

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecanggihan teknologi yang terus pesat menjadikan pola pikir manusia semakin modern dan berkembang. Bahkan manusia berlomba-lomba untuk membuat sesuatu hal yang dapat menguntungkan bagi dirinya dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada. Teknologi telekomunikasi dan informasi merupakan inovasi baru yang dapat mempengaruhi kehidupan dalam masyarakat. Berbagai aktivitas dapat berubah secara signifikan melalui pengambilan keuntungan dari efisiensi, efektivitas, dan mobilitas.

Salah satu kemudahan dalam proses transaksi bisnis didukung dengan adanya penggunaan media telekomunikasi dan teknologi informasi. Dengan adanya internet semua bentuk informasi dapat diperoleh dari jarak jauh dan mereka yang akan melakukan transaksi tidak perlu saling bertemu secara langsung, akan tetapi cukup melalui peralatan telekomunikasi saja. Sebagaimana dikemukakan oleh Jack Febrian yang menyebutkan bahwa, *“Internet merupakan integrasi antara teknologi telekomunikasi dengan teknologi komputer yang dapat diartikan sebagai jaringan komputer yang mendunia”*.¹

Keberadaan internet yang dapat menjadi perantara bertransaksi pada seluruh penjuru dunia tanpa mengenal batas-batas Negara ini berguna dalam

¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung, Nusa Media, 2017, hlm. 1.

menunjang segala aktivitas dan kebutuhan manusia, khususnya dalam dunia bisnis. Misalnya saja, penggunaan internet pada saat melakukan transaksi jual beli *online* (baca: *e-commerce*). Mcleod Pearson (ahli sistem informasi manajemen) menyebutkan bahwa, “*E-commerce adalah suatu proses bisnis yang dijalankan dengan memanfaatkan jaringan komunikasi dan komputer*”.² Cara kerja transaksi jual beli *online* adalah dengan mengakses internet (*browser web*) pada komputer, yang berguna untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk yang ditawarkan.

Keuntungan pelaku usaha dalam menggunakan transaksi jual beli *online* adalah ketika menjalankan bisnisnya tidak terbentur batas wilayah Negara, perjanjian jual beli dilakukan secara *virtual*, biaya operasional murah, mempercepat waktu pemrosesan, mengurangi resiko *human error*, mengurangi penggunaan kertas dalam berbagai aktivitas pengerjaan mulai dari mendesain, memproduksi, pengiriman, pendistribusian hingga *marketing*.³ Kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli *online* yang bersifat fleksibel menambah daya tarik konsumen untuk terus bertransaksi. Munculnya transaksi jual beli *online* menjadikan inovasi baru dalam bidang ekonomi dan teknologi khususnya di Negara Indonesia.⁴

Melalui transaksi *online* ini, para pelaku usaha terus berupaya untuk mencukupi segala macam bentuk keinginan konsumen terkait barang atau jasa yang diinginkan dan dibutuhkannya. Hal tersebut bertujuan untuk

² Mcleod Pearson, *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta, Salemba, 2008, hlm. 59.

³ Shabur Miftah Maulana dkk, “Implementasi *E-commerce* Sebagai Media Penjualan *Online*”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 29 Nomor 1, Desember 2015, Malang, hlm. 2.

⁴ Rizka Syafriana, “Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik”, *Jurnal De Lega Lata*, Vol. 1 Nomor 2, Juli 2016, Sumatera Utara, hlm. 2.

memperluas kesempatan konsumen untuk memilah jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai kebutuhan yang mereka kehendaki.⁵

Namun, realita tersebut dapat berdampak baik dan buruk. Berdampak baik karena dapat memberikan manfaat bagi konsumen, dimana segala kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, dan memberi kebebasan kepada konsumen untuk memilah aneka jenis barang dan kualitas barang yang akan dibelinya. Sedangkan dampak buruknya yaitu konsumen akan merasa dirugikan oleh perilaku pelaku usaha yang hanya memikirkan keuntungan sebesar-besarnya dengan modal yang minim.⁶

