

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Zaman sekarang, kemajuan teknologi informasi timbul di bidang perdagangan. Kini transaksi jual beli masih berlangsung melalui pertemuan langsung pembeli dan penjual. Akan tetapi, seiring dengan kemajuan, pasar sebagai ruang interaksi antara permintaan dan penawaran telah berubah. Di mana pembeli dan penjual tidak perlu berinteraksi secara langsung untuk menyelesaikan transaksi.<sup>1</sup>

Kemajuan teknologi informasi mendukung perubahan lingkungan global dan perdagangan bebas, yang dapat memperluas jangkauan transaksi barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, barang dan/atau jasa disediakan beragam, yang berasal dari dalam negeri ataupun luar negeri. Ini menjadi pertimbangan untuk seseorang menggunakan internet karena memudahkan dan mempercepat melakukan transaksi jual beli.

Transaksi *e-commerce*, dapat mempromosikan barang dan/atau jasa yang dijual sehingga memudahkan pembeli untuk menentukan barang dan/atau jasa yang mereka butuhkan. Munculnya *e-commerce* telah meningkatkan kenyamanan dalam aktivitas jual beli.

Kemudahan diberikan oleh internet merupakan hal yang wajar mengingat semakin ditinggalkannya transaksi jual beli konvensional. Saat ini, banyak yang memilih melakukan transaksi melalui internet karena berbagai kemudahan yang ada. Meskipun perdagangan melalui sistem internet, memberikan berbagai keuntungan, tetapi ada juga berpotensi menimbulkan sejumlah kerugian.<sup>2</sup>

Secara umum transaksi jual beli diatur dalam BW, khususnya Buku III mengenai Perikatan dari Bab I hingga Bab V. Namun, untuk transaksi *e-commerce* ini pengaturannya terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang kemudian diubah melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Berdasarkan Pasal 1457 BW menentukan bahwa "Jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda, dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan". Kemudian, dalam Pasal 1 angka 2 UU ITE menentukan bahwa "Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya".<sup>3</sup>

Berbicara tentang ketentuan hukum yang mengatur transaksi jual beli online, tidak bisa dipungkiri dari aturan jual beli secara umum. Perbedaannya terletak pada

---

<sup>1</sup> Muhammad Khadafi, 2016, "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce Melalui Sosial Media Instagram)*", *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

<sup>2</sup> Edmon Makarin, 2005, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, hlm. 342.

<sup>3</sup> Fitriah, "*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial*", *Jurnal*, Volume 18 Nomor 3, Fakultas Hukum Universitas Palembang, hlm. 372-373.

media yang digunakan. Oleh karena itu, ada dampak hukum tertentu yang perlu diatur dengan ketentuan hukum yang relevan.<sup>4</sup>

Munculnya berbagai media elektronik sebagai media promosi barang maupun jasa tentunya sangat menarik perhatian. Salah satu yang paling populer untuk memfasilitasi transaksi jual beli secara online adalah TikTok Shop, yang merupakan bagian dari aplikasi TikTok. Sejak diluncurkan, fitur ini menarik perhatian banyak pengguna dan memberi peluang bisnis yang signifikan bagi pelaku usaha. Hal ini memberikan kemudahan bagi pengguna aplikasi TikTok karena adanya gabungan antara *marketplace* dengan sosial media.<sup>5</sup>

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memfasilitasi promosi dan penjualan produk oleh pedagang kepada konsumen di TikTok *Shop*. Kontrak jual beli hanya dibuat antara pembeli dan pedagang, sehingga TikTok tidak bertanggung jawab atas pemenuhan kontrak jual beli tersebut. TikTok *Shop* menawarkan beragam produk dengan berbagai metode pembayaran diinginkan, serta memberikan kemudahan berbelanja melalui unggahan video ataupun melalui siaran *live* dan terdapat berbagai promo yang dapat ditemui seperti gratis ongkir dan potongan harga. Hal ini dapat memudahkan orang-orang untuk menentukan barang yang ingin dibeli melalui TikTok *Shop*.

