



Analisa yuridis putusan mahkamah konstitusi tentang ambang batas pencalonan kepala daerah terhadap demokrasi di Indonesia (Studi putusan MK No. 60/PUU-XXII/2024)

Fameriah Harefa¹, Irmanjaya Thaher²

^{1,2}Universitas Esa Unggul

¹harefafemi@student.esaunggul.ac.id, ²irman.jaya@esaunggul.ac.id

Info Artikel :

Diterima :

25 Mei 2025

Disetujui :

18 Juni 2025

Dipublikasikan :

14 Juli 2025

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong pertumbuhan platform e-commerce, termasuk TikTok Shop sebagai salah satu media sosial yang merambah sektor perdagangan daring. Fenomena ini menimbulkan dinamika baru dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang bertransaksi secara daring. Dalam konteks ini, muncul pertanyaan mengenai sejauh mana negara bertanggung jawab dalam menjamin perlindungan hukum bagi konsumen terhadap potensi kerugian yang timbul dalam transaksi melalui platform tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis tanggung jawab negara dalam menjamin perlindungan hukum konsumen TikTok Shop berdasarkan perspektif Hukum Tata Negara, khususnya prinsip negara hukum (*rechtsstaat*) dan kewajiban negara dalam melindungi warga negaranya. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta prinsip-prinsip konstitusional dalam UUD NRI 1945. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perlindungan hukum konsumen TikTok Shop tidak hanya menjadi tanggung jawab pelaku usaha dan platform digital, tetapi juga menjadi bagian dari tanggung jawab negara dalam menjamin kepastian hukum dan perlindungan hak-hak warga negara dalam ekosistem digital yang semakin berkembang

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, TikTok Shop, Hukum Tata Negara, Tanggung Jawab Negara, E-commerce.

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has significantly driven the growth of e-commerce platforms, including TikTok Shop, which has evolved from a social media platform into an online trading hub. This phenomenon has created new dynamics in the relationship between business actors and consumers who engage in digital transactions. In this context, a critical question arises regarding the extent of the state's responsibility in ensuring legal protection for consumers against potential losses arising from transactions conducted through such platforms. This study aims to analyze the responsibility of the state in guaranteeing legal protection for TikTok Shop consumers from the perspective of Constitutional Law, particularly the principles of the rule of law (rechtsstaat) and the state's constitutional obligation to protect its citizens. This research employs a normative juridical method with statutory and conceptual approaches, focusing on the Law on Electronic Information and Transactions, and the constitutional principles outlined in the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia (UUD NRI 1945). The conclusion of this study indicates that legal protection for TikTok Shop consumers is not solely the responsibility of business actors and digital platforms, but is also a part of the state's duty to ensure legal certainty and protect the rights of citizens within an increasingly complex digital ecosystem.

Keywords : Consumer Protection, TikTok Shop, Constitutional Law, State Responsibility, E-commerce.



©2025 Fameriah Harefa, Irmanjaya Thaher. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Transformasi digital sebagai dampak dari kemajuan teknologi informasi telah merevolusi cara manusia berinteraksi dan melakukan aktivitas ekonomi. Dalam konteks ini, fenomena social commerce muncul sebagai bentuk baru dari perdagangan digital yang memadukan fungsi media sosial dengan fitur transaksi daring secara langsung. Model ini telah menggeser paradigma perdagangan tradisional menjadi lebih interaktif, instan, dan berbasis konten visual. Salah satu contoh nyata dari implementasi

social commerce adalah TikTok Shop, sebuah fitur dalam aplikasi TikTok yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian langsung dari konten video yang ditampilkan. Dengan menggabungkan hiburan dan transaksi secara simultan, TikTok Shop telah menciptakan ekosistem belanja digital yang dinamis, sekaligus menjadi kekuatan ekonomi baru yang memengaruhi pola konsumsi masyarakat Indonesia.¹

Data dari Katadata Insight Center² mengungkapkan bahwa 86% pengguna TikTok pernah melakukan transaksi di TikTok Shop, dengan total nilai transaksi menembus angka Rp20 triliun dalam satu tahun.³ Fenomena ini menunjukkan tingginya penetrasi TikTok Shop dalam kehidupan digital masyarakat, terutama generasi muda berusia 18–35 tahun. Namun, di balik laju pertumbuhan tersebut, muncul berbagai persoalan hukum yang belum sepenuhnya terakomodasi oleh regulasi yang ada. Laporan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) tahun 2023 mencatat peningkatan signifikan pengaduan konsumen hingga 42,5%, di mana TikTok Shop menjadi salah satu platform dengan tingkat pengaduan tertinggi.⁴ Permasalahan yang sering muncul mencakup ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, kebijakan pengembalian barang yang tidak jelas, hingga tidak tersedianya kanal pengaduan yang memadai. Praktik semacam ini secara langsung bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya terkait hak atas informasi yang benar dan perlakuan yang adil bagi konsumen.

Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha di TikTok Shop tidak mencantumkan identitas hukum secara jelas, menyamarkan informasi tentang kebijakan refund, bahkan mengabaikan prinsip tanggung jawab hukum terhadap konsumen. Penelitian oleh Ente⁵ menunjukkan bahwa kebijakan pengembalian produk TikTok Shop menyimpang dari prinsip transparansi dan akuntabilitas sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 4 dan Pasal 7 UUPK. Situasi ini mengindikasikan terjadinya deviasi antara norma hukum yang berlaku dan praktik ekonomi digital yang berjalan di lapangan. Ketimpangan ini tidak hanya berdampak pada perlindungan konsumen sebagai pihak yang rentan dalam hubungan kontraktual, tetapi juga menimbulkan kekosongan hukum dalam pengaturan transaksi digital lintas platform yang semakin kompleks.⁶

Sebagai bentuk respons terhadap situasi tersebut, pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023 yang merevisi Permendag No. 50 Tahun 2020. Regulasi ini melarang integrasi antara media sosial dan aktivitas perdagangan dalam satu platform sebagai upaya untuk menghindari praktik predatory pricing dan melindungi pelaku UMKM.⁷ Namun, kebijakan ini dinilai belum menyentuh akar persoalan, terutama mengenai substansi perlindungan konsumen digital.⁸ Hambatan yuridis dan kelembagaan dalam pelaksanaan perlindungan hukum konsumen masih menjadi masalah serius, terlebih dalam konteks sistem hukum Indonesia yang belum sepenuhnya adaptif terhadap karakteristik perdagangan berbasis teknologi dan media sosial.

¹ Desi Sommaliagustina, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen E-Commerce Di Indonesia,” *Journal Equitable* 3, no. 2 (2018): 47–58.

² Katadata Insight Center, “Laporan Transaksi TikTok Shop Di Indonesia” (Katadata Insight Center Report, 2023).

³ Jundata Mela Aufani, Yandri Radhi Anadi, and M Fahrudin Andriyansyah, “Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Tiktok Shop Di Indonesia,” *Dinamika* 30, no. 1 (2024): 9475–94.

⁴ Rita Defriza, “Consumer Protection in TikTok Shop Sale Transactions Based on Law Number 8 of 1999,” *Justisi* 11, no. 1 (2025): 163–73, <https://doi.org/10.33506/js.v11i1.3522>.

⁵ Haikal Fikri Ente, “Analisis Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Kebijakan Refund Produk Dalam Platform E-Commerce TikTok Shop,” *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah* 2, no. 1 (2025): 22–32, <https://doi.org/10.62335/z8xpnw19>.

⁶ Vania Bernika Krisna and Made Aditya Pramana Putra, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Online Di E-Commerce,” *Kertha Wicara* 14, no. 5 (2025): 255–63, <https://doi.org/10.24843/KW.2025.v14.i05.p4>.

⁷ Elsa Libella, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Daring Melalui Media Sosial TikTok (TikTok Shop)” (Universitas Jember, 2023).

⁸ Irmanjaya Thaher, *Strategi Menghadapi Belt And Road Initiative China (Optimalisasi Regulasi Kerja Sama Indonesia-China)* (CV Widina Media Utama, 2022); Rindhi Putri Sartika and Nadia Maharani, “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online TikTok Shop Baju Wanita Di Indonesia,” *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisipliner* 8, no. 7 (2024).

Permasalahan lain yang memperparah kondisi ini adalah rendahnya literasi hukum digital di kalangan pengguna TikTok Shop. Survei Populix (Tira et al., 2023) menunjukkan bahwa mayoritas pengguna TikTok Shop berasal dari kelompok usia muda yang akrab dengan teknologi namun belum memahami secara menyeluruh hak-hak hukumnya sebagai konsumen. Hal ini berdampak pada minimnya upaya hukum yang ditempuh oleh konsumen ketika mengalami kerugian, baik melalui jalur litigasi maupun non-litigasi seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Di sisi lain, meskipun secara teori transaksi di TikTok Shop memenuhi unsur perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdara, banyak aspek penting seperti identitas para pihak dan dokumen perjanjian tidak dapat diverifikasi secara memadai. Ini menimbulkan pertanyaan serius terkait validitas hukum perjanjian elektronik yang dilakukan melalui platform media sosial.⁹