Transaksi jual beli *online* sangat beresiko, karena ketika melakukan transaksi ini konsumen harus melakukan pembayaran dulu. Sebaliknya, konsumen sendiri tidak bisa melihat keberadaan barang pesanan dan kualitasnya. Sistem pembayaran dilakukan secara *online* melalui transfer bank atau dengan memasukkan nomor kartu kredit di dalam internet. Hal demikian akan dimungkinkan mengganggu hak konsumen, dalam mendapatkan keamanan serta mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur atas produk yang dijual pelaku usaha.⁷

Menurut Gunawan Widjaja (ahli hukum), masalah perlindungan kepada konsumen ketika melakukan transaksi secara *online* menjadi hal utama yang

⁵ Catur Nugroho, “Skripsi Tanggung Gugat Pelaku Usaha Dalam Penjualan Produk Dengan Promo Undian Berhadiah”, 2015, Surabaya, hlm. 2.

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

harus diperhatikan, dikarenakan karakteristik *e-commerce* yang bisa menjadikan konsumen rentan akan kerugian seperti:⁸

1. *The internet merchant*, artinya tidak mempunyai alamat fisik di suatu Negara tertentu, hal tersebut akan membuat kesulitan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan;
2. Konsumen kesulitan memperoleh jaminan ganti rugi;
3. Produk yang dibeli ada kemungkinan tidak sesuai dengan perjanjian awal.

Ketiga karakteristik *e-commerce* di atas akan menempatkan konsumen pada posisi dikelilingi berbagai masalah hukum. Peraturan perlindungan hukum bagi konsumen saat ini belum maksimal dalam memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen ketika melakukan transaksi *e-commerce* di luar Negara Indonesia. Mengingat bahwa saat melaksanakan transaksi jual beli *online* tidak terdapat batasan Negara. Oleh karena itu UUPK yang dimiliki oleh Indonesia tidak dapat menjangkau *e-commerce* secara lintas batas Negara.⁹

Tiktok *Shop* merupakan *platform* e-niaga sosial yang bertujuan untuk memfasilitasi perdagangan dalam menawarkan barang kepada pengguna Tiktok. Pengguna aplikasi ini nantinya dapat mendapat kemudahan pembelian barang dengan beberapa ketentuan. Selain itu, pelaku usaha juga dapat mengunggah dan mengelola informasi beserta daftar barang untuk ditampilkan kepada pengguna Tiktok. Sistem yang dilakukan Tiktok *Shop* ini berbasis pada penerimaan pesanan dan penyelesaian penjualan dengan pembeli, serta melacak pengelolaan pengiriman. Tak hanya itu, Tiktok *Shop*

⁸ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm. 5.

⁹ Budi Agus Riswadi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, Yogyakarta, UII Press, 2003, hlm. 63.

juga berperan dalam penyusunan rencana promosi, seperti fitur afiliasi, dan fitur seperti etalase.¹⁰

Tiktok memiliki total 732 juta pengguna aktif di seluruh dunia hingga kemudian Tiktok bekerja sama dengan *Shopify* dalam merilis Tiktok *Shop*. Secara mendasar, Tiktok *Shop* merupakan *social commerce* bagi pengguna atau kreator Tiktok untuk mempromosikan dan menjual produknya lewat *platform* tersebut. *Platform* Tiktok *Shop* banyak digandrungi oleh konsumen Indonesia. Karena promo yang ditawarkan beragam, dari mulai diskon, *cashback*, dan gratis ongkir seluruh Indonesia.¹¹

Dibalik kelebihan Tiktok *Shop* demikian itu masih banyak menimbulkan permasalahan. Permasalahan pertama, kurangnya Tiktok memfilter mana pelaku usaha *real* dan *fake*. Kedua, kurang tegasnya pihak Tiktok *Shop* terhadap pelaku usaha terkait jangka waktu untuk mengirimkan barang yang dipesan oleh konsumen. Ketiga, ketika konsumen membeli barang ternyata pesanan tersebut tidak sesuai dengan spesifikasi aslinya yang ada di deskripsi produk sehingga konsumen kesulitan untuk mengajukan pengembalian barang (*return*) karena alamat yang dicantumkan pelaku usaha dalam tokonya hanya alamat kota saja bukan alamat secara lengkap. Keempat, dalam hal konsumen meminta pengembalian dana (*refund*) pihak Tiktok *Shop* memberikan pengembalian tersebut berupa voucher yang harus dibelanjakan