Terlebih lagi transaksi jual beli TikTok *Shop*, barang yang dijual hanya berbentuk video, foto ataupun melalui siaran *live* di TikTok. Hal ini hanya mengandalkan kepercayaan konsumen dan pelaku usaha sehingga menimbulkan berbagai masalah di antaranya, jika barang dibeli mempunyai cacat tersembunyi, kualitas tidak memuaskan, pelaku usaha tidak mengirim barang setelah konsumen pembayaran ataupun permasalahan pelaku usaha/penjual wanprestasi, maka hak-hak konsumen harus diperhatikan.

Perbedaan TikTok *Shop*, dengan facebook *marketplace* adalah *user experience*. TikTok *Shop* pembeli dapat membeli produk melalui aplikasi TikTok tanpa membuka aplikasi lain. Semua proses mulai dari berkomunikasi dengan penjual sampai proses pembayaran, baik melalui OVO, Dana, atau transfer bank. Sementara itu, facebook *marketplace* pembeli terlebih dahulu diarahkan untuk pengiriman pesan kepada penjual melalui facebook *messenger*. Di sana, mereka dapat menanyakan detail tentang ketersediaan barang dan pembeli dapat melakukan negosiasi terkait kondisi barang, harga, metode pengiriman dan metode pembayaran.<sup>6</sup>

Kasus yang dihadapi Rusulana menjadi contoh yang relevan dalam penelitian ini. Pada kasus tersebut Rusulana membeli sepatu, tetapi pada saat pesanan sampai, ternyata ukuran sepatu yang dipesan tidak sesuai. Konsumen ingin mengajukan *return*

---

<sup>4</sup> Ahmadi Miru, 2020, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, hlm. 143.

<sup>5</sup> Darin Rania, 2021, *TikTok Shop Aplikasi Media Sosial yang Bikin Bisnis Makin Cuan*, <https://jubelio.com/2021/tiktok-shop-adalah/>. Diakses pada 24 Desember 2022.

<sup>6</sup> Sosiakita Brand, 2022, *Ketahui Perbedaan TikTok Shop, IG Shop, dan Fb Marketplace*, <https://sosiakita.com/ketahui-perbedaan-tiktok-shop-ig-shop-dan-fb-marketplace/>. Diakses pada 28 Agustus 2023.

barang tetapi setelah mengetahui bahwa dana pembayaran pengembalian barang ditanggung konsumen, akhirnya konsumen batal mengajukan *return* barang tersebut.<sup>7</sup>

Kasus lain yaitu pada kasus Annisa membeli 2 (dua) item jaket yang akan dipakai untuk kepentingan acara. Pada saat pesanan sampai dan ternyata warna jaket yang dipesan tidak sesuai, karena konsumen sangat membutuhkan barang tersebut. Oleh karena itu, konsumen mengajukan *return* barang kepada *seller* dan dana pembayaran pengembalian barang ditanggung konsumen. Setelah konfirmasi dengan *seller* dan mengisi laporan, bahwa produk tetap di-*return* dengan keputusan final *refund* atas dana yang telah dibayarkan. Pada proses pengajuan *refund*, pihak *seller* sama sekali tidak *me-respons email* ataupun komentar di dalam aplikasi. *Email* pun selalu dijawab hanya dengan *template system* dan jawabannya sungguh tidak memuaskan.<sup>8</sup> Ini berarti tidak adanya penyelesaian dari pihak *Seller*.

Terjadinya kasus tersebut sangat merugikan hak konsumen, maka diperlukan dasar hukum untuk melindungi konsumen dalam bertransaksi, sesuai pada Pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menguraikan hak-hak dari konsumen. Dengan demikian, pelaku usaha memiliki kewajiban memenuhi hak dari konsumen dalam melakukan transaksi online. Itulah sebabnya, pelaku usaha harus beriktikad baik dalam melaksanakan kewajibannya sehingga konsumen tidak mengalami kerugian.

Tentu ini merugikan konsumen jika merujuk pada kewajiban pelaku usaha yang diatur pada Pasal 7 UUPK, seharusnya semua ditanggung penuh oleh pelaku usaha. Namun, dalam praktiknya beban tersebut justru harus ditanggung oleh konsumen sehingga menjadi masalah dalam transaksi jual beli online.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok Shop?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok Shop?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok Shop.
2. Untuk menelaah tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok Shop.

---

<sup>7</sup> Hasil Wawancara dengan konsumen

<sup>8</sup> Raden, 2022, *TikTok Shop Tak Kunjung Mengirimkan Dana Refund*, <https://mediakonsumen.com/2022/05/15/surat-pembaca/tiktok-shop-tak-kunjung-mengirimkan-dana-refund>. Diakses pada 20 November 2022.

