

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE DI E-COMMERCE

Pande Made Vania Bernika Krisna, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: vbernika22@gmail.com

Made Aditya Pramana Putra, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail: adityapramanaputra@unud.ac.id

DOI: KW.2025.v14.i05.p4

ABSTRAK

Jurnal ini menggambarkan dampak perkembangan inovasi dalam teknologi informasi dan komunikasi terhadap popularitas transaksi jual beli online, berfokus pada platform e-commerce TikTok Shop. Meskipun transaksi online menawarkan kemudahan dan kenyamanan, perlindungan hukum konsumen, sebagaimana diatur oleh UU No 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen, menjadi esensial. Metode riset ini menggunakan pendekatan metode kualitatif dan berjenis penelitian studi kasus. Hasil riset menampilkan yaitu TikTok Shop memberikan alternatif menarik bagi konsumen dengan kemudahan dan kenyamanan berbelanja online. Namun, penutupan operasional TikTok Shop oleh pemerintah Indonesia menimbulkan ketidakpastian terkait perlindungan hukum konsumen dalam platform tersebut, memerlukan evaluasi dan penyesuaian untuk memastikan keberlanjutan perlindungan konsumen dalam transaksi daring yang terus berkembang.

Kata Kunci: Tiktok Shop, Transaksi, Perlindungan Hukum.

ABSTRACT

This journal describes the impact of developments in information and communication technology on the popularity of online buying and selling transactions, with a focus on the e-commerce platform TikTok Shop. Even though online transactions offer convenience and comfort, legal consumer protection, as regulated by Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, is essential. This research method uses a qualitative method approach with a case study type of research. The research results show that TikTok Shop provides an attractive alternative for consumers with the ease and convenience of online shopping. However, the closure of TikTok Shop operations by the Indonesian government has created uncertainty regarding consumer legal protection on the platform, requiring evaluation and adjustments to ensure continued consumer protection in online transactions that continue to grow.

Keywords: Tiktok Shop, Transactions, Legal Protection.

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Popularitas transaksi jual beli online di kalangan konsumen kian meningkat secara pesat seiring dengan kemajuan teknologi. Transaksi *online* menjadi semakin populer karena kesederhanaan dan kenyamanan yang diberikannya, seperti aksesibilitas yang lebih baik dan pilihan item yang lebih banyak. Transaksi online menjadi semakin populer karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan,

seperti aksesibilitas yang lebih luas dan pilihan produk yang kian beragam.¹ Salah satu platform *e-commerce* yang telah meraih popularitas tinggi di kalangan konsumen adalah TikTok Shop. Platform ini telah berhasil menarik minat banyak konsumen dengan menawarkan berbagai produk yang menarik dan inovatif.²

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dan mempermudah konsumen dalam berbelanja. Meskipun demikian, penting bagi konsumen agar memperoleh perlindungan hukum saat bertransaksi tersebut.³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen memberikan garis besar terkait perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*.⁴ Beberapa hak yang dilindungi meliputi hak untuk menerima informasi yang jujur, jelas, dan akurat mengenai situasi maupun penjaminan atas jasa dan barang, hak agar mendapat penggantian atau kompensasi bilamana barang yang diperoleh tidak sama dengan informasi yang diberikan secara online, dan hak untuk dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan. Selain UU tersebut, terdapat juga peraturan lain yang mengatur transaksi *e-commerce*, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.⁵

Perlindungan hukum kepada konsumen merupakan pilar utama dalam sistem hukum yang tidak bisa diabaikan. Konsumen, sebagai pihak yang menggunakan produk dan layanan, memiliki hak-hak yang perlu dijaga untuk memastikan bahwa pengalaman mereka aman, nyaman, dan adil. Salah satu aspek kunci dalam perlindungan konsumen adalah transparansi informasi, terutama dalam konteks pemasaran online. Setiap produk yang dipasarkan melalui platform *online* didukung dengan informasi yang eksplisit dan komprehensif. Informasi ini tidak hanya mencakup spesifikasi produk tetapi juga segala hal yang relevan untuk keputusan pembelian, seperti harga, syarat penggunaan, dan opsi pengembalian barang. Dengan informasi yang transparan, konsumen dapat membuat keputusan yang informan dan memahami sepenuhnya apa yang mereka beli.