¹⁰ Ekrut Media, “Informasi dan Penggunaan Tiktok *Shop*”, dikutip dari <https://www.ekrut.com/media/tiktok-shop>, <diunduh tanggal 24 Agustus 2022>

¹¹ *Ibid.*

lagi di Tiktok *Shop* dengan jangka waktu 1 (satu) kali saja dan tidak bisa diuangkan.¹²

Padahal sudah jelas ketentuan dalam “Kebijakan Evaluasi Kinerja *Seller* Tiktok *Shop*” bahwa jika terjadi suatu kerugian yang dialami konsumen atas kesalahan dari pelaku usaha, maka ada pencabutan kemampuan pelaku usaha untuk meninjau dan menyetujui permintaan pengembalian dana yang diajukan konsumen dan keputusan untuk menyetujui permintaan pengembalian dana konsumen ditangani secara langsung oleh Tiktok *Shop* atas nama pelaku usaha.¹³

Dari kebijakan tersebut tertera jelas kata “pengembalian dana” yang dimaksud dana disini yaitu berupa uang tunai bukan “voucher”. Untuk menghindari kerugian, maka pada saat melakukan jual beli konsumen harus memikirkan barang apa yang hendak dibeli, kualitas barang yang harus sesuai dengan standar kesehatan dan keamanan, dan memperhatikan label keterangan pada barang sekaligus tanggal kadaluarsa.¹⁴

Salah satu bentuk kekecewaan konsumen ketika melaksanakan transaksi jual beli *online* dapat dilihat pada kasus konsumen pengguna situs belanja Tiktok *Shop*, kasus bermula ketika akun Tiktok bernama Kolenan Conk berbelanja di Tiktok *Shop*. Dia membeli 1 (satu) item barang berupa *mic saramonic* dengan harga sebesar Rp658.000 dengan sistem pembayaran COD

¹² Berita Masa, “Kelebihan dan Kekurangan Tiktok *Shop*”, dikutip dari <https://beritamasakekurangantiktokshop.com>, <diunduh tanggal 25 Juli 2023>

¹³ *Seller-id* tiktok, “Kebijakan Evaluasi Kinerja *Seller* Tiktok *Shop*”, dikutip dari <https://seller-id.tiktok.com>, <diunduh tanggal 25 Juli 2023>

¹⁴ Happy Susanto, *Hak Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta, Visi Media, 2008, hlm. 31.

di toko Radad Kayat Palembang. Ketika barang telah sampai dan di *unboxing*, ternyata barang yang dikirimkan oleh toko tersebut berupa sabun colek lidah buaya seharga Rp3.000. Dikarenakan barang yang dikirimkan tersebut tidak sesuai maka akun Kolenan Conk ini *mereturn* barang tersebut dan berharap dana atau uangnya dikembalikan.¹⁵

Ketika ingin mengembalikan barang tersebut kepada penjual atau pelaku usaha, alamat toko penjual tersebut tidak lengkap hanya dituliskan nama Provinsi Sumatera Utara dan Kota Palembang, dan nomer telponnya tidak jelas. Oleh karena itu, akun Kolenan Conk tersebut meminta bantuan pihak Tiktok *Shop* untuk dapat menghubungi toko tersebut atau ke penjualnya.¹⁶

Ternyata di toko tersebut barangnya sudah dihapus dan akunnya telah dihapus. Karena toko tersebut telah dihapus, pengajuan pengembalian dana akun Kolenan Conk diterima oleh pihak Tiktok *Shop*. Dari sekian panjangnya proses pengajuan dana kembali, yang hampir kurang lebih 3 bulan, akhirnya pihak Tiktok *Shop* mengembalikan dana tersebut dengan digantikan berupa voucher senilai Rp658.00. Namun, voucher tersebut hanya berlaku satu kali dan harus dibelanjakan di Tiktok *Shop*, tidak bisa diuangkan.¹⁷

¹⁵ “Penipuan Belanja di Tiktok”, dikutip dari akun youtube Kolnan Conk <https://youtu.be/ribgrFblP6c>, <diunduh tanggal 23 November 2022>

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*



Gambar 1.1
Pengembalian Dalam Bentuk Voucher di Tiktok Shop
(Sumber : Akun youtube Kolenan Conk)

Keberadaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) adalah untuk memberi perlindungan terhadap kepentingan konsumen juga pelaku usaha saat melaksanakan transaksi secara langsung, dimana pelaku usaha dan konsumen bertemu secara tatap muka. Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UUPK, dapat diartikan bahwa perlindungan konsumen merupakan persoalan mengenai jaminan dan kepastian terpenuhinya hak-hak konsumen.