#### D. Keaslian Penelitian

Terdapat beberapa studi yang memiliki hubungan erat dengan dengan penelitian ini, yaitu:

Nama Penulis	: Ernien Paramitha Yunadi
Judul Tulisan	: Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Online melalui Media Sosial Facebook
Kategori	: Skripsi
Tahun	: 2023
Perguruan Tinggi	: Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Makassar.
<b>Uraian Penelitian Terdahulu</b>	<b>Rencana Penelitian</b>
Isu dan Pembahasan : Membahas mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli online melalui media sosial facebook.	Membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha dan upaya hukum yang dilakukan konsumen jika mengalami kerugian akibat transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok Shop.
Metode Penelitian : Empiris	Empiris
Hasil dan Pembahasan : Konsumen perlindungan hukum pada pasal 4 UUPK, serta dalam transaksi jual beli jika pelaku usaha tidak mempunyai itikad baik dan melakukan kejahatan, pelaku usaha dapat dipidana berlandaskan ketentuan Pasal 62 UUPK. Selain itu pelaku usaha dapat juga terjerat UU ITE Pasal 5 Ayat (1), Pasal 18 Ayat (1), Pasal 28 Ayat (1). Pelaku usaha dalam transaksi jual beli facebook diatur dalam Pasal 7 UUPK di mana pelaku usaha harus memberikan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau digunakan tidak sesuai dengan perjanjian.	Pertanggungjawaban pelaku usaha dalam bertransaksi di TikTok Shop ialah melakukan penarikan kembali barang yang sudah dikirim dan mengganti barang yang sesuai dengan pesanan dengan memberikan keringanan berupa pembebasan beban biaya pengiriman, atau mengembalikan dana kepada konsumen. Ketika terjadi kerugian, konsumen dapat menyelesaikan sengketa melalui BPSK menggunakan jalur mediasi, konsiliasi, atau arbitrase sesuai apa yang digunakan konsumen.

Nama Penulis	: Nurlaeni Faizal
Judul Tulisan	: Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di PT. Shopee Internasional Indonesia.
Kategori	: Skripsi
Tahun	: 2019
Perguruan Tinggi	: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
<b>Uraian Penelitian Terdahulu</b>	<b>Rencana Penelitian</b>
<p>Isu dan Pembahasan :</p> <p>Membahas mengenai praktik jual beli online dan perlindungan hukum PT. Shopee Internasional Indonesia terhadap jual beli jika terjadi wanprestasi yang disebabkan oleh penjual.</p>	<p>Membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha dan upaya hukum yang dilakukan konsumen jika mengalami kerugian akibat transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok Shop.</p>
Metode Penelitian : Empiris	Empiris
<p>Hasil dan Pembahasan :</p> <p>Praktik jual beli di <i>marketplace</i> menggunakan sistem transaksi B2C (Business to Consumer) dan C2C (Consumer to Consumer). Tanggung jawab dalam perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan Shopee berdasarkan kontrak yang disepakati oleh kedua pihak. Perlindungan ini mencakup aspek pengawasan, peran sebagai regulator, fasilitator, pencarian solusi, serta pengambilan keputusan terkait wanprestasi atau pelanggaran hukum yang terjadi.</p>	<p>Pertanggungjawaban pelaku usaha dalam bertransaksi di TikTok Shop ialah melakukan penarikan kembali barang yang sudah dikirim dan mengganti barang yang sesuai dengan pesanan dengan memberikan keringanan berupa pembebasan beban biaya pengiriman, atau mengembalikan dana kepada konsumen. Ketika terjadi kerugian, konsumen menyelesaikan sengketa melalui BPSK menggunakan jalur mediasi, konsiliasi, dan arbitrase sesuai apa yang digunakan konsumen.</p>

## E. Landasan Teori

### 1. Teori Perlindungan Konsumen

#### a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK), menentukan bahwa "Perlindungan konsumen adalah segala upaya

yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang tercantum dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.<sup>9</sup> Konsumen dianggap sebagai pihak yang lemah dalam transaksi, sehingga dibuat aturan dan ketentuan khusus untuk melindungi kepentingan konsumen.<sup>10</sup>

Perlindungan konsumen mencakup itu 2 (dua) aspek, yaitu:<sup>11</sup>

1. Perlindungan dari ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen dengan kesepakatan yang telah dibuat;
2. Perlindungan mengenai penerapan syarat-syarat yang tidak adil bagi konsumen.