Dalam perspektif Hukum Tata Negara, persoalan perlindungan konsumen dalam transaksi digital seperti TikTok Shop bukan hanya isu teknis perdata, tetapi juga berkaitan dengan tanggung jawab konstitusional negara untuk melindungi warganya. Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa setiap orang berhak atas jaminan kepastian hukum yang adil. Ini menegaskan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen bukanlah pilihan, melainkan kewajiban negara dalam menjamin keberadaan hukum yang efektif dan dapat diakses oleh seluruh warga negara. Lebih dari itu, Pasal 1 ayat (3) UUD 1945 menyatakan bahwa Indonesia adalah negara hukum. Konsekuensinya, setiap aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam ruang digital, harus tunduk pada sistem hukum yang menjamin keadilan dan melindungi hak-hak warga negara.¹⁰ Ketika negara belum mampu mengatur secara tuntas interaksi hukum dalam transaksi digital, maka dapat muncul potensi pelanggaran terhadap prinsip negara hukum itu sendiri. Dalam konteks ini, peran negara sangat penting tidak hanya dalam pembentukan norma hukum, tetapi juga dalam pelaksanaan fungsi pengawasan dan penegakan hukum yang efektif dan berpihak pada konsumen sebagai pihak yang lebih lemah secara struktural dan ekonomi.

Melihat kompleksitas tersebut, penting untuk melakukan kajian hukum yang komprehensif terhadap perlindungan konsumen dalam praktik social commerce, khususnya melalui TikTok Shop di Indonesia. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menelaah sejauh mana tanggung jawab negara dalam menjamin perlindungan hukum bagi konsumen TikTok Shop dan mengidentifikasi hambatan yuridis serta kelembagaan yang ada dalam perspektif Hukum Tata Negara dan Hukum Cyber. Dalam konteks ini, pendekatan normatif yang mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, teknologi, dan konstitusional menjadi sangat relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan sistem perlindungan hukum konsumen yang responsif dan adaptif di era digital, serta mendukung upaya pemerintah dalam menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan berkelanjutan. Sebagai konsekuensi dari pesatnya perkembangan perdagangan digital melalui platform media sosial, muncul berbagai persoalan hukum yang menuntut kajian mendalam terkait efektivitas perlindungan konsumen. Untuk itu, penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk tanggung jawab negara dalam menjamin perlindungan hukum konsumen TikTok Shop ?
2. Apa saja hambatan yuridis dan institusional dalam perlindungan konsumen digital dalam perspektif Hukum Tata Negara dan Hukum Cyber ?

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian hukum normatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menelaah asas, norma, serta kaidah hukum positif yang berlaku dalam masyarakat (Sihombing, 2022). Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, penelitian normatif disebut juga sebagai penelitian kepustakaan (library research), karena objek yang dikaji adalah bahan hukum yang bersumber dari literatur, dokumen hukum, dan peraturan perundang-undangan. Penelitian ini tidak mengkaji fakta empiris

⁹ Rahayu Taslim Gusti and Elyana Novira, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Produk Kecantikan Yang Diiklankan Dalam Aplikasi TikTok Shop" (Universitas Bung Hatta, 2023).

¹⁰ Gusti Ayu Sandrina and I Made Dedy Priyanto, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang Yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja Tiktok Shop," *Jurnal Kertha Semaya* 11, no. 3 (2023): 487–97.

secara langsung, melainkan menganalisis bangunan sistem hukum melalui pendekatan dogmatis dan teoritis.¹¹

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan statute approach dan conceptual approach. Statute approach digunakan untuk mengkaji dan menginterpretasikan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen serta transaksi jual beli elektronik melalui platform TikTok Shop.¹² Pendekatan ini relevan untuk menilai sejauh mana ketentuan normatif mampu menjamin perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen digital. Sementara itu, conceptual approach digunakan untuk mengkaji konsep-konsep hukum seperti asas kebebasan berkontrak, prinsip itikad baik, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam ranah hukum privat. Pendekatan konseptual ini penting dalam memahami dinamika antara prinsip umum hukum perdata dan realitas baru dalam perdagangan digital (Yuliana et al., 2020).

2. Sumber Bahan Hukum

Dalam penelitian hukum normatif, sumber bahan hukum memegang peranan krusial sebagai dasar pembentukan argumentasi hukum. Menurut Peter Mahmud Marzuki, bahan hukum terdiri dari tiga jenis, yaitu bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.¹³ Bahan hukum primer merupakan bahan hukum otoritatif yang mengikat, seperti peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan. Bahan hukum sekunder adalah bahan yang menjelaskan bahan hukum primer, seperti literatur ilmiah, pendapat pakar, serta hasil penelitian sebelumnya. Sementara itu, bahan hukum tersier adalah bahan pendukung yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum dan ensiklopedia.