Keberadaan informasi yang eksplisit dan transparan ini memiliki peran penting dalam mencegah manipulasi atau praktik bisnis yang tidak etis. Dengan memiliki pengetahuan yang cukup, konsumen dapat menghindari kebingungan terkait produk yang mereka pertimbangkan untuk dibeli. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga pengawas perlu aktif dalam menetapkan regulasi yang memastikan bahwa setiap penjual atau penyedia layanan online mematuhi standar transparansi tertentu. Ini tidak hanya melibatkan penyediaan informasi yang memadai tetapi juga melibatkan perlindungan terhadap data pribadi konsumen, sehingga mereka tidak menjadi korban potensi penyalahgunaan atau pelanggaran privasi.

¹ Patria, D. K. K. dan Ariana, I G. P. "Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Ekspedisi Terhadap Kerusakan Barang Kiriman Milik Konsumen (Studi Pada Ninja Xpress)". *Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Udayana Kertha Semaya*, 8(9). (2020). 136

² Mawardin, N.A.K.M., & Evi. R., "Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online Tiktokshop di Kota Mataram", *JIHAD: Jurnal Hukum dan Administrasi*. 5 (2), (2023): 49-52.

³ Prasetyo, R. B., "Pengaruh E-Commerce Dalam Dunia Bisnis". *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*. 1(1), (2023): 1

⁴ Astar, A. & Apriani, R. Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen. (Sleman: Deepublish, 2019). 35

⁵ Anggraeni, D., & Susanto, A., "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Online di Indonesia", *Jurnal Hukum & Pembangunan*. 50(3), (2020): 296-313.

Perlindungan hukum terhadap konsumen juga mencakup mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Selain itu, konsumen juga harus dapat dengan mudah menyampaikan keluhan atau meminta bantuan jika mengalami kesulitan terhadap barang atau jasa yang dibelinya. Sistem penyelesaian sengketa yang efisien dapat membantu memperkuat kepercayaan konsumen terhadap pasar dan mendorong praktik bisnis yang bertanggung jawab. Maka dari itu, perlindungan hukum kepada konsumen bukan hanya tentang menciptakan aturan, tetapi juga tentang memastikan penegakan dan keterlibatan yang efektif untuk memastikan hak-hak konsumen dihormati dan dilindungi secara efektif.⁶

Perlindungan hukum konsumen dalam perdagangan online mencakup hak konsumen untuk meminta ganti rugi yang layak apabila jumlah atau kualitas barang atau jasa berbeda dengan uraian yang diberikan dalam aplikasi online. Besaran dan jenis ganti rugi harus sepadan dengan syarat-syarat yang disetujui pada perjanjian antara pemilik produk atau penjual dan konsumen. Pentingnya menyertakan informasi yang eksplisit mengenai hubungan hukum antara pihak-pihak terlibat dalam perjanjian untuk menghindari sengketa terkait ganti rugi menjadi krusial. Pemerintah dan lembaga pengawas juga memiliki peran penting dalam memastikan implementasi ketentuan ini, menciptakan lingkungan perdagangan online yang adil, transparan, dan melibatkan penegakan hukum yang efektif. TikTok Shop, sebagai platform berbagi konten dan transaksi jual beli, memberikan alternatif menarik yang diminati oleh konsumen. Kelebihan meliputi kemudahan dalam mencari barang, perbandingan harga, proses pembayaran yang simpel melalui transfer, serta kenyamanan berbelanja tanpa harus keluar rumah. Informasi produk bisa diketahui oleh siapa pun dan kapan pun, menjadikan TikTok Shop sebagai pilihan menarik dalam transaksi jual beli online⁷.