Semua usaha yang dimaksud dalam perlindungan konsumen tidak hanya mencakup tindakan pencegahan, tetapi juga mencakup penegakan di berbagai aspek yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Oleh sebab itu, pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan cara berikut:<sup>12</sup>

1. Mengembangkan sistem perlindungan konsumen yang menyediakan akses informasi yang transparan serta memberikan kepastian hukum;
2. Melindungi hak-hak konsumen secara khusus serta kepentingan seluruh pelaku usaha;
3. Meningkatkan mutu barang dan jasa;
4. Menyediakan perlindungan bagi konsumen dari praktik bisnis yang curang dan menipu;
5. Mengintegrasikan pelaksanaan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang perlindungan lainnya.

Kepastian hukum yang ditujukan untuk melindungi konsumen mencakup beberapa hal, seperti meningkatkan derajat dan martabat konsumen, serta menyediakan akses informasi mengenai barang dan/atau jasa. Selain itu, perlu memotivasi pelaku usaha agar bersikap jujur dan bertanggung jawab.<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, hlm. 1.

<sup>10</sup> Abdul Halim Barkatullah, 2010, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, hlm. 28.

<sup>11</sup> Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, hlm. 22.

<sup>12</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, hlm. 7.

<sup>13</sup> Adrian Sutedi, 2008, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, hlm. 8.

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan hal penting dalam menjaga keseimbangan hubungan hukum antara produsen dengan konsumen, sehingga prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen dapat menjadi acuan dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.<sup>14</sup> Hukum perlindungan konsumen merupakan hukum berisi tentang asas-asas hukum dan kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen.<sup>15</sup> Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang dan jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha.

### **b. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menentukan bahwa “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”

Memperhatikan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, asas-asas ini bertujuan sebagai usaha bersama para pihak yang terkait seperti, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah yang berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah negara Republik Indonesia. Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:<sup>16</sup>

1. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen,
2. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan, dan
3. Asas kepastian hukum.

Selanjutnya tujuan dari perlindungan konsumen diatur dalam ketentuan Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menentukan bahwa:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

---

<sup>14</sup> Ahmadi Miru, 2017, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, PT Rajagrafindo Persada, Depok, Hlm. 9.

<sup>15</sup> Az. Nasution, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, Hlm. 65.

<sup>16</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, hlm. 26.

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

## 2. Teori Pertanggung Jawaban Hukum

### a. Pengertian pertanggung Jawaban Hukum

Pertanggungjawaban hukum berkaitan erat dengan konsep hak dan kewajiban. Konsep hak merupakan suatu konsep yang menekankan pada pengertian hak yang berpasangan dengan pengertian kewajiban. Pendapat yang umum mengatakan bahwa hak pada seseorang senantiasa berkorelasi dengan kewajiban pada orang lain. Sebuah konsep yang berkaitan dengan konsep kewajiban hukum adalah konsep tanggung jawab hukum. Bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, artinya dia bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Pertanggungjawaban dalam kamus hukum terdapat dua istilah yakni *liability* (menunjuk pertanggungjawaban hukum yaitu tanggung gugat akibat kesalahan yang dilakukan oleh subjek hukum) dan *responsibility* (menunjuk pada pertanggungjawaban politik). Teori tanggung jawab hukum lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir dari ketentuan Peraturan Perundang Undangan sehingga teori tanggung jawab dimaknai dalam arti *liability*.<sup>17</sup> Sedangkan tanggung jawab adalah keadaan dimana seseorang wajib menanggung segala perbuatannya bila terjadi hal yang tidak diinginkan boleh dituntut, dipersalahkan atau diperkarakan.

### b. Prinsip Pertanggungjawaban Hukum

Secara umum, prinsip pertanggungjawaban dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:<sup>18</sup>

#### 1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam kitab undang-undang hukum perdata, khususnya pada pasal 1365, 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 KUHPperdata, yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

---

<sup>17</sup> Azheri, 2011, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, Hlm. 54.