Penelitian ini menggunakan ketiga jenis bahan hukum tersebut secara simultan. Bahan hukum primer yang dijadikan rujukan antara lain Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 sebagai revisi dari Permendag Nomor 50 Tahun 2020 (Astuti & Pratama, 2023). Bahan hukum sekunder yang digunakan mencakup jurnal-jurnal hukum yang membahas transaksi digital, buku-buku ajar hukum perdata dan perlindungan konsumen, serta artikel ilmiah yang relevan dengan dinamika perdagangan berbasis media sosial. Sedangkan bahan hukum tersier digunakan untuk memperkuat pemahaman konseptual, khususnya dalam menjelaskan terminologi hukum dan prinsip dasar hukum kontrak.

3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian normatif dilakukan melalui studi kepustakaan (library research), yang menurut Zainuddin Ali merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data dari sumber pustaka secara sistematis, kritis, dan terarah.¹⁴ Teknik ini bertujuan untuk menelusuri, mengidentifikasi, dan menghimpun seluruh bahan hukum yang relevan dengan pokok bahasan yang dikaji. Melalui metode ini, peneliti tidak melakukan wawancara atau observasi lapangan, tetapi fokus pada interpretasi terhadap norma hukum dan literatur yang tersedia.

Dalam penelitian ini, pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan menelusuri dokumen-dokumen resmi, seperti regulasi yang diterbitkan oleh kementerian terkait (Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika), jurnal ilmiah terakreditasi nasional dan internasional, serta publikasi hukum yang tersedia dalam database ilmiah seperti SINTA, Google Scholar, HeinOnline, dan ProQuest. Selain itu, peneliti juga menggunakan laporan-laporan lembaga resmi seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Katadata Insight Center, dan Populix untuk memperkuat analisis kontekstual yang bersinggungan dengan norma hukum positif (Putri et al., 2022). Seluruh data dikumpulkan secara sistematis berdasarkan kriteria relevansi, otoritas, dan kekinian.

4. Teknik Analisis Bahan Hukum

¹¹ Johnny Ibrahim, "Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif," *Malang: Bayumedia Publishing* 57, no. 11 (2006).

¹² Zainuddin Ali, "Metode Penelitian Hukum, Sinar Grafika" (Jakarta, 2009).

¹³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Revisi (Kencana, 2019).

¹⁴ Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim, and Prasetyo Rijadi, "Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris," 2016.

Analisis bahan hukum dalam penelitian normatif dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Menurut Subekti dan Tjitrosudibyo, pendekatan deskriptif bertujuan untuk memaparkan peraturan hukum dan teori-teori hukum yang berlaku secara rinci dan sistematis.¹⁵ Sementara itu, analisis kualitatif digunakan untuk mengevaluasi dan menyusun argumentasi hukum tanpa melibatkan perhitungan numerik atau statistik. Analisis dilakukan dengan cara menginterpretasikan norma-norma hukum dan menilai kesesuaiannya dengan fakta-fakta normatif yang berkembang dalam praktik.

Dalam penelitian ini, bahan hukum yang telah dikumpulkan dianalisis untuk mengkaji ketercukupan regulasi yang ada dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop (Ramdani & Rahayu, 2021). Analisis dilakukan terhadap sinkronisasi antarperaturan, pengujian prinsip-prinsip dasar hukum kontrak, serta relevansi ketentuan hukum positif terhadap praktik transaksi berbasis media sosial. Melalui metode ini, peneliti berupaya membangun kerangka argumentasi hukum yang tidak hanya menggambarkan kondisi normatif, tetapi juga menawarkan rekomendasi solutif terhadap kekosongan dan ketidakefektifan norma dalam perlindungan konsumen digital (Hakim & Sari, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Negara dalam Hukum Tata Negara

Negara hukum (*rechtsstaat*) menempatkan negara sebagai penjamin hak dan kebebasan warga negara, termasuk dalam aspek ekonomi digital. Dalam kerangka Hukum Tata Negara, prinsip negara hukum menuntut negara untuk tidak bersifat pasif terhadap perkembangan sosial dan teknologi. Negara memiliki kewajiban konstitusional untuk memastikan bahwa warganya terlindungi dari praktik yang merugikan, termasuk dalam sektor perdagangan digital. Prinsip ini memberikan legitimasi bagi negara untuk membentuk regulasi, melakukan pengawasan, serta menegakkan hukum terhadap pelaku usaha digital yang merugikan konsumen.

Dalam hal TikTok Shop, negara melalui lembaga eksekutif dan legislatif harus mampu membentuk kerangka hukum yang tidak hanya melindungi kepentingan ekonomi nasional, tetapi juga menjamin hak-hak konsumen sebagai bagian dari hak konstitusional. Negara juga perlu memperkuat peran lembaga pengawas seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) agar mampu menjangkau dan mengawasi transaksi yang dilakukan melalui platform asing.

