

**TANGGUNGJAWAB HUKUM PLATFORM TIKTOK TERHADAP  
KERUGIAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI LIVE STREAMING**  
*LEGAL LIABILITY OF THE TIKTOK PLATFORM FOR CONSUMER*

*LOSSES IN LIVESTREAMING TRANSACTIONS*

**Syifa Maliyatul Husna dan Diky Dikrurrahman**

**Universitas Swadaya Gunung Jati, Indonesia**

Korespondensi Penulis : [syifamilyhsn@gmail.com](mailto:syifamilyhsn@gmail.com), [diky.dikrurrahman@ugj.ac.id](mailto:diky.dikrurrahman@ugj.ac.id)

Citation Structure Recommendation :

Husna, Syifa Maliyatul, Diky Dikrurrahman. *Tanggungjawab Hukum Platform Tiktok terhadap Kerugian Konsumen dalam Transaksi Live Streaming*. Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.7. No.4 (2026).

**ABSTRAK**

Perkembangan digital melalui fitur *live streaming* telah melahirkan pola transaksi baru yang di satu sisi memberikan kemudahan bagi konsumen, namun di sisi lain menimbulkan berbagai permasalahan hukum, khususnya terkait praktik yang menimbulkan banyak kerugian bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan perundang-undangan mengenai permasalahan dalam transaksi di fitur *live streaming* serta pertanggungjawaban hukum bagi penyelenggara sistem elektronik. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual dan pendekatan kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penipuan dalam transaksi *live streaming* melanggar ketentuan perundang-undangan, khususnya kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur, serta larangan memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan keterangan atau promosi. Perlindungan hukum bagi konsumen terlihat masih lemah terutama karena belum adanya regulasi yang secara spesifik mengatur model transaksi *live streaming* dan belum jelasnya mekanisme tanggung jawab hukum bagi platform yang menyediakannya. Oleh karena itu diperlukan regulasi dan perumusan norma hukum yang lebih tegas untuk menjamin kepastian hukum serta perlindungan yang efektif bagi konsumen di era perdagangan digital.

**Kata Kunci:** Perlindungan Konsumen, Live Streaming, Pertanggungjawaban Platform

**ABSTRACT**

*The rapid development of digital technology through live streaming features has created a new pattern of commercial transactions that, on the one hand, provides convenience for consumers, but on the other hand gives rise to various legal issues, particularly fraudulent practices that cause significant consumer losses. This study aims to analyze the legal framework governing issues arising from transactions conducted through live streaming features and to examine the legal*

*liability of electronic system providers. This research employs a normative juridical method using statutory, conceptual, and case approaches. The findings indicate that fraudulent practices in live streaming transactions violate prevailing laws and regulations, particularly the obligations of business actors to provide accurate, clear, and honest information, as well as the prohibition against trading goods that do not conform to the descriptions or promotional claims provided. Consumer legal protection remains inadequate, primarily due to the absence of specific regulations governing live streaming transaction models and the lack of a clear legal liability framework for the platforms facilitating such transactions. Therefore, more comprehensive regulations and clearer legal norms are required to ensure legal certainty and provide effective consumer protection in the digital commerce era.*

**Keywords:** *Consumer Protection, Live Streaming, Platform Liability*

## A. PENDAHULUAN

Perdagangan modern berkembang dengan cepat di era globalisasi. Berkembangnya teknologi yang berbasis internet yang dikenal sebagai *e-commerce* adalah salah satu faktor yang mempengaruhinya dan ini sesuai dengan laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* berjalan melalui jaringan internet. Bahkan dengan peningkatan setiap tahun, pertumbuhan pengguna internet membuatnya menjadi salah satu cara terbaik untuk menjual barang dan jasa kepada pelanggan dari seluruh dunia.<sup>1</sup> Dengan teknologi dan informasi ini, arus transaksi barang dan jasa dapat melintasi batas negara dan konsumen dapat menemukan berbagai jenis barang dan jasa. Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai dengan kebutuhannya. *E-commerce* telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan. Faktor yang mendorong konsumen melakukan transaksi online karena melalui itu konsumen mendapatkan manfaat serta kemudahan antara lain dapat memilih beragam barang yang diinginkan, selain itu konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar memberi barang yang dibutuhkan. Hal ini sangat menguntungkan konsumen karena dapat menghemat waktu sekaligus mempermudah transaksi konsumen.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Bagus Hanindyo Mantri, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Law Reform, Vol.3, No.1 (Oktober 2007).

