

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan khususnya dalam dunia usaha. Pada umumnya pelaku usaha menawarkan barang dagangannya secara langsung, namun di era digital ini penawaran tidak hanya dilakukan secara langsung tetapi juga dapat dilakukan melalui e-commerce. Untuk menaungi kemajuan dalam sistem perdagangan ini, Indonesia mengeluarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE). Kemudian dikeluarkan pula peraturan turunannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (yang selanjutnya disebut PP PSTE).

Seiring berkembangnya teknologi, media sosial saat ini juga dapat digunakan sebagai tempat pembelian online, salah satu contoh media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat penjualan yaitu Tiktok. Tiktok merupakan sebuah aplikasi dari negeri China yang dikembangkan oleh perusahaan di China yaitu Bytedance.<sup>1</sup> Aplikasi Tiktok merupakan platform video pendek yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dalam bentuk video pendek, kemudian video pendek tersebut dapat dibagikan ke semua pengguna Tiktok di seluruh dunia. Pada awal tahun 2025, pemilik akun Tiktok mencapai 1,59 miliar

---

<sup>1</sup> Gusti Ayu Putu Ganish Savitri, "Pengaruh Tingkat Social Media Engagement Pada Akun Tiktok @avoskinbeauty Terhadap Minat Beli Produk Avoskin" (Atma Jaya Yogyakarta, 2023).

pengguna global dan seluruh akun yang terdaftar di dalam aplikasi Tiktok dilengkapi dengan perjanjian berupa *terms of service* yang perlu disetujui ketika mendaftarkan akun.<sup>2</sup>

Pada awalnya Tiktok hanya memiliki fitur pembuatan video pendek. Namun saat ini Tiktok memiliki beberapa fitur lainnya, seperti *duet*, *stitch*, *filter*, *live* hingga *Tiktok Shop*. Salah satu fiturnya yang menonjol dalam aplikasi Tiktok yaitu Tiktok Shop. Tiktok Shop merupakan fitur dalam aplikasi Tiktok yang memungkinkan pengguna dan pembuat konten untuk mempromosikan dan menjual produk serta melakukan pembelian. Selain Tiktok shop, pelaku usaha juga memanfaatkan fitur lain untuk memperjualbelikan dagangan, yaitu dengan menggunakan fitur live. Fitur live banyak diminati lantaran dilakukan dengan cara menawarkan produk pada waktu sebenarnya (*real time*) sehingga konsumen dapat bertanya dan pelaku usaha juga dapat langsung menjawabnya.<sup>3</sup> Host dalam live streaming tersebut akan menjelaskan secara detail produk demi menarik konsumen untuk berbelanja di Tiktok shop.

Adanya fitur live pada aplikasi Tiktok ini membuat pelaku usaha memiliki daya tarik yang dapat membuat para konsumen berlama-lama menyaksikan live tersebut.<sup>4</sup> Hal ini dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha lantaran pelaku

---

<sup>2</sup> Daniel Slotta, "Tiktok - Statistics & Facts," Statista, 2025, <https://www.statista.com/topics/6077/Tiktok/#topicOverview>.

<sup>3</sup> Firda Rona Hafizhoh, Rayhan Gunaningrat, and Khabib Alia Akhmad, "Potongan Harga, Live Streaming, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop," *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis* 2, no. 3 (2023): 204–19, <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2023>.

<sup>4</sup> Hellen Juliana, "Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop," *Sinomika Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi* 1, no. 6 (2023): 1517–38, <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>.

usaha tidak perlu menyewa lahan di pasar ataupun pertokoan. Pelaku usaha hanya perlu menayangkan serta menjelaskan spesifikasi barang dagangannya pada fitur live tersebut. Manfaat ini tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha, konsumen sebagai target penjualan juga merasakan manfaat dari adanya live ini. Konsumen dapat langsung menanyakan pada kolom komentar live mengenai hal-hal yang perlu diketahuinya sebelum akhirnya membeli produk yang diperjualbelikan. Hal ini dapat meminimalisir kesalahan dalam memberi barang yang diinginkan.<sup>5</sup> Dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, membuat pelaku usaha mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dibandingkan berjualan secara langsung di toko ataupun pasar.