Dalam praktiknya, perlindungan hukum terhadap konsumen di TikTok Shop justru belum sepenuhnya terealisasi secara efektif. Kajian empiris dan laporan dari berbagai sumber, termasuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) pada tahun 2023, menunjukkan bahwa aduan konsumen yang berkaitan dengan transaksi digital terus meningkat. Pengaduan tersebut umumnya mencakup isu-isu seperti keterlambatan pengiriman, barang yang tidak sesuai deskripsi, penolakan refund secara sepihak, serta ketidakterjangkauannya fitur layanan konsumen. Banyak pelaku usaha yang tidak mencantumkan identitas hukum dengan jelas dan menyertakan syarat serta ketentuan yang tidak proporsional, yang mengakibatkan konsumen berada pada posisi lemah secara kontraktual (Andini & Fitri, 2023). Karena keterbatasan informasi, ketidaktahuan hukum, maupun minimnya saluran pengaduan (Fadila & Rahma, 2024). Oleh sebab itu, distribusi tanggung jawab antara pelaku usaha, platform, dan negara harus disusun secara adil, agar tidak menimbulkan ketimpangan yang semakin memperlemah posisi konsumen (Wulandari & Prasetyo, 2023).

Fenomena berkembangnya social commerce seperti TikTok Shop menimbulkan urgensi penguatan peran negara dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, khususnya di ruang digital yang kian kompleks. Dalam kerangka negara hukum yang berkeadilan, kehadiran negara tidak dapat bersifat netral, melainkan harus proaktif menjamin hak-hak konstitusional warga negara, termasuk dalam konteks ekonomi digital. Sebagaimana ditegaskan Thaher (2024), negara Indonesia didesain sebagai negara kesejahteraan (*welfare state*) yang memiliki kewajiban untuk hadir dan melindungi rakyatnya dari ancaman kemiskinan, ketidakadilan, dan keterbelakangan melalui pelayanan dan perlindungan sosial yang merata tanpa diskriminasi.

Tanggung Jawab Negara dalam menjamin perlindungan hukum konsumen TikTok Shop

¹⁵ R. Subekti and R. Tjitrosudibyo, *Hukum Perjanjian* (Pradnya Paramita, 2021).

Perlindungan konsumen tidak hanya dilihat dari sisi ekonomi, tetapi juga merupakan bagian dari perlindungan hak asasi manusia. Dalam Hukum Tata Negara, pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menciptakan sistem hukum yang melindungi konsumen dari praktik tidak adil, informasi yang menyesatkan, serta barang dan jasa yang tidak sesuai standar.

Negara wajib menempatkan kepentingan konsumen sebagai bagian dari kebijakan nasional, termasuk dalam pengawasan terhadap platform e-commerce seperti TikTok Shop. Dalam hal ini, negara bertindak sebagai pengatur (regulator), pelaksana (operator), dan pengawas (supervisor). Ketiga fungsi tersebut harus dijalankan secara seimbang dan konsisten. Dalam implementasinya, negara juga harus memberikan akses yang luas bagi masyarakat untuk melaporkan pelanggaran dan mendapatkan ganti rugi.

Negara memiliki tiga peran utama dalam menjamin perlindungan hukum konsumen dalam platform digital seperti TikTok Shop:

1. Sebagai Regulator Negara wajib membentuk regulasi yang jelas, komprehensif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Hal ini meliputi:
 - a. Peraturan khusus mengenai perdagangan digital, yang mencakup kewajiban transparansi pelaku usaha, perlindungan data konsumen, serta ketentuan penyelesaian sengketa.
 - b. Harmonisasi hukum nasional dengan konvensi atau perjanjian internasional untuk menjamin yurisdiksi dan perlindungan hukum atas konsumen dalam transaksi lintas negara.
2. Sebagai Eksekutor Negara juga bertanggung jawab dalam melaksanakan pengawasan terhadap aktivitas *e-commerce*, melalui:
 - a. Lembaga pengawas yang memiliki wewenang dan kapasitas dalam memantau dan menindak pelanggaran hukum oleh pelaku usaha digital.
 - b. Kerja sama dengan negara lain dan penyedia platform untuk mengatur, membatasi, atau memblokir aktivitas ilegal.
3. Sebagai Pelindung Hak Konstitusional Negara harus menjamin bahwa hak-hak konstitusional warga negara, termasuk hak atas keamanan, keadilan, dan kepastian hukum, terlindungi dalam transaksi digital. Ini mencakup:
 - a. Pendidikan dan literasi digital bagi masyarakat agar mampu bertransaksi dengan aman.
 - b. Penyediaan mekanisme pengaduan daring yang cepat dan terintegrasi.