Pada Pasal 4 ayat (8) UUPK mengatur mengenai hak konsumen terkait ganti rugi apabila barang/jasa tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.¹⁸ Dalam pasal tersebut terdapat keambiguan norma dalam kata “tidak sebagaimana mestinya”, pada kata tersebut tidak dijelaskan mengenai bentuk barang/jasa yang dapat digolongkan menjadi tidak sebagaimana mestinya itu yang seperti apa dan bagaimana spesifikasinya. Dan pada ayat tersebut terkait pemberian kompensasi ganti rugi juga tidak disebutkan dalam bentuk apa pengembaliannya. Pada dasarnya UUPK lebih cenderung mengatur tentang hak, kewajiban, tanggung jawab, dan penyelesaian sengketa pihak-pihak dalam perdagangan secara konvensional.

¹⁸ Lihat Pasal 4 ayat (8) UUPK

Hal itu yang menjadi dasar masih kurangnya perlindungan bagi konsumen dalam transaksi secara *online*.

Dengan adanya keambiguan kata serta kurangnya penjelasan yang detail dalam ayat tersebut menjadikan pelaku usaha atau pihak ketiga sebagai penyedia jasa bertindak sewenang-wenang. Keambiguan tersebut juga menyebabkan konsumen mengalami kerugian dengan 2 (dua) persoalan, yang pertama terkait ketidaksesuaian akan barang yang dibeli dan yang kedua dalam hal meminta ganti kerugian tetapi malah diberi ganti rugi yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Pada dasarnya UUPK belum bisa mengakomodir kepentingan konsumen dalam transaksi jual beli *online*, namun dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang kini telah berubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut dengan UU ITE), Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut dengan PP PSTE) , dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut dengan PP PMSE), maka kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan para pihak lainnya yang terkait dengan transaksi jual beli *online* diharapkan dapat terlindungi.

Melihat dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka apakah pemberian kompensasi ganti rugi berupa voucher itu dibenarkan dan bagaimana bentuk perlindungan hukum yang seharusnya diterima oleh

konsumen atas ketidaksesuaian barang dalam transaksi jual beli *online* melalui Tiktok *Shop*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pemberian kompensasi ganti rugi (*refund*) berupa voucher itu dibenarkan dalam transaksi jual beli *online* melalui Tiktok *Shop* ?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* melalui Tiktok *Shop* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menelaah terkait pemberian ganti rugi kepada konsumen berupa voucher itu dibenarkan atau tidak dalam transaksi jual beli *online* melalui Tiktok *Shop*.
2. Untuk menelaah bentuk perlindungan hukum yang tepat bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* melalui Tiktok *Shop*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pengembangan pengetahuan hukum dalam hal perlindungan konsumen. Dan dapat memberikan pemikiran dan pemahaman baru terkait pentingnya perlindungan bagi konsumen.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

- a. Bagi pelaku usaha, diharapkan untuk mengetahui hak-hak yang harus diperoleh konsumen saat melangsungkan transaksi jual beli *online*.
- b. Bagi konsumen, diharapkan untuk lebih berhati-hati untuk melakukan transaksi jual beli *online*.

1.5 Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bahwasannya penelitian yang meneliti tentang **“Perlindungan Hukum Atas Kerugian Yang Dialami Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Tiktok Shop”** belum pernah di teliti oleh penelitian lain. Oleh karenanya akan disertakan beberapa penelitian yang mempunyai kemiripan, dengan demikian akan disertakan sebagian bukti bahwasannya penelitian ini belum pernah dikaji sebagai bahan penelitian, berikut adalah beberapa penelitian yang mempunyai kemiripan, diantaranya:

Tabel 1
Keaslian Penulisan

No.	Judul Karya Tulis Ilmiah	Nama	Institusi	Fokus Pembahasan	Kesimpulan
1.	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Jual Beli Melalui Grab Toko	Sri Ayu Nurhasanah	Fakultas Hukum Universitas Trunojoyo Madura 2022	Penelitian ini membahas mengenai apakah dalil penipuan bisa menjadi alasan untuk meminta ganti rugi dan pihak yang harus bertanggungjawab atas kerugian yang dialami konsumen dalam Grab Toko.	Dalam kasus konsumen pada Grab Toko ini menyatakan bahwa penipuan dapat dijadikan sebagai alasan untuk konsumen bisa mendapatkan ganti rugi dan pihak yang bertanggungjawab dalam kasus ini adalah pengelola pada Grab Toko.
2.	Perlindungan Hak-Hak Konsumen Transaksi Jual Beli <i>Online</i> Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perspektif Indonesia.	Solikhin	Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014	Penelitian ini membahas mengenai perbandingan jaminan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam perspektif hukum islam dan hukum positif.	Dalam kasus yang dijelaskan dalam penelitian ini menyatakan bahwa produsen atau pelaku usaha telah melanggar hak konsumen dengan tidak menerapkan ketentuan hukum yang ada baik dalam hukum islam maupun hukum konvensional.
3.	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Lazada (Situs Jual Beli <i>Online</i>) di	Ricardo Farera	Fakultas Hukum Universitas Islam Riau Pekanbaru 2020	Penelitian ini membahas mengenai bentuk perlindungan hukum konsumen dan hambatan konsumen Lazada	Hak konsumen dalam melakukan transaksi <i>online</i> lazada tidak terpenuhi karena tidak saling mengenal antara pelaku usaha dan

	Pekanbaru			di Pekanbaru	konsumen. Serta hambatan bagi pihak konsumen dalam menuntut kerugian itu prosesnya cukup panjang.
4.	Perlindungan konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet Dengan Sistem Pembayaran Melalui Rekening Bersama (studi kasus www.kaskus.co.id)	Edward Rizki	Fakultas Hukum Universitas Esa Unggul Jakarta 2013	Penelitian ini membahas mengenai bentuk hubungan hukum yang muncul antara pemilik rekening bersama dengan konsumen dan mengetahui bagaimana peran rekening bersama dalam melindungi konsumen sebagai pihak yang melakukan transaksi jual beli melalui forum internet www.kaskus.co.id	Penggunaan rekening bersama berperan dalam menjamin hak – hak yang dimiliki baik oleh penjual sebagai pelaku usaha dan konsumen. Dengan demikian penjual dapat terjamin haknya untuk mendapatkan pembayaran karena barang baru dikirimkan oleh penjual kepada konsumen setelah mendapatkan pemberitahuan dari pemilik rekening bersama bahwa dana dari konsumen telah ada di rekening bersama.

Yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dimana penelitian pertama lebih fokus kepada dalil penipuan yang dapat dijadikan suatu alasan untuk bisa mendapatkan ganti rugi serta pihak yang bertanggungjawab atas penipuan yang dialami konsumen dalam Grab Toko, penelitian kedua lebih fokus membandingkan bentuk perlindungan bagi konsumen dalam Hukum Positif dengan Hukum Islam, penelitian ketiga lebih fokus membahas mengenai faktor dan hambatan yang dialami konsumen

Lazada di Pekanbaru, penelitian keempat membahas mengenai hubungan hukum dan jaminan saat menggunakan rekening bersama dalam jual beli elektronik.

Sedangkan penelitian ini mendeskripsikan contoh kasus yang timbul pada saat melakukan transaksi jual beli *online* melalui Tiktok *Shop* terkait ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen serta membahas mengenai permasalahan pemberian *refund* berupa voucher yang tidak bisa diuangkan. Dan dalam penelitian ini juga membahas permasalahan di lingkup perdagangan serta menjelaskan kedudukan undang-undang saat ini dalam memberi perlindungan hukum baik secara preventif maupun represif terhadap konsumen yang dirugikan saat melakukan transaksi jual beli *online*.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian normatif. Metode penelitian normatif yaitu meneliti hukum dari sudut pandang internal dengan norma hukum sebagai pokok penelitian. Dengan demikian kesenjangan internal antar norma dijelaskan melalui pendekatan normatif dengan perspektif internal. Ilmu hukum normatif mempunyai tugas pokok untuk mengarahkan, menganalisis, mensistematisasi, menginterpretasi dan menilai hukum positif.¹⁹

¹⁹ Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, Jakarta, Prenada Media Group, 2016, hlm. 12.