Pada tanggal 30 Agustus 2025 terjadi unjuk rasa yang berujung kericuhan dan disiarkan secara live pada aplikasi Tiktok oleh pengguna yang tidak bertanggung jawab. Dengan adanya aksi unjuk rasa yang disiarkan secara live pada aplikasi Tiktok dan berujung kericuhan ini, perusahaan mengambil langkah tegas untuk menonaktifkan fitur live bagi seluruh pemilik akun Tiktok, baik yang melakukan pelanggaran maupun yang tidak melakukan pelanggaran. Terlebih lagi Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Digital (Selanjutnya disebut Komdigi) menegaskan bahwa penonaktifan ini bukanlah arahan atau instruksi dari pemerintah melainkan inisiatif Tiktok sendiri.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Nurul Istifadhoh, Irdatul Wardah, and Triyas Stikoma, "Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint," *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, no. 2 (2022): 147–52, <http://dx.doi.org/10.36257/aps.vxi.xpp147-152>.

<sup>6</sup> Komdigi, "Awat Hoaks! Fitur Tiktok Live Dinonaktifkan Komdigi," *Berita Komdigi*, 2025, <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-komdigi/detail/awas-hoaks-fitur-Tiktok-live-dinonaktifkan-komdigi>.

Penonaktifan fitur live Tiktok ini membuat pelaku usaha merasakan kerugian, lantaran telah banyak pelaku usaha yang memanfaatkan fitur live Tiktok sebagai kanal utama pemasarannya. Tidak diaktifkannya fitur live membuat pelaku usaha kesulitan untuk berinteraksi dengan konsumen secara langsung seperti sediakala.<sup>7</sup> Hal ini tentunya membuat pendapatan pelaku usaha menurun, serta momentum untuk membuat strategi pemasaran menjadi kurang efektif. Sehingga penonaktifan ini tidak hanya berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha tetapi juga hubungan dan interaksi dengan pelanggan yang telah dibangun selama ini.

Selain kerugian yang dialami oleh pelaku usaha, konsumen juga merasakan kerugian, yaitu dengan menghilangnya potongan harga yang biasa diberikan oleh pelaku usaha dalam live. Konsumen juga tidak dapat mengetahui produk yang akan dibelinya dengan cermat karena hanya dapat melihat dari foto katalog yang disajikan dan tidak dapat bertanya secara langsung kepada pelaku usaha. Penonaktifan ini juga berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan konsumen, baik kepada pelaku usaha maupun platform Tiktok.<sup>8</sup>

Peraturan di Indonesia telah mengatur perlindungan bagi pelaku usaha jauh sebelum adanya kejadian ini, peraturan tersebut yaitu:

- a. Pasal 40 Undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Yang mengatur bahwa pemerintah yang dapat melakukan pencegahan untuk melindungi kepentingan umum, pencegahan tersebut dapat

---

<sup>7</sup> Herlina Octaviani Pratiwi and Saepudin Kanda S Ageng, "Dampak Ketidak Aktifan Tiktokshop Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia Terhadap Penjualan Terutama Customkids," *Jurnal Manajemen Riset Inovasi* 2, no. 2 (2024): 22–29, <https://doi.org/10.55606/mri.v2i2.2458>.

<sup>8</sup> *Ibid.*, 28.

berupa pemutusan akses oleh pemerintah ataupun oleh Penyelenggara Sistem Elektronik (selanjutnya disebut dengan PSE) yang tentunya dengan arahan pemerintah.<sup>9</sup> Maka berdasarkan Pasal dalam undang-undang tersebut pemerintah yang berwenang melakukan pemutusan tersebut apabila ada keadaan yang memaksa. Berbeda dengan yang terjadi dalam penonaktifan fitur live Tiktok ini yang dilakukan atas inisiatif Tiktok sendiri.

- b. Pasal 30 Peraturan Menteri perdagangan nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan ini juga memperjelas bahwa pemutusan akses terhadap iklan elektronik yang melanggar undang-undang merupakan kewenangan dari Direktorat Jendral Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dan tidak diberikan kebebasan kepada PSE untuk menindaklanjutinya.<sup>10</sup>

- c. Pasal 95 dan 96 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.

Pasal demi pasal ini juga menjelaskan bahwa PSE dapat melakukan pemutusan akses namun dengan arahan pemerintah.<sup>11</sup> Dalam hal ini

---

<sup>9</sup> Pemerintah Pusat, “Undang-Undang (UU) Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” Pub. L. No. 19 (2016), <https://peraturan.bpk.go.id/Details/37582/uu-no-19-tahun-2016>.

<sup>10</sup> Menteri Perdagangan, “Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik,” Pub. L. No. 31 (2023), <https://peraturan.bpk.go.id/Details/265202/permendag-no-31-tahun-2023>.