Dalam hal ini, Thaher¹⁶ menekankan bahwa optimalisasi regulasi merupakan elemen kunci dalam menghadapi tantangan global, dan regulasi yang tidak sinkron hanya akan menimbulkan disfungsi sistemik dalam pelaksanaan kebijakan.

Pengawasan terhadap TikTok Shop perlu dilakukan secara menyeluruh, termasuk terhadap algoritma promosi, sistem pembayaran, transparansi harga, dan keaslian produk. Negara dapat menjalin kerja sama internasional dan bilateral untuk menjamin bahwa platform luar negeri tunduk terhadap hukum nasional. Selain itu, lembaga perlindungan konsumen juga harus dilibatkan secara aktif dalam edukasi masyarakat serta penanganan pengaduan dan sengketa. Pemanfaatan teknologi seperti sistem pelaporan daring dan artificial intelligence dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas pengawasan.

Hambatan Yuridis dan Institusional dalam Perlindungan Konsumen Digital dalam Perspektif Hukum Tata Negara dan Hukum Cyber

Perlindungan konsumen digital menghadapi tantangan besar di era globalisasi dan digitalisasi. Dalam konteks Hukum Tata Negara dan Hukum Siber, hambatan yang dihadapi bersifat kompleks dan berlapis, baik dari aspek normatif (yuridis) maupun kelembagaan (institusional).

1. Hambatan Yuridis

a. Ketiadaan Regulasi Khusus yang Komprehensif

Perlindungan konsumen digital belum diatur dalam kerangka hukum yang menyeluruh dan spesifik. Meskipun terdapat UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE, kedua undang-undang tersebut belum sepenuhnya merespon kompleksitas transaksi digital, khususnya transaksi lintas negara, serta belum memiliki instrumen pelindung terhadap penyalahgunaan data pribadi secara optimal.

¹⁶ Thaher, *Strategi Menghadapi Belt And Road Initiative China (Optimalisasi Regulasi Kerja Sama Indonesia-China)*.

b. Ketidakselarasan Peraturan

Terdapat disharmonisasi antar peraturan perundang-undangan yang berimplikasi pada tumpang tindih kewenangan antar lembaga. Misalnya, pengaturan perlindungan data pribadi masih belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip-prinsip hukum siber dan perlindungan konsumen.

Minimnya Penegakan Hukum yang Efektif Kelemahan dalam penegakan hukum membuat banyak pelaku usaha digital tidak tunduk pada ketentuan hukum yang berlaku. Ketika terjadi pelanggaran, mekanisme penyelesaian yang lambat dan tidak efisien membuat konsumen semakin rentan.

Perlindungan konsumen digital saat ini tidak hanya menjadi isu hukum privat, tetapi juga berkaitan erat dengan struktur dan fungsi negara serta pengaruh teknologi digital. Oleh karena itu, rumusan ini memerlukan pendekatan interdisipliner, yakni dari Hukum Tata Negara dan Hukum Siber (*Cyber Law*).

1) Aspek Yuridis

Secara yuridis, perlindungan konsumen digital menghadapi berbagai hambatan seperti:

- a) Ketidaksesuaian regulasi antara Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dengan perkembangan teknologi digital.
- b) Ketiadaan pengaturan khusus terkait transaksi digital yang bersifat lintas batas (*cross-border e-commerce*).
- c) *Overlapping* kewenangan antara regulasi perlindungan data pribadi, perdagangan elektronik, dan perlindungan konsumen.

Dari perspektif hukum tata negara, hambatan yuridis ini juga menunjukkan lemahnya integrasi dan sinkronisasi peraturan antar lembaga pembentuk kebijakan, baik di tingkat pusat maupun daerah.

2) Aspek Institusional

Hambatan institusional mencakup:

- a) Lemahnya koordinasi antarlembaga negara, seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika, BPKN, dan OJK, yang masing-masing memiliki peran dalam aspek digital dan perlindungan konsumen.
- b) Minimnya kapasitas institusi pengawas dan penegak hukum dalam memahami dan menangani perkara yang bersifat digital dan lintas yurisdiksi.
- c) Belum optimalnya peran negara dalam menjamin keadilan digital (*digital justice*) dan pengawasan platform digital besar (*big tech*).

Dalam perspektif hukum tata negara, hal ini menunjukkan persoalan dalam tata kelola negara yang seharusnya menjamin kepastian hukum dan perlindungan hak-hak warga negara dalam ruang digital.