<sup>2</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, edisi pertama, ctk. Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, p.1.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi masyarakat. Transformasi ini tidak hanya terlihat pada perpindahan dari perdagangan konvensional ke *e-commerce*. Salah satu platform yang menjadi pusat perhatian adalah TikTok yang menghadirkan fitur TikTok live sebagai sarana promosi dan penjualan barang secara langsung melalui siaran video *real-time*. Model transaksi ini memberikan keuntungan bagi penjual dan konsumen. Penjual dapat berinteraksi secara langsung dengan audiens, menunjukkan produk secara visual, serta menciptakan suasana transaksi yang lebih persuasif. Sementara itu, konsumen dapat memperoleh informasi produk secara instan, melihat demonstrasi penggunaan barang, hingga memperoleh harga yang lebih kompetitif. Tidak dapat dipungkiri, fenomena *live streaming* di TikTok telah menciptakan peluang ekonomi baru, khususnya bagi pelaku baru UMKM dan creator konten yang beralih menjadi seller digital.

Kemajuan tersebut menimbulkan berbagai permasalahan hukum yang semakin kompleks. Salah satu isu yang sering muncul adalah tindak penipuan dalam transaksi *live streaming*. Bentuk penipuan dapat berupa barang tidak sesuai deskripsi, kualitas yang berbeda jauh dari yang ditampilkan saat siaran, pengiriman barang palsu, manipulasi informasi, hingga penggelapan pembayaran oleh penjual yang tidak bertanggung jawab. Situasi ini diperparah oleh sifat komunikasi *live* yang cepat, emosional dan persuasif, sehingga konsumen sering terdorong untuk membeli tanpa verifikasi memadai. Di sisi lain, penanganan kasus penipuan dalam transaksi *live streaming* masih menghadapi hambatan. Konsumen sering mengalami kesulitan dalam pengajuan pengaduan, pembuktian, maupun mekanisme pengembalian dan (*refund*). Kesenjangan perlindungan hukum sangat terlihat jelas dalam ekosistem transaksi digital yang semakin berkembang.<sup>3</sup>

Regulasi yang berlaku saat ini yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yang mengatur prinsip-prinsip dasar perlindungan konsumen dan transaksi elektronik.

---

<sup>3</sup> Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), *Laporan Pengaduan Konsumen Sektor E-Commerce*, YLKI, Jakarta, 2024.

Tetapi regulasi tersebut belum secara spesifik mengatur skema *transaksi live streaming*, termasuk hubungan hukum antara konsumen, penjual dan platform penyelenggara seperti TikTok. Ketidakjelasan pengaturan ini berdampak pada posisi konsumen yang semakin rentan terhadap kerugian akibat penipuan. Selain itu, muncul pertanyaan mengenai tanggung jawab hukum platform TikTok sebagai penyelenggara layanan. TikTok tidak hanya menyelenggarakan ruang transaksi, tetapi juga memperoleh benefit ekonomi melalui sistem komisi dan iklan. Penting bagi kita untuk menelaah apakah TikTok memiliki tanggung jawab tertentu ketika terjadi penipuan oleh penjual yang beroperasi di platform tersebut, termasuk sejauh mana bentuk pengawasannya dilakukan.

Penelitian ini penting untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana bentuk-bentuk penipuan yang muncul dalam transaksi *live streaming* TikTok, serta bagaimana mekanisme perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, penting untuk dianalisis sejauh mana tanggung jawab hukum yang seharusnya dilakukan oleh platform TikTok sebagai penyelenggara layanan digital yang turut memfasilitasi terjadinya transaksi tersebut. Kajian ini diharapkan mampu memberikan Gambaran mengenai hubungan hukum antara konsumen, penjual dan platform, sekaligus mengidentifikasi kekosongan norma yang perlu diperbaiki agar perlindungan konsumen dalam ekosistem *live streaming commerce* dapat terjamin secara efektif.