Adapun *State of art* pada penelitian ini, penulis menemukan penelitian yang ditulis oleh Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (*E-Commerce*)", di dalam penelitian tersebut membahas mengenai bagaimana perlindungan hukum yang seharusnya bagi konsumen dalam menghadapi kenyataan peristiwa yang sedang kekinian dan terbaru di jaman saat ini yakni transaksi jual-beli secara *E-Commerce* berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mana telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selanjutnya, penulis juga menemukan penelitian lainnya yang ditulis oleh Yudha Sri Wulandari yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*". Dimana dalam penelitian tersebut membahas hubungan hukum antara pihak dalam transaksi jual beli barang melalui *E-Commerce* serta tanggung gugat distributor terkait perihal terjadi wanprestasi serta memberikan solusi bagi penjual agar terhindar dari bentuk wanprestasi. Dengan demikian, terdapat perbedaan pokok pembasan dengan penulisan artikel ilmiah ini yakni dalam penulisan ini pokok pemahasannya mengarah kepada aspek-aspek perlindungan hukum yang diatur oleh UU Perlindungan Konsumen. Sehingga melalui *state of art* ini dapat memberikan hasil perbandingan yang lebih konkrit. Menilik latar belakang dalam

⁶ Sandrina, G.A., "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang yang Dibeli pada Alikasi Belanja Tiktok Shop", *Jurnal Kertha Semaya* 11, No. 3 (2023) 572-82.

⁷ Agustina, R. & Suyatna, I.N., "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online", *Jurnal Kertha Semaya* 4, No. 2 (2016). 11

penelitian berikut, penulis mengusung judul “Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli secara Online di *E-Commerce*”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memengaruhi popularitas transaksi jual beli online di kalangan konsumen, khususnya melalui platform e-commerce seperti TikTok Shop?
2. Apa saja aspek-aspek perlindungan hukum yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen yang relevan bagi konsumen dalam transaksi jual beli online di TikTok Shop, dan sejauh mana implementasinya terjadi?

1.3. Tujuan Penulisan

1. Menganalisis dampak perkembangan inovasi dalam teknologi informasi dan komunikasi terhadap popularitas transaksi jual beli secara online di kalangan konsumen melalui studi kasus pada TikTok Shop.
2. Menganalisis mengenai aspek-aspek perlindungan hukum yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen yang relevan bagi konsumen dalam transaksi jual beli online di TikTok Shop, dan sejauh mana implementasinya terjadi.

II. Metode Penelitian

Metode yang dipakai penulis dalam penelitian berikut yakni metode penelitian hukum empiris, yang mana dalam penelitian ini dilaksanakan dengan cara mengkaji isu hukum yang bersifat faktual pada data primer dan sekunder. Penelitian ini dilaksanakan dengan cara observasi atau pendalaman langsung ke lapangan guna mencapai kebenaran yang tepat pada saat penulisan jurnal ini. Oleh karenanya, penelitian hukum empiris tidak dapat dipisahkan dari penggunaan data primer dan sekunder secara bersamaan. Penelitian hukum empiris difokuskan pada pengkajian perihal dugaan terjadinya kesenjangan antara aturan hukum (*das sollen*) dengan peristiwa konkrit (*das sein*).⁸

III. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Perkembangan Inovasi dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi Memengaruhi Popularitas Transaksi Jual Beli Secara Online

Kemajuan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) berdampak dalam metamorfosis revolusioner terkait perilaku konsumen sekarang, khususnya dalam konteks aktivitas pembelian dan penjualan online. *E-commerce*, sebagai bagian integral dari transformasi ini, mencapai popularitas tinggi, dengan platform seperti TikTok Shop menjadi salah satu sarana utama di mana konsumen dapat melakukan aktivitas belanja secara digital. Studi menunjukkan bahwa sistem jual-beli online di Indonesia dianggap efisien dan mudah dipakai, mencerminkan adopsi yang pesat oleh masyarakat.⁹ Sebagai respons terhadap tren ini, TikTok, platform media sosial yang

⁸ Putra, I.B.W. 2021. *Filsafat Ilmu Hukum*. (Denpasar: Udayana University Press, 2021): 159.

⁹ Sudaryono. “Pengantar Bisnis: Teori dan Contoh Kasus”. (Yogyakarta: Andi Offset, 2015). 254

sangat populer, memperkenalkan TikTok Shop sebagai langkah ekspansinya ke ranah *e-commerce*. Pengguna dapat dengan mudah menjelajahi dan membeli berbagai produk langsung melalui aplikasi TikTok, memanfaatkan kekuatan integrasi media sosial dan belanja online¹⁰.