3) Relevansi Perspektif Hukum Tata Negara dan Hukum Siber

Hukum Tata Negara menyoroti bagaimana peran dan fungsi negara (termasuk pengaturan kewenangan lembaga) dalam menjamin perlindungan hak-hak konstitusional warga negara di ruang digital.

Hukum Siber menitik beratkan pada mekanisme perlindungan dan penegakan hukum di ruang siber yang membutuhkan instrumen hukum yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Esensi dari efektivitas hukum terletak pada kemampuannya untuk beradaptasi secara reflektif terhadap perubahan yang muncul dalam tatanan sosial, ekonomi, dan teknologi. Ketika norma-norma hukum mengalami keterputusan dengan perkembangan teknologi informasi serta inovasi dalam struktur bisnis digital, maka yang terjadi adalah stagnasi normatif yang menjauh dari realitas empirik. Norma hukum yang demikian akan kehilangan relevansi dan tidak mampu memberikan jawaban konkret atas permasalahan kontemporer yang dihadapi masyarakat.¹⁷ Pendekatan adaptif menjadi krusial dalam konteks hukum digital yang fluktuatif. Sayangnya, norma digital belum sepenuhnya fleksibel.

Kondisi ini mencerminkan lemahnya pelaksanaan fungsi negara dalam menjamin hak-hak warga negaranya, terutama dalam bidang perlindungan konsumen digital. Dalam sistem negara

¹⁷ Azhar Suganda et al., "Tinjauan Hukum Komersial Terhadap Perlindungan Hukum Konsumen Dalam E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Sosial Humaniora Sigli* 7, no. 2 (2024).

hukum yang berkeadilan, peran negara tidak cukup hanya menyediakan norma, melainkan juga menjamin efektivitas implementasinya secara adil dan merata. Thaher¹⁸ menegaskan bahwa negara Indonesia sebagai *welfare state* memiliki kewajiban konstitusional untuk melindungi warganya dari ketidakadilan dan ketimpangan melalui kebijakan yang berorientasi pada keadilan sosial. Politik hukum yang dijalankan negara harus selaras dengan kehendak rakyat dan dijadikan sebagai kriteria normatif dalam merumuskan maupun menegakkan hukum. Dalam konteks ini, ketidakefektifan perlindungan hukum konsumen TikTok Shop sejatinya mencerminkan lemahnya orientasi politik hukum negara dalam merespons transformasi sosial-ekonomi digital.

Upaya negara dalam membangun ekosistem transaksi digital yang adil dan transparan memerlukan strategi hukum yang tidak hanya normatif, tetapi juga visioner dan terukur. Ketika instrumen hukum bersifat reaktif dan sektoral, perlindungan hukum yang diberikan cenderung parsial dan tidak menyentuh substansi permasalahan. Thaher¹⁹ menyatakan bahwa strategi kebijakan publik yang efektif harus dibangun atas asas kesetaraan, prinsip saling menguntungkan, serta keberpihakan terhadap kepentingan nasional secara menyeluruh, termasuk dalam menjaga hak-hak warga di bidang digital ekonomi.

KESIMPULAN

Bentuk Tanggung Jawab Negara dalam Menjamin Perlindungan Hukum Konsumen TikTok Shop. Negara memiliki tanggung jawab konstitusional untuk melindungi hak-hak warga negaranya, termasuk hak sebagai konsumen di ruang digital. Dalam konteks TikTok Shop, tanggung jawab ini mencakup perumusan dan pelaksanaan regulasi yang mampu menjamin keamanan, keadilan, dan kepastian hukum dalam transaksi digital. Tanggung jawab tersebut diwujudkan melalui pengaturan kebijakan e-commerce, perlindungan konsumen, dan perlindungan data pribadi. Dalam perspektif Hukum Tata Negara, hal ini merupakan bagian dari kewajiban negara untuk menegakkan prinsip negara hukum (*rechtsstaat*) dan menjamin hak konstitusional warga negara sebagaimana diatur dalam Pasal 28D dan 28G UUD NRI Tahun 1945.

