ringan Kemasan Ulang Terkait Dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.” *Kertha Desa: Journal Ilmu Hukum* 9, No.9 (2021): 66.
- Mayuni, Anak Agung Ayu Wina Putri Mayuni, and Marwanto. “Pertanggung Jawaban Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Shop* (*E-Commerce*).” *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 10, No.5 (2022): 509.
- Natih, Dita Dhaamya, and Ni Made Ari Yuliartini Griadhi. “Perlindungan Konsumen Terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online.” *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 7, No.10 (2019): 10.
- Priyono, Muhammad Bintang, and Dian Permata Sari. “Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok *Shop* Terhadap UMKM Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, No. 17 (2023): 498.
- Sa’adah, Ai Nur, Ayu Rosma, and Dea Aulia. “Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok *Shop* Pada Aplikasi Tiktok.” *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* 2, No. 5 (2022): 132.
- Sandrina, Gusti Ayu, and I Made Dedy Priyanto. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang yang Dibeli Pada Apliasi Belanja Tiktok *Shop*.” *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 11, No.3 (2023): 488.
- Sari, Nabila, and Winsherly Tan. “Analisis Hukum Produk Kosmetika Yang Di Impor Untuk Digunakan Secara Pribadi oleh Konsumen.” *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraam Undiksha* 9, No.3 (2021): 960-966.
- Shafa, Haya Najwa Yumna. “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Yang Sudah Kadaluarsa Dalam Perdagangan Elektronik (Studi Kasus: Pada Platform TikTok).” *Jurnal Ilmiah* (2022): 6.
- Simanjuntak, Kevin, and Rianita Puspita Sari. “Analisis Sistem S-Commerce Pada Tiktok *Shop* Untuk Meningkatkan Daya Asing Menggunakan Metode SWOT.” *Jurnal Unitek* 16, No.1 (2023): 3.
- Soemarwi, Vera Wheny Setijawati, and Yudith Ridzika. “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Palsu Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan BPOM Nomor 23 Tahun 2019.” *Jurnal Rectum* 5, No.1 (2023): 996-1002.
- Tampubolon, Wahyu Simon. “Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Ilmiah “Advokasi”* 04, No.1 (2016): 59-60.

Peraturan Perundang-Undangan

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Internet

Catriana, Elsa & Aprillia Ika. (2023). Kemendag “Buka-bukaan” Alasan Kasih Izin Tiktok *Shop* Kembali Dibuka. URL
:https://money.kompas.com/read/2023/12/20/140000526/kemendag-buka-bukaan-alasan-kasih-izin-tiktok-Shop-kembali-dibuka?debug=1&lg_method=google&google_btn=onetap diakses tanggal 1 Mei 2024