<sup>18</sup> Andi Sri Rezky Wulandari Dan Nurdiyana Tadjuddin, 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mitra Wacana Media, Jakarta, Hlm. 41

- 1) Adanya perbuatan
- 2) Adanya unsur kesalahan
- 3) Adanya kerugian yang diderita
- 4) Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian

Kesalahan di sini adalah unsur yang bertentangan dengan hukum.

Pengertian “hukum”, tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat. Asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adil bagi orang yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Dengan kata lain, tidak adil jika orang yang tidak bersalah harus mengganti kerugian yang diderita orang lain.

## 2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab

Prinsip ini menyatakan tergugat selalu dianggap bertanggung jawab, sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah, jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat. Dalam hukum pengangkutan, khususnya pengangkutan udara, prinsip tanggung jawab ini pernah diakui. Berkaitan dengan prinsip tanggung jawab, dalam doktrin hukum pengangkutan khususnya, dikenal empat variasi, yaitu:

- a. Pengangkut dapat membebaskan diri dan tanggung jawab kalau ia dapat membuktikan, kerugian yang ditimbulkan oleh hal-hal di luar kekuasaannya.
- b. Pengangkut dapat membebaskan diri dan tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, ia mengambil suatu tindakan yang diperlukan untuk menghindari timbulnya kerugian.
- c. Pengangkut dapat membebaskan diri dan tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, kerugian yang timbul bukan karena kesalahannya,
- d. Pengangkut tidak bertanggung jawab jika kerugian itu ditimbulkan oleh kesalahan/kelalaian penumpang atau karena kualitas/ mutu barang yang diangkut tidak baik.

Beban pembuktian terbalik diterima dalam prinsip ini. Dalam Undang-undang perlindungan konsumen pun mengadopsi sistem pembuktian terbalik ini sebagaimana ditegaskan dalam pasal 19, 22, dan 23 dan juga bisa kita lihat pada ketentuan Pasal 28 Undang-Undang perlindungan konsumen. Teori pembalikan beban pembuktian adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan. Sebaliknya, hal ini tentu bertentangan dengan asas hukum praduga tidak bersalah yang lazim dikenal dalam hukum. Namun, jika diterapkan dalam kasus konsumen akan tampak, asas demikian cukup relevan. Jika digunakan teori ini, maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan itu ada di pihak pelaku usaha yang digugat. Tergugat ini harus menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah. Tentu saja konsumen tidak selalu berarti dapat sehendak hati mengajukan gugatan. Posisi konsumen sebagai penggugat selalu terbuka untuk digugat balik oleh pelaku usaha, jika ia gagal menunjukkan kesalahan si tergugat.

### 3. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan. Contohnya dalam penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin/bagasi tangan, yang biasanya dibawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dan penumpang. Dalam ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat diminta pertanggungjawabannya.

### 4. Prinsip tanggung jawab mutlak

Prinsip ini sering diindektikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut. Meskipun demikian, pada dasarnya prinsip tanggung jawab mutlak adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun, ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dan tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya. Selain itu, perbedaan keduanya pada ada atau tidak adanya hubungan kausalitas antar subjek yang bertanggung jawab dan kesalahannya. Para prinsip tanggung jawab mutlak hubungan itu harus ada, sementara pada tanggung jawab absolut, hubungan itu tidak selalu ada. Dapat saja si tergugat yang dimintai pertanggungjawaban itu bukan si pelaku langsung kesalahan tersebut. Ini bisa ditemukan dalam kasus bencana alam.

Tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen dirasakan sangat penting, paling tidak didasarkan pada empat alasan, yaitu:

- a. Tanggung jawab mutlak merupakan instrument hukum yang relative masih baru untuk memperjuangkan hak konsumen memperoleh ganti kerugian.
- b. Tanggung jawab mutlak merupakan bagian dan hasil dari perubahan hukum di bidang ekonomi, khususnya industri perdagangan yang dalam praktiknya sering menampilkan kesenjangan antara standar yang diterapkan di Negara yang satu dengan Negara lainnya, dan kesenjangan dalam Negara yang bersangkutan, yaitu antar-kebutuhan keadilan masyarakat dengan standar perlindungan konsumen dalam hukum positifnya.
- c. Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak melahirkan masalah baru bagi produsen, yaitu bagaimana produsen menangani risiko gugatan konsumen.
- d. Indonesia merupakan contoh yang menggambarkan dua kesenjangan yang dimaksud, yaitu standar norma dalam hukum positif dan kebutuhan perlindungan kepentingan dan hak-hak konsumen.

