

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya, dalam melakukan Transaksi elektronik (*e-commerce*) memfasilitasi pemasaran produk dan jasa tidak hanya kepada konsumen tetapi juga kepada produsen, menghemat uang dan waktu. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik akan mengubah model transaksi perdagangan seperti yang terjadi pada transaksi elektronik. Karena globalisasi perdagangan dan kemajuan teknologi informasi, pembuatan hukum baru tetap memiliki dasar hukum yang kuat. Dalam praktiknya, jual beli *online* menimbulkan sejumlah permasalahan hukum, seperti tanggung jawab pembeli atas barang dan jasa yang dibelinya namun tidak dibelinya.

Salah satu syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, unsur kecakapan hukum, belum dapat terpenuhi. Akibatnya, masalah hukum tambahan yang mungkin muncul dalam transaksi elektronik dapat muncul dari sudut pandang sistem hukum perdata. Dalam kasus ini, Tinjauan Yuridis Tentang Perlindungan Konsumen Belanja *Online* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menunjukkan bahwa pihak-pihak, terutama penjual, tidak tahu apakah pihak yang bersangkutan dengan kontrak, yaitu pembeli, memenuhi persyaratan hukum.

Terdapat masalah hukum tambahan terkait transaksi elektronik yang berkaitan dengan barang yang dibeli melalui internet. Konsumen, atau pembeli, berpotensi merugikan apabila kualitas dan bentuk barang yang dibelinya secara *online* tidak sebanding dengan produk yang dipublikasikan penjual di media elektronik. Meningkatnya aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat di dunia telah masuk ke dalam golongan suatu masyarakat yang berorientasi kepada informasi. Sehingga masyarakat sekarang lebih dimudahkan dalam memperoleh kebutuhannya dengan cepat melalui internet dengan melakukan transaksi jual dan beli barang maupun jasa. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini, teknologi informasi telah merubah sistem perdagangan dunia yang ditandai oleh terjadinya pergeseran sistem perdagangan.

Perkembangan modern ini terlihat teknologi baru, salah satunya sistem jual beli *online* atau perdagangan elektronik (*e-commerce*) apa yang dimiliki teknologi ini untuk menciptakan cara dan peluang baru untuk peluang bisnis baru dengan perangkat elektronik ini. Melalui alat Elektronik, banyak kemudahan yang ditawarkan kepada manusia di berbagai bidang, salah satunya yakni perniagaan jual beli. Sistem jual beli di era modern ini dapat dilaksanakan dengan cara-cara teknis atau melalui sistem *online* yang dikembangkan oleh internet untuk memberikan kenyamanan rakyat.

Transaksi jual beli secara drastis berubah secara konvensional, dimana pada dasarnya penjual dan pembeli bertatap muka secara langsung untuk melakukan

transaksi atau kegiatan jual beli, namun saat ini kegiatan jual beli menjadi kegiatan transaksi jual beli melalui internet yang dikenal sebagai *E-Commerce*. Begitu juga dengan media sosial TikTok yang dimana bisa melakukan transaksi jual beli di dalam aplikasi tersebut. Aktivitas jual beli ini tidak dapat dihindarkan dari kehidupan sehari-hari dan dapat dilakukan oleh siapapun dan dimanapun. Tentunya dengan adanya *e-Commerce* ini dapat lebih memudahkan aktivitas jual beli tersebut tanpa harus bertatap muka langsung. Perkembangan teknologi perdagangan dari tahun ke tahun semakin berkembang dimulai dari sistem transaksi barter, transaksi jual beli secara langsung, sampai pada transaksi secara *Online*.

Perkembangan zaman sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakat di Indonesia, sehingga sebagian masyarakat memilih untuk berbelanja menggunakan internet atau *online shopping*. Hal ini juga termasuk dalam wujud dari jaminan dalam menggunakan beragam fasilitas untuk menyampaikan pendapat dan juga mengembangkan pribadi masing-masing dan lingkungannya.¹

Menurut Edmon Makarim, konsep internet pertama kali dikenal pada tahun 1980-an, *National Science Foundation* memperluas ARPANET untuk menghubungkan komputer ke seluruh dunia melalui internet, termasuk *Electronic*

¹ Handibasyri, 28 Oktober 2020, *Perkembangan Bisnis Jual Beli Online*, <http://handibasyri.blogspot.com/2010/11/perkembangan-bisnis-jual-belionline.html>, (Diakses pada pukul 14.39 WIB).