Hambatan Yuridis dan Institusional dalam Perlindungan Konsumen Digital. Perlindungan konsumen digital di Indonesia, khususnya di platform seperti TikTok Shop, masih menghadapi sejumlah hambatan, baik dari aspek yuridis maupun institusional. Dari segi yuridis, belum adanya regulasi yang secara khusus dan komprehensif mengatur platform e-commerce asing menyebabkan kekosongan hukum dan ketidakpastian dalam perlindungan konsumen. Selain itu, tumpang tindih regulasi antara UU Perlindungan Konsumen, UU Perdagangan, dan UU ITE juga menjadi kendala implementatif. Dari segi institusional, lemahnya koordinasi antar lembaga negara (seperti Kemendag, Kominfo, dan OJK), terbatasnya kapasitas pengawasan digital, serta belum optimalnya penegakan hukum menjadi tantangan serius dalam menjamin hak-hak konsumen. Dengan demikian, perlu adanya penguatan peran negara melalui reformulasi kebijakan digital, harmonisasi peraturan perundang-undangan, serta pembentukan lembaga atau mekanisme khusus yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan transaksi digital lintas batas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. "Metode Penelitian Hukum, Sinar Grafika." Jakarta, 2009.
- Aufani, Jundata Mela, Yandri Radhi Anadi, and M Fahrudin Andriyansyah. "Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Tiktok Shop Di Indonesia." *Dinamika* 30, no. 1 (2024): 9475–94.
- Defriza, Rita. "Consumer Protection in TikTok Shop Sale Transactions Based on Law Number 8 of 1999." *Justisi* 11, no. 1 (2025): 163–73. <https://doi.org/10.33506/js.v11i1.3522>.
- Efendi, Jonaedi, Jhonny Ibrahim, and Prasetijo Rijadi. "Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris," 2016.

¹⁸ Irmanjaya Thaher, *Menata Negara Indonesia Dalam Bingkai Konstitusi Undang-Undang Dasar 1945 : Mewujudkan Kesejahteraan Yang Berkeadilan*, ed. Daelami Ahmad (Bandung: CV Widina Media Utama, 2024).

¹⁹ Thaher, *Strategi Menghadapi Belt And Road Initiative China (Optimalisasi Regulasi Kerja Sama Indonesia-China)*.

- Ente, Haikal Fikri. "Analisis Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Kebijakan Refund Produk Dalam Platform E-Commerce TikTok Shop." *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah* 2, no. 1 (2025): 22–32. <https://doi.org/10.62335/z8xpnw19>.
- Gusti, Rahayu Taslim, and Elyana Novira. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Produk Kecantikan Yang Diiklankan Dalam Aplikasi TikTok Shop." Universitas Bung Hatta, 2023.
- Ibrahim, Johnny. "Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif." *Malang: Bayumedia Publishing* 57, no. 11 (2006).
- Katadata Insight Center. "Laporan Transaksi TikTok Shop Di Indonesia." Katadata Insight Center Report, 2023.
- Krisna, Vania Bernika, and Made Aditya Pramana Putra. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Online Di E-Commerce." *Kertha Wicara* 14, no. 5 (2025): 255–63. <https://doi.org/10.24843/KW.2025.v14.i05.p4>.
- Libella, Elsa. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Daring Melalui Media Sosial TikTok (TikTok Shop)." Universitas Jember, 2023.
- Marzuki, Peter mahmud. *Penelitian Hukum*. Revisi. Kencana, 2019.
- Putri, A. D., Ramadhani, M., & Cahyani, R. (2022). Literasi konsumen digital dalam transaksi berbasis media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 125–137.
- Sandrina, Gusti Ayu, and I Made Dedy Priyanto. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidakesesuaian Kualitas Barang Yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja Tiktok Shop." *Jurnal Kertha Semaya* 11, no. 3 (2023): 487–97.
- Sartika, Rindhi Putri, and Nadia Maharani. "Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online TikTok Shop Baju Wanita Di Indonesia." *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier* 8, no. 7 (2024).
- Sommaliagustina, Desi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen E-Commerce Di Indonesia." *Journal Equitable* 3, no. 2 (2018): 47–58.
- Subekti, R., and R. Tjitrosudibyo. *Hukum Perjanjian*. Pradnya Paramita, 2021.
- Suganda, Azhar, Andriansyah Hasibuan, Elsa Novri Regina, Mita Dewi Nasution, and Bonaraja Purba. "Tinjauan Hukum Komersial Terhadap Perlindungan Hukum Konsumen Dalam E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Sosial Humaniora Sigli* 7, no. 2 (2024).
- Thaher, Irmanjaya. *Menata Negara Indonesia Dalam Bingkai Konstitusi Undang-Undang Dasar 1945 : Mewujudkan Kesejahteraan Yang Berkeadilan*. Edited by Daelami Ahmad. Bandung: CV Widina Media Utama, 2024.
- . *Strategi Menghadapi Belt And Road Initiative China (Optimalisasi Regulasi Kerja Sama Indonesia-China)*. CV Widina Media Utama, 2022.
- Tira, D., Yuliana, S., & Prasetyo, A. (2021). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi digital. *Jurnal Ilmu Hukum Indonesia*, 3(1), 78–92.
- Yuliana, S., Supriyadi, R., & Maulida, R. (2020). Konsep tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi elektronik berbasis media sosial. *Jurnal Hukum Siber Indonesia*, 1(2), 55–70.