Prinsip tanggung jawab mutlak merupakan hasil akhir dari perkembangan hukum yang terjadi secara bertahap. Prinsip tanggung jawab mutlak merupakan sistem tanggung jawab yang tidak berdasarkan kesalahan produsen, yakni menerapkan tanggung jawab kepada penjual produk yang cacat tanpa ada beban bagi konsumen atau pihak yang diragukan untuk membuktikan

kesalahan tersebut. Prinsip tanggung jawab mutlak dinilai lebih responsif terhadap kepentingan konsumen dibanding dengan prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan.

Adapun beberapa alasan mengapa prinsip tanggung jawab mutlak diterapkan dalam hukum perlindungan konsumen, antara lain:<sup>19</sup>

1. Diantara korban/ konsumen disatu pihak dan produsen dipihak lain, seharusnya beban kerugian (resiko) ditanggung oleh pihak yang memproduksi atau mengeluarkan barang-barang di pasaran.
2. Dengan menerapkan/ mengedarkan barang-barang di pasaran, berarti produsen menjamin bahwa barang-barang tersebut aman dan pantas untuk digunakan, dan bila mana terbukti tidak demikian maka produsen harus bertanggung jawab.
3. Sebenarnya tanpa menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak, produsen yang melakukan kesalahan dapat dituntut melalui proses tuntutan beruntun, yaitu konsumen kepada pedagang eceran, pedagang eceran kepada grosir, grosir kepada distributor, distributor kepada agen, dan agen kepada produsen.

Adapun penerapan tanggung jawab mutlak dimaksudkan untuk menghilangkan proses yang cukup panjang ini.

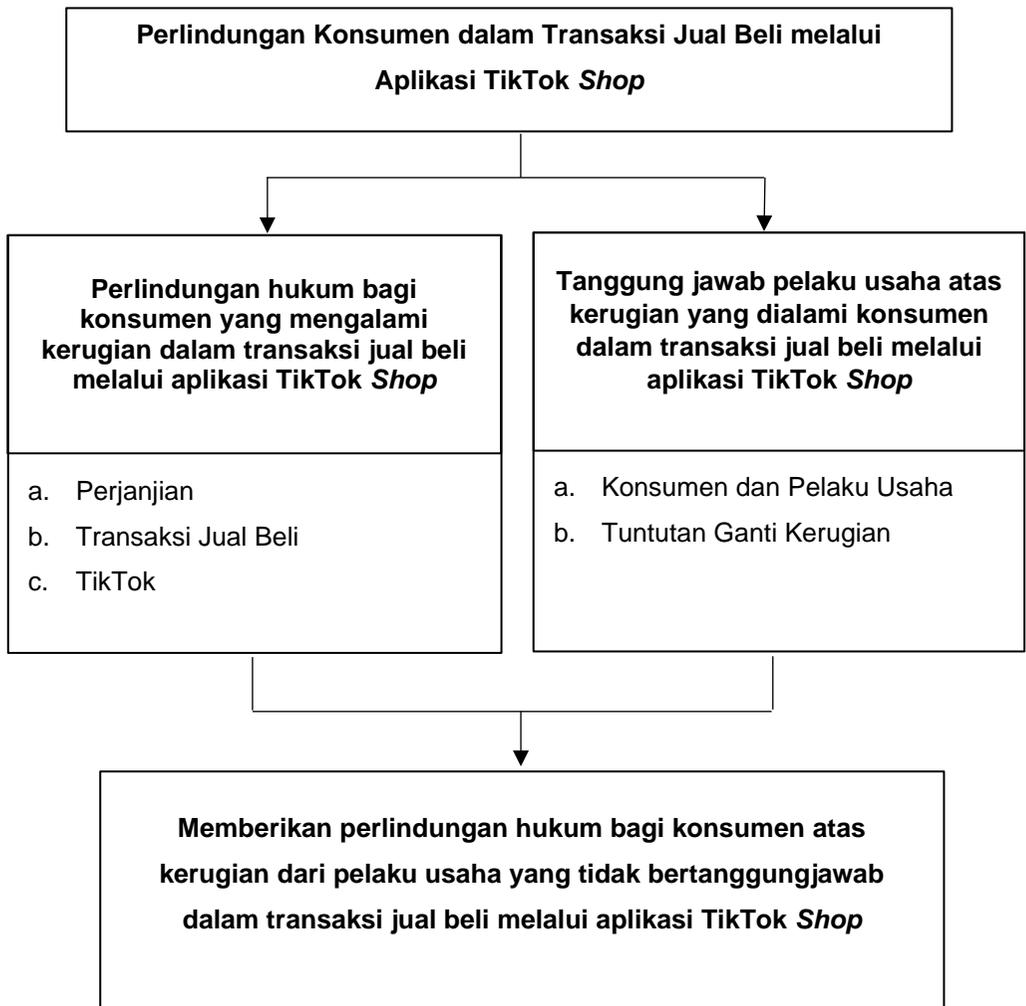
5. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan

Tanggung jawab dengan pembatasan sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Dalam perjanjian cuci cetak film misalnya, ditentukan bila film yang ingin dicuci/cetak itu hilang atau rusak (termasuk akibat kesalahan petugas), maka konsumen hanya dibatasi ganti kerugiannya sebesar sepuluh kali harga satu rol film baru. Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan peraturan perundang-undangan yang jelas.

---

<sup>19</sup> Abdul Halim Barkatullah, 2018, *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, Hlm. 88.

## F. Kerangka Pikir



## **BAB II**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini adalah penelitian empiris, berfokus pada gejala-gejala, fenomena, dan peristiwa yang terjadi di masyarakat.<sup>20</sup> Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis hukum dalam konteks interaksi masyarakat, yang mencerminkan pola kehidupan sosial.<sup>21</sup> Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi TikTok *Shop*.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian menunjukkan tempat dilakukan penelitian<sup>22</sup>. Dengan demikian, penulis memilih Kota Makassar, Sulawesi Selatan sebagai lokasi penelitian, mengingat jumlah pengguna Aplikasi TikTok *Shop* di kota ini cukup signifikan.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### 1. Populasi

Populasi yaitu keseluruhan dari objek yang diamati atau diteliti<sup>23</sup>. Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini terdiri dari konsumen yang telah bertransaksi di TikTok *Shop* dan pelaku usaha yang menjual di TikTok *Shop*.

##### 2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari populasi yang dianggap mewakili populasinya.<sup>24</sup> Penulis menentukan sampel dengan menggunakan teknik *random sampling*, yaitu metode pengambilan sampel secara acak, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Adapun sampel yang penulis akan gunakan dalam penelitian, yaitu 10 (sepuluh) orang yang merupakan konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli melalui TikTok *Shop* dan 5 (lima) orang pelaku usaha yang mendapat komplain dalam menjual di TikTok *Shop*.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan penulis meliputi:

##### 1. Data Primer

Data primer yaitu informasi yang dikumpulkan secara langsung melalui wawancara berupa kuisioner kepada konsumen yang telah bertransaksi di TikTok *Shop* dan pelaku usaha yang menjual di TikTok *Shop*.

##### 2. Data Sekunder

---

<sup>20</sup> Bahder Johan Nasution, 2008, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung: Manjar Maju, hlm. 124.

<sup>21</sup> Bambang Waluyo, 2002, *Penelitian Hukum dan Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm 43.

<sup>22</sup> Muhaimin, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press, hlm. 92.

<sup>23</sup> Burhan Ashshofa, 2010, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, hlm. 79.

<sup>24</sup> *Ibid*.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh penulis dari dokumen resmi yang terkait dengan objek penelitian, termasuk hasil penelitian yang tersedia dalam bentuk laporan, jurnal, skripsi, tesis, dan disertasi.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk yaitu:

1. Wawancara, yang dilaksanakan dengan menyebarkan kuisioner kepada informan, yaitu konsumen yang telah bertransaksi di TikTok Shop dan pelaku usaha yang menjual di TikTok Shop.
2. Penelitian kepustakaan, yang dilaksanakan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber pustaka yang relevan dengan topik penelitian.

#### **F. Analisis Data**

Data yang didapatkan dari keseluruhan proses penelitian, termasuk data primer dan sekunder, akan dianalisis melalui secara kualitatif, selanjutnya dijelaskan secara deskriptif yang meliputi penguraian, penggambaran, dan penjelasan sesuai masalah yang berkait.