Fungsi dari penelitian hukum normatif yaitu memberikan argumentasi yuridis saat terjadi kekosongan, kekaburan dan konflik norma. Selain itu, penelitian hukum normatif juga mempunyai peran untuk menguatkan aspek penting yurisprudensi sebagai keilmuan hukum yang bersifat *sui generis* (ilmu jenis sendiri).²⁰ Untuk dapat melakukan penelitian normatif akan sangat diperlukan bahan hukum untuk dapat memperjelas maksud dari ketentuan-ketentuan yang mengatur perihal **“Perlindungan Hukum Atas Kerugian Yang Dialami Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Tiktok Shop”**.

1.6.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan untuk penelitian ini dilakukan dengan mengkaji semua peraturan perundang-undangan serta regulasi yang terkait dengan isu hukum yang akan diteliti. Sehingga pendekatan perundang-undangan digunakan untuk meneliti dan menganalisis berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai perlindungan bagi konsumen.²¹

Pendekatan perundang-undangan akan dilihat hukum sebagai suatu sistem yang tertutup yang mempunyai sifat antara lain : *Comprehensive* yaitu norma-norma hukum yang ada didalamnya terkait antara yang satu dengan yang lainnya secara logis, *All-iclusive* yaitu bahwa kumpulan norma hukum tersebut cukup mampu menampung permasalahan hukum yang ada sehingga tidak akan ada kekurangan hukum, *Systematic* yaitu

²⁰ *Ibid.*

²¹ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram, Mataram University Press, 2020, hlm.

bahwa di samping bertautan antara satu dengan yang lain norma-norma hukum tersebut juga tersusun secara sistematis.²²

1.6.3 Bahan Hukum

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer terdiri atas peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan sebagainya. Bahan hukum primer yang berkaitan dengan masalah yang diteliti antara lain :

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
2. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik; dan
4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder, yaitu berupa buku hukum, jurnal, doktrin, dan hasil penelitian hukum yang telah diteliti.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum tersier ialah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer maupun bahan hukum

²² *Ibid.*

sekunder, seperti kamus hukum, kamus bahasa, dan ensiklopedia hukum.²³

1.6.4 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan adalah studi kepustakaan. Studi pustaka (*bibliography study*) adalah pengakjian informasi tertulis mengenai hukum yang berasal dari berbagai sumber dan dipublikasikan secara luas serta dibutuhkan dalam penelitian hukum normatif.²⁴

Teknik pengumpulan ini didasarkan pada identifikasi melalui norma-norma yang terdapat dalam hukum positif atau teori-teori yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini. Bahan hukum yang dijadikan studi pustaka dalam penelitian ini dikaji dari buku, jurnal ilmiah atau dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Selanjutnya akan dilakukan analisa lebih lanjut guna mendapatkan jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini.²⁵

1.6.5 Analisa Bahan Hukum

Teknik analisa bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan metode deduktif. Metode deduktif ialah pengolahan bahan hukum dengan cara menjelaskan suatu hal yang bersifat umum ke hal yang bersifat khusus (kesimpulan). Menurut pendapat Peter Mahmud Marzuki sebagaimana silogisme yang diajarkan oleh Aristoteles bahwa, “Penggunaan metode deduksi berpangkal dari pengajuan premis mayor

²³ *Ibid*, hlm. 61

²⁴ *Ibid*, hlm. 65.

²⁵ Bachtiar, *Mendesain Penelitian Hukum*, Yogyakarta, Budi Utama, 2021, hlm. 139.

(pernyataan yang bersifat umum), kemudian diajukan premis minor (bersifat khusus), dari 2 (dua) premis tersebut akhirnya dapat ditarik suatu kesimpulan atau *conclusion* “: Yang berkaitan dengan bentuk perlindungan hukum yang tepat serta pihak mana yang harus bertanggungjawab atas kerugian yang dialami para konsumen yang melakukan belanja *online* melalui *platform* Tiktok *Shop*.²⁶

²⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2005, hlm. 89.