<sup>11</sup> Sekretariat Negara, “Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik,” *Media Hukum* 7, no. 2 (2019): 70.

Tiktok tidak mendapatkan arahan dari pemerintah melainkan berdasarkan inisiatif sendiri.

- d. Pasal 13 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 Tentang PSE Lingkup Privat.

Menjelaskan bahwa PSE dapat memutuskan akses hanya bagi pengguna sistem elektronik yang melanggar sesuai ketentuan Pasal-Pasal sebelumnya dalam Peraturan ini.<sup>12</sup>

Hal tersebut menunjukkan bahwa penonaktifan fitur live tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis penggunaan platform, tetapi juga menimbulkan persoalan hukum dalam hubungan antara platform digital dengan pengguna yang memanfaatkan layanan tersebut untuk kegiatan usaha.<sup>13</sup> Dalam hubungan hukum tersebut, Tiktok berkedudukan sebagai penyelenggara sistem elektronik, sedangkan pelaku usaha dan konsumen merupakan pihak yang menggunakan sistem elektronik untuk melakukan transaksi perdagangan. Hubungan antara para pihak tersebut lahir melalui persetujuan atas *terms of service* yang disediakan oleh platform pada saat pembuatan akun, sehingga hak dan kewajiban masing-masing pihak pada dasarnya tunduk pada ketentuan yang telah ditetapkan oleh penyelenggara platform.<sup>14</sup> Namun kewenangan platform dalam mengatur layanan tetap perlu dikaji dengan memperhatikan prinsip perlindungan hukum bagi para pihak yang terikat dalam penggunaan layanan tersebut.

---

<sup>12</sup> Menteri Komunikasi, Informatika, and Republik Indonesia, “Peraturan Menti Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat,” no. 1376 (2020).

<sup>13</sup> Rintho Rante Rerung, *E-Commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

<sup>14</sup> Tiktok, “Terms of Service,” 2026, <https://www.Tiktok.com/legal/page/us/terms-of-service/en>.

Kebijakan penonaktifan ini juga memperlihatkan adanya pergeseran fungsi media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan sekarang menjadi bagian dari ekosistem perdagangan digital. Perubahan fungsi tersebut menyebabkan hubungan hukum yang terjadi di dalam platform tidak lagi hanya melibatkan penyelenggara dan pengguna biasa, tetapi juga melibatkan pelaku usaha dan konsumen dalam suatu transaksi elektronik. Dengan demikian, kebijakan yang diambil oleh platform terhadap salah satu fitur yang menunjang transaksi dapat menimbulkan implikasi hukum yang lebih luas, baik terhadap keberlangsungan usaha maupun terhadap kepastian hukum dalam kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah tindakan penonaktifan oleh platform Tiktok terhadap akun pelaku usaha itu sudah tepat?
2. Bagaimana tanggung jawab platform terhadap kerugian pelaku usaha atas penonaktifan sementara fitur live Tiktok?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dasar hukum penonaktifan fitur live oleh platform Tiktok terhadap seluruh akun pengguna.
2. Untuk mengkaji pertanggungjawaban yang harus diberikan oleh platform terhadap kerugian pelaku usaha atas penonaktifan sementara fitur live Tiktok.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis:

1. Diharapkan dapat menjadi masukan dalam perkembangan ilmu hukum bisnis, terlebih lagi yang berhubungan dengan perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang menjalankan usahanya dengan memanfaatkan sistem elektronik.
2. Diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dalam memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha atas penonaktifan fitur dalam sebuah aplikasi tanpa adanya prosedur yang tepat.

b. Secara Praktis:

1. Diharapkan dapat dijadikan pertimbangan baik bagi penyedia sistem elektronik dalam mengambil tindakan yang berisiko menyebabkan kerugian bagi pelaku usaha maupun konsumen.
2. Dapat dijadikan pertimbangan bagi pemerintah dalam menyelesaikan masalah penonaktifan fitur secara sepihak yang dapat merugikan pelaku usaha.