Mail (E-mail) yang berkembang sampai tahun 1994.² Pada tahun 1980-an telah diperkenalkan *World Wide Web (WWW)* yang kemudian internet digunakan secara transaksi jual beli *online* di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu cepat, perkembangan yang cepat ini meliputi berbagai macam usaha, mulai dari banyaknya bermunculan toko-toko *online* seperti menjual makanan, baju dan kendaraan pun bisa diperjualbelikan secara *online*. Transaksi jual beli melalui media elektronik atau *online* ini lebih banyak diminati oleh sebagian masyarakat karena menghemat waktu dan tenaga. Hanya duduk didepan komputer atau smartphone dapat melakukan transaksi jual beli. Transaksi jual beli ini tidak terlepas dari adanya perkembangan internet yang saat ini menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat Indonesia

Perkembangan transaksi jual beli *online* tidak hanya sampai pada titik ini saja. Melainkan perkembangan itu membentuk suatu sistem jual beli yang baru secara spontan berkembang dalam kehidupan masyarakat dengan pemanfaatan telepon seluler dengan sosial media seperti TikTok, Instagram dan Whatsapp. Fenomena saat ini dimana banyak masyarakat yang melakukan belanja online melalui *E- Commerce*, salah satunya adalah Aplikasi TikTok. TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial dan *platform music* dari negara Tiongkok yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 dan sampai saat ini merupakan aplikasi paling banyak diunduh. Aplikasi ini pada mulanya merupakan aplikasi untuk hiburan

² Edmon, Makarim, 2004, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta, Rajagrafindo Persada, Hlm 224.

dengan cara membuat konten visual yang kreatif dengan cara mengekspresikan kekesalan dan lainnya. Namun, saat ini TikTok juga digunakan untuk melakukan transaksi jual beli secara *online* dengan cara mempromosikan barang atau jasa melalui konten video maupun *live* secara langsung.³

Sekian banyak orang yang menggunakan aplikasi Tiktok untuk sekadar berkreaitivitas atau memberikan informasi-informasi mengenai suatu hal sehingga yang kemudian menimbulkan rangsangan bagi yang melihat untuk meniru atau menyebarkannya kembali. Hal tersebut memberikan peluang bagi masyarakat Indonesia untuk menjadikan TikTok bukan hanya sebagai media penghibur melainkan juga untuk memulai bisnis atau melakukan transaksi jual beli menggunakan media sosial TikTok. Mekanisme pada transaksi jual beli ini menurut Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KHUPerdata) mengharuskan adanya perjanjian sebagai langkah awal, yaitu "Perjanjian merupakan suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya kepada satu orang atau lebih, sedangkan jual beli adalah suatu perjanjian, dimana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain untuk membayar harga benda yang sudah diperjanjikan".⁴ Media sosial

³ Ikha Sholekhah Putri, 20 Oktober 2022, *Viral Kasus Capit Coklat Kadaluwarsa BLS Shop Sang Owner: Itu Namanya Ujaran Kebencian*, <https://lingkarmadiun.pikiranrakyat.com/hiburan/pr-665075149/viral-kasus-capit-coklat-kadaluwarsa-bls-shop-sang-owner-itu-namanya-ujaran-kebencian>, Lingkar Madiun, (Diakses pada pukul 20.20 WIB)

⁴ Siswanto, T, "Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah", *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 2, No. 1, (2013), Hlm. 80-82.

TikTok selain memberi pengaruh positif dapat memberikan pengaruh negatif juga bagi penggunanya.