Perkembangan munculnya sebuah model atau sistem transaksi bisnis yang sangat inovatif dan kreatif mengikuti kemajuan teknologi yang tinggi di bidang komunikasi dan informasi. Canggihnya teknologi modern saat ini dan terbukanya jaringan informasi global yang serba transparan. Hal tersebut disebabkan kemunculan internet, *cybernet* atau *word wide web* (www) yakni sebuah teknologi yang memungkinkan adanya transformasi informasi secara cepat keseluruh dunia maya.¹¹

Dengan adanya teknologi internet, perilaku manusia, interaksi antar manusia dan hubungan manusia mengalami perubahan yang cukup signifikan khususnya di dalam hubungan dagang atau bisnis. Bisnis teknologi informasi seperti ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *electronic business*. *E-commerce* sebagai bagian dari *e-commerce* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission* oleh para ahli dan pelaku bisnis dirumuskan definisinya dari terminologi *e-commerce*). Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik.¹²

Namun, pada bulan Oktober 2023, pemerintah Indonesia mengambil langkah untuk menutup operasional TikTok Shop, mengundang pertanyaan dan keprihatinan terkait masa depan *e-commerce* di Indonesia. Meskipun penutupan tersebut menimbulkan ketidakpastian, penting untuk memahami bahwa perkembangan TIK yang terus-menerus tetap menjadi faktor pendorong kuat bagi pergeseran perilaku konsumen. Minat konsumen terhadap belanja online tetap tinggi, dan dinamika baru terus muncul dalam lanskap bisnis digital. Walaupun TikTok belum memberikan kepastian mengenai rencana mereka untuk membangun kembali bisnis dagang, dampak penutupan TikTok Shop mungkin menciptakan peluang atau tantangan baru bagi pelaku *e-commerce* dan masyarakat secara keseluruhan¹³.

Kejadian ini menggarisbawahi kompleksitas hubungan antara regulasi pemerintah dan perkembangan industri *e-commerce* di Indonesia. Perlunya keseimbangan antara pertumbuhan inovasi dan kontrol regulasi menjadi semakin jelas. Dalam menghadapi dinamika ini, penting untuk terus memantau evolusi *e-commerce* dan adaptasi konsumen, sambil mengakomodasi perubahan regulasi demi menjaga keberlanjutan dan keamanan ekosistem bisnis digital di Indonesia. Kesimpulannya, meskipun TikTok Shop mengalami penutupan, dampaknya menunjukkan betapa pentingnya terus memantau perubahan teknologi informasi dan komunikasi serta menyesuaikan aturan untuk mendorong pertumbuhan jual beli online yang sehat dan berjangka panjang di Indonesia.

¹⁰ Siahaan, C., & Pricelia, R.L., "Perkembangan Teknologi Komunikasi dalam Meningkatkan Perekonomian di Indonesia (Studi pada Penggunaan E-Commerce di Akun Media Sosial)", *Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, No.1 (2021): 103-116.

¹¹ Sudaryono, R. E dan Ratna, K. (2020). "E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Online". *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JUMANIS)*. 2(2). 4

¹² Wulandari, Yudha Sri. (2018). Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce. *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*. 2(2). 200.

¹³ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (Panduan Pengguna Transaksi Elektronik: Panduan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online, 2021). 13

3.2. Aspek-Aspek Perlindungan Hukum yang Diatur Oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan pondasi hukum yang sangat penting dalam upaya melindungi konsumen, khususnya dalam transaksi *online*. Undang-undang ini menyajikan kerangka hukum yang komprehensif untuk mengatasi dinamika kompleks dalam perdagangan digital modern. Salah satu ciri utama yang diatur oleh Undang-Undang Perlindungan konsumen terletak pada hak konsumen untuk memperoleh informasi yang eksplisit, jujur, dan benar tentang produk yang disediakan.¹⁴

Hak atas kenyamanan

Relevansi hak ini ditunjukkan dengan tanggung jawab pelaku komersial, khususnya platform e-commerce, untuk menyampaikan penjelasan yang akurat pada konsumen guna memberdayakan konsumen dalam membuat keputusan belanja yang informasional dan cerdas. Dalam konteks transaksi jual beli online, ketersediaan informasi yang komprehensif terkait produk menjadi kunci.¹⁵ Konsumen berhak mengetahui segala sesuatu yang relevan, mulai dari spesifikasi produk, harga, syarat penggunaan, hingga opsi pengembalian barang.