## 1.5 Keaslian Penelitian

Tabel 1

Keaslian Penelitian

| No. | Judul Penelitian Sebelumnya | Rumusan Masalah Penelitian Sebelumnya | Isu Hukum Penelitian Sebelumnya | Perbedaan Dengan Tugas Akhir Yang Diusulkan |
|-----|-----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------|
|-----|-----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------|

|    |                                                                                                            |                                                                                                                                                   |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                               |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli elektronik melalui aplikasi Tiktok          | Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli di Tiktok shop?                                                       | Perlindungan hukum bagi konsumen dalam e-commerce                                                           | Penelitian ini berfokus pada konsumen, sedangkan tugas akhir yang diusulkan meneliti perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang dirugikan akibat penonaktifan sementara fitur live Tiktok.                                     |
| 2. | Perlindungan hukum terhadap data konsumen dalam transaksi jual beli online pada platform Tiktok Shop       | Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi marketplace Tiktok Shop ditinjau dari hukum perlindungan konsumen di Indonesia? | Optimalisasi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi di Tiktok Shop.                           | Penelitian sebelumnya berfokus pada perlindungan hukum bagi konsumen, sedangkan penelitian ini berfokus pada perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang ada dalam platform Tiktok                                              |
| 3. | Politik Hukum Perdagangan Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Sarana Media Promosi Produk UMKM di Indonesia | Bagaimana regulasi dan politik hukum mengatur penggunaan Tiktok untuk promosi UMKM?                                                               | Regulasi e-commerce, perlindungan konsumen, keamanan data, dan transparansi informasi dalam promosi produk. | Penelitian terdahulu menitikberatkan pada politik hukum promosi UMKM melalui Tiktok, sementara penelitian ini khusus membahas penonaktifan fitur live dan perlindungan hukum pelaku usaha digital terkait kebijakan platform. |

Sumber: Penelusuran online dari penelitian di beberapa Universitas di Indonesia

Penelitian terdahulu lebih fokus pada pertanggungjawaban penyedia layanan digital terhadap aktivitas perdagangan di aplikasinya. Kefokusannya terletak pada platformnya tanpa menganalisis kerugian dan perlindungan bagi pengguna layanan. Berbeda dengan penelitian ini yang menjadikan pengguna layanan baik pelaku usaha maupun konsumen sebagai pihak yang dirugikan atas kebijakan platform secara sepihak.

## **1.6 Metode Penelitian**

Penelitian hukum merupakan suatu langkah yang harus ditempuh untuk menemukan aturan hukum. Langkah-langkah ini dilakukan untuk menemukan aturan hukum yang benar berdasarkan norma dan kaidah hukum yang telah berlaku di masyarakat.

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah yuridis normatif, penelitian hukum secara normatif adalah proses untuk meneliti dan mengkaji mengenai hukum yang dianggap sebagai norma, aturan, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum dan kepustakaan lainnya untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti. Jenis penelitian ini fokus utamanya yaitu adanya norma yang berupa perintah ataupun larangan yang bertentangan dengan prinsip hukum yang seharusnya diterapkan pada permasalahan dalam penelitian ini.<sup>15</sup>

### **1.6.2 Metode Pendekatan**

Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Artinya dilakukan dengan cara menelaah

---

<sup>15</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2021).

semua peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan hukum yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Pendekatan Perundang-undangan tidak hanya melihat pada bentuk peraturannya saja tetapi juga menelaah materi muatannya serta dasar lahirnya undang-undang yang akan digunakan dalam penelitian ini.<sup>16</sup>

### 1.6.3 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan mengumpulkan bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang memiliki otoritas dan dasar legitimasi yang jelas, sedangkan bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi.<sup>17</sup> Semua bahan hukum tersebut yang akan digunakan sebagai acuan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1) Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer yang akan digunakan sebagai literatur dalam penelitian ini adalah:

- a. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- c. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, 142.

<sup>17</sup> *Ibid.*, 181.

- d. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi.
- e. Peraturan Menteri perdagangan nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- f. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 Tentang PSE Lingkup Privat.
- g. Putusan Mahkamah Konstitusi No. 81/PUU-XVIII/2020 tentang Pengujian UU No.19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

## 2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan penjelasan terkait bahan hukum primer, menjelaskan mengenai pandangan, prinsip-prinsip dasar berdasarkan pendapat para ahli. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

- a. Pendapat para ahli tentang perdagangan melalui sistem elektronik.
- b. Jurnal hukum, laporan hukum, media cetak maupun elektronik tentang perdagangan melalui sistem elektronik.

### 1.6.4 Analisa Bahan Hukum

Penelitian ini menggunakan pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*) untuk mengidentifikasi dan menganalisis peraturan hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi pelaku usaha atas penonaktifan fitur live Tiktok dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. Tujuannya untuk

memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai dasar hukum untuk kepentingan penelitian ini.