Ada beberapa kasus penipuan yang marak terjadi dalam transaksi jual beli secara *online* melalui aplikasi TikTok. Dibawah ini merupakan salah satu contoh kasus yang terjadi pada transaksi jual beli di aplikasi TikTok. Pada bulan Juli 2022 lalu, terdapat kasus capcit coklat kadaluarsa yang dilakukan oleh akun TikTok @BLS Shop, pada mulanya *seller* yang menggunakan akun @BLS Shop ini menawarkan produknya melalui *Live* Tiktok dan TikTok Shop sehingga para penonton dari akun tersebut dengan mudah melakukan *order* produk yang ditawarkan oleh akun @BLS Shop tersebut, namun pada deskripsi produk tidak dijelaskan bahwa produk tersebut sudah kadaluarsa ataupun tidak. Sampai pada akhirnya terjadi kasus yang bermula dengan adanya keluhan dari pelanggan terhadap produk coklat yang diterima telah kadaluarsa dan ternyata kode kadaluarsa tersebut telah diretas dan dimanipulasi. Bahkan tersebar beberapa foto dari pelanggan lainnya dalam coklat ditemukan ulat.⁵ Atas kejadian ini para pelanggan melaporkan keluhannya kepada *owner* akun BLS Shop ini, namun bukannya mendapatkan respon baik dari *owner*, pelanggan tersebut justru mendapat ancaman akan dilaporkan ke pihak kepolisian atas tuduhan ujaran

⁵ Kholid, A., Husein, R., Mutiarin, D., & Listiya E. R, S., "The Influence of Social Media Towards Student Political Participation During the 2014 Indonesian Presidential Election", *Journal of Government and Politics*, Vol. 6, No. 2, (2015).

kebencian. Hal tersebut membuat pelanggan sangat kecewa dengan sikap dari *owner* BLS Shop tersebut.

Seperti yang diketahui saat ini adalah Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008 (UU ITE). Namun UU ITE merupakan sebuah kenyataan yang masih belum bisa menyelesaikan permasalahan yang ada, apalagi menjadi kerangka untuk membangun etika pengguna jejaring sosial sesuai dengan kebebasan yang diperlukan yang dijamin oleh Konstitusi. Sekaligus di tengah gejolak tahun politik, hal ini lahir dalam Undang-undang Nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU No. 19 Tahun 2016) undang-Undang ini merupakan amandemen UU ITE dan lahir sebagai solusi ketatanegaraan negara untuk mengatur etika media massa menjalankan kebebasannya di media sosial.

Transaksi elektronik, yang mengacu pada jual beli *online*, memiliki regulasi yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pengertian transaksi elektronik sendiri terdapat dalam Pasal 1 ayat (2) yang berbunyi “Transaksi Elektronik adalah perbuatan huku yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Penerapannya harus berdasarkan Pasal 3 yang menyatakan “Penggunaan teknologi dan transaksi elektronik didasarkan pada kepastian hukum,

kepentingan, kehati-hatian, itikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral terhadap teknologi.”

Berkaitan dengan kasus yang sudah dijelaskan diatas, bahwa perlindungan konsumen di Indonesia masih sering menjadi suatu permasalahan yang diabaikan. Hal ini terutama terjadi pada transaksi jual beli secara *online*, dimana pembeli seringkali dirugikan karena tidak adanya jaminan hukum. Sehubungan dengan permasalahan sebagaimana di uraikan di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul **"TINJAUAN YURIDIS PEMANFAATAN TIKTOK DALAM TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas secara singkat maka saya mengangkat 2 (dua) rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan dan perlindungan hukum transaksi jual beli *online* padamedia sosial TikTok menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik?
2. Bagaimana upaya penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli *online* pada media sosial TikTok menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini penulis rangkum dalam beberapa poin yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tujuan Objektif

- a. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan dan perlindungan hukum transaksi jual beli *online* pada media sosial TikTok menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- b. Untuk mengetahui upaya penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli *online* pada media sosial TikTok menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

2. Tujuan Subjektif

- a. Penelitian ini dilakukan untuk penulisan gelar sarjana (S1) pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- b. Untuk memberikan akademis untuk Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini, diharapkan dapat membantu memberikan manfaat, baik itu secara teoritis maupun secara praktis yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pemahaman dalam bidang ilmu hukum, terutama dalam konteks hukum pidana, mengenai cara-

cara penanganan kasus tindak pidana yang melibatkan anak sebagai korban. Lebih khusus lagi, penelitian ini diarahkan untuk memperdalam pemahaman tentang bagaimana memberikan pemenuhan hak restitusi kepada anak-anak yang menjadi korban kekerasan seksual.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang Tinjauan Yuridis Pemanfaatan Tiktok dalam Transaksi Jual Beli *Online* berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Penelitian ini memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang Tinjauan Yuridis Pemanfaatan Tiktok dalam Transaksi Jual Beli *Online* Berdasarkan Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.