Dengan memastikan informasi yang transparan dan mudah diakses, undang-undang ini menciptakan dasar yang solid untuk mencegah praktik bisnis yang tidak etis dan menjaga kepercayaan konsumen. Selain itu, ketentuan undang-undang ini yakni sebagai landasan penegakan hukum bagi pelanggaran hak konsumen diharapkan mampu menciptakan sistem yang adil dan berkeadilan. Meskipun perkembangan teknologi terus berubah dan memberikan tantangan baru, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tetap menjadi dasar yang relevan guna menjaga keberlanjutan dan integritas perdagangan digital di era modern ini. Dengan demikian, kepastian hukum bagi konsumen akan tetap terwujud selaras dengan perkembangan zaman.

Pembeli sebagai konsumen memiliki hak-hak yang tentu harus terpenuhi oleh penjual sebagai pelaku usaha, ditegaskan melalui Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, diantaranya:

- 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 konsidi 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;

¹⁴ Nurhayati, S. (2021). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Tiktok Shop. *Jurnal Hukum Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2): 101-112.

¹⁵ Lestari, H.P., "Setelah Tiktok Shop Ditutup Dan Abu-Abu Masa Depan Marketplace Tiktok." *Bisnis Tekno*, 2021. 27

- 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.

Apabila melihat Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen huruf a diatas, memiliki makna bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman dan yang memberi keselamatan. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa dan harta bendanya karena memakai atau mengkonsumsi produk.¹⁶ Jika pelaku usaha tidak memenuhi hak-hak konsumen dan melakukan kewajibannya sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen, maka pelaku usaha mengganti kerugian terhadap konsumen berlandaskan pada Pasal 23 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa "Pelaku usaha yang menolak, tidak memberikan tanggapan, atau tidak memenuhi syarat ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana ditegaskan melalui Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau diajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Hak untuk diperlakukan secara adil juga ditegaskan, memastikan bahwa konsumen mendapatkan perlakuan yang setara dan tidak diskriminatif. Undang-undang tersebut juga menegaskan hak konsumen atas kompensasi dan ganti rugi dalam situasi tertentu, memberikan jaminan bahwa konsumen tidak dirugikan secara tidak adil.¹⁷ Prioritas lainnya adalah hak atas pelayanan maksimal, yang menjamin bahwa pelayanan yang ditawarkan memenuhi standar yang dipersyaratkan. Namun penerapan perlindungan hukum tersebut dalam brntuk transaksi *online* melalui TikTok Shop, menghadapi tantangan yang cukup besar. Tantangan seperti ketidakjujuran dari pelaku usaha dan hambatan dalam menerapkan perlindungan hukum bagi konsumen menjadi permasalahan yang perlu diatasi secara serius. Terlebih lagi, penutupan TikTok Shop oleh pemerintah Indonesia menciptakan ketidakpastian terkait implementasi perlindungan hukum bagi konsumen dalam platform tersebut, memerlukan evaluasi dan penyesuaian yang cermat untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen tetap terlindungi secara efektif dalam era transaksi online yang terus berkembang.¹⁸

IV. Kesimpulan sebagai Penutup

4. Kesimpulan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama melalui platform e-commerce seperti TikTok Shop, telah memberikan dampak signifikan terhadap popularitas transaksi jual beli online di kalangan konsumen. Inovasi dalam teknologi ini telah meningkatkan aksesibilitas, kenyamanan, dan pengalaman berbelanja, mendorong konsumen untuk beralih ke transaksi *online*. Platform e-commerce seperti

¹⁶ Sidabalok, J., "Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia", 2014. PT. Citra Aditya. 45

¹⁷ Rahmawati. R., "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Melalui Aplikasi TikTok", 2022, Universitas Muhammadiyah Metro Repository. 36

¹⁸ Nursandi, T. R., "Perlindungan Konsumen Atas Pengguna Aplikasi TikTok Cash", 2021. UPN Veteran Jatim Repository. 22

TikTok Shop, dengan memanfaatkan fitur-fitur inovatif dan integrasi media sosial, juga telah berhasil menarik perhatian konsumen dan memberikan pengalaman berbelanja yang unik. Dengan demikian, kemajuan teknologi sebagai pendorong dalam meningkatkan popularitas transaksi jual beli *online* di kalangan konsumen, khususnya melalui *platform e-commerce* seperti TikTok Shop. Bagian dari perlindungan hukum yang ditata melalui UU No. 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen yang relevan bagi konsumen saat bertransaksi online di TikTok Shop mencakup hak konsumen agar mendapat informasi yang akurat dan terperinci terkait produk/jasa yang ditawarkan, hak untuk menerima barang/jasa sepadan dengan kesepakatan yang dibuat, dan hak untuk dilindungi dari praktik bisnis yang tidak sah dan tidak jujur. serta hak agar mendapat kompensasi atau penggantian jika kerugian timbul akibat pelanggaran kontrak atau kesalahan produk/jasa.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Astar, A. & Apriani, R. Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen. (Sleman: Deepublish, 2019).
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (Panduan Pengguna Transaksi Elektronik: Panduan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online, 2021).
- Putra, I.B.W. 2021. Filsafat Ilmu Hukum. (Denpasar: Udayana University Press, 2021).
- Sidabalok, J. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. (Bandung: PT. Citra Aditya, 2014).
- Sudaryono. "Pengantar Bisnis: Teori dan Contoh Kasus". (Yogyakarta: Andi Offset, 2015).

Jurnal

- Agustina, R. & Suyatna, I.N., "Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online", *Jurnal Kertha Semaya* 4, No. 2 (2016).
- Anggraeni, D., & Susanto, A., "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Online di Indonesia", *Jurnal Hukum & Pembangunan* 50, No. 3 (2020): 296-313.
- Mawardin, N.A.K.M., & Evi. R., "Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online Tiktokshop di Kota Mataram", *JIHAD: Jurnal Hukum dan Administrasi* 5, No. 2 (2023): 49-52. <https://doi.org/10.58258/Jihad.V5i2.5995>.
- Nurhayati, S. (2021). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Tiktok Shop. *Jurnal Hukum Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2): 101-112.
- Patria, D. K. K. dan Ariana, I G. P. "Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Ekspedisi Terhadap Kerusakan Barang Kiriman Milik Konsumen (Studi Pada Ninja Xpress)". *Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Udayana Kertha Semaya*, 8(9). (2020).
- Prasetyo, R. B., "Pengaruh E-Commerce Dalam Dunia Bisnis". *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*. 1(1), (2023).
- Sandrina, G.A., "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidakesesuaian Kualitas Barang yang Dibeli pada Alikasi Belanja Tiktok Shop", *Jurnal Kertha Semaya* 11, No. 3 (2023) 572-82. <https://doi.org/10.24843/Ks.2022.V11.I03.P.03>.
- Siahaan, C., & Pricelia, R.L., "Perkembangan Teknologi Komunikasi dalam Meningkatkan Perekonomian di Indonesia (Studi pada Penggunaan E-Commerce di Akun Media Sosial)", *Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, No.1 (2021):

103-116.

Sudaryono, R. E dan Ratna, K. (2020). "E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Online". *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JUMANIS)*. 2(2).

Wulandari, Y.S. (2018). "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce". *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*. 2(2).

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

Internet

Lestari,H.P., "Setelah Tiktok Shop Ditutup Dan Abu-Abu Masa Depan Marketplace Tiktok." *Bisnis Tekno*, 2021.

<https://Teknologi.Bisnis.Com/Read/20231016/266/1704427/Setelah-Tiktok-Shop-Ditutup-Dan-Abu-Abu-Masa-Depan-Marketplace-Tiktok>.

Rahmawati. R., "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Melalui Aplikasi TikTok", 2022, Universitas Muhammadiyah Metro Repository. Universitas Muhammadiyah Metro Repository. www.Aging-Us.Com.

Nursandi, T. R., "Perlindungan Konsumen Atas Pengguna Aplikasi TikTok Cash", 2021. UPN Veteran Jatim Repository. UPN Veteran Jatim Repository. <https://repository.upnjatim.ac.id/3615/>