Berdasarkan pada pengetahuan penulis, hingga saat ini ada beberapa orang yang mengangkat judul penulisan hukum mengenai Hukum Perlindungan Konsumen khususnya mengenai permasalahan transaksi di *e-commerce*. Penulisan jurnal ini memiliki karakter yang berbeda dengan karya tulis yang lainnya meskipun memang memiliki kesamaan dalam pembahasannya yaitu mengenai perlindungan konsumen, akan tetapi dalam hasil penulisan ini tidak mengkhususkan kepada permasalahan perlindungan hukumnya saja, seperti jurnal milik Febi Ayu Ningsih dan Wahyuddin, mahasiswa prodi ilmu hukum Universitas Mataram yang berjudul Perlindungan Hukum terhadap Data Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online dalam Platform TikTok Shop,

kemudian jurnal yang ditulis oleh Jundata Mela Aufani, Yandi Radhi Anadi dan M. Fahrudin Andriansyah mahasiswa Universitas Islam Malang yang berjudul Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen TikTok Shop di Indonesia, yang terakhir jurnal milik Mutia Dwi Arita Deli dan Muhammad Valiant Arsi Nugraha mahasiswa Universitas Jambi yang berjudul Perlindungan Hukum Transaksi Belanja Online yang Dipengaruhi Dengan *Fear of Missing Out* (FOMO).

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Pengaturan Hukum Mengenai Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi E-Commerce di Indonesia**

Di era modern ini, transaksi e-commerce adalah hal yang sudah lumrah dilakukan oleh siapa saja. Transaksi e-commerce adalah proses jual beli barang dan atau jasa yang dilakukan melalui sistem elektronik, khususnya di internet, di mana seluruh tahapan transaksi dari mulai penawaran, pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman informasi dilakukan secara digital tanpa pertemuan fisik antara penjual dan konsumen. Dalam konteks hukum Indonesia, *transaksi e-commerce* dipahami sebagai kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui sarana elektronik berdasarkan mekanisme sistem informasi. Dengan demikian, transaksi e-commerce mencakup segala bentuk perdagangan digital, termasuk penjualan melalui platform *live streaming* seperti TikTok, yang memungkinkan interaksi langsung namun tetap berbasis sistem elektronik.

Dalam beberapa tahun terakhir, praktik penjualan melalui *live streaming* TikTok berkembang pesat dan menjadi salah satu metode pemasaran paling populer di kalangan pelaku usaha digital. Interaksi langsung, promosi secara *real-time*, serta harga yang sering kali lebih murah membuat konsumen tertarik untuk berbelanja melalui fitur ini. Namun dibalik kemudahannya, maraknya kasus penipuan dalam transaksi *live streaming* menjadi persoalan serius yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Banyak ditemukan praktik manipulatif seperti barang tidak dikirim, produk berbeda jauh dengan yang ditampilkan, informasi yang dilebih lebihkan, hingga modus penipuan dengan memanfaatkan akun palsu. Kondisi ini menunjukkan betapa rentannya konsumen ketika berinteraksi di ruang digital yang sulit diawasi secara langsung.

Oleh karena itu, perlindungan konsumen menjadi sangat penting, mengingat banyaknya kasus penipuan yang tidak hanya merugikan secara materi, tetapi juga mengurangi kepercayaan Masyarakat terhadap perdagangan digital. Situasi ini menegaskan perlunya penegakan regulasi serta pengawasan yang lebih efektif untuk memastikan bahwa konsumen tetap mendapatkan keamanan, kenyamanan dan kepastian hukum dalam setiap transaksi yang dilakukan melalui *live streaming* TikTok.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Hak ini dimiliki konsumen untuk mendapatkan keamanan, kenyamanan, keselamatan dan kepastian hukum saat membeli barang atau jasa. Hak ini mencakup hak atas informasi yang benar dan jujur, hak untuk memilih barang, hak untuk didengar keluhannya, hak untuk mendapat advokasi, serta hak untuk menerima ganti rugi jika barang atau jasa tidak sesuai perjanjian.<sup>4</sup> Pada dasarnya, perlindungan konsumen bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen, mencegah kecurangan, serta menumbuhkan masyarakat yang cerdas dan kritis dalam bertransaksi. Konsep dasar ini sejalan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang secara tegas mengatur hak hak konsumen dalam Pasal 4 serta mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, menjamin mutu barang dan memberikan ganti rugi apabila terjadi kerugian sebagaimana diatur dalam Pasal 7 dan Pasal 19 UUPK. Dalam konteks perkembangan teknologi dan pola transaksi digital, termasuk transaksi melalui *live streaming* TikTok, pengaturan dalam UUPK tetap relevan karena memuat prinsip prinsip dasar mengenai hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta larangan terhadap tindakan curang dan menyesatkan. *Live streaming commerce* yang semakin populer, terutama di platform TikTok, membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, tetapi juga meningkatkan risiko terjadinya berbagai penipuan, hingga pengiriman barang palsu atau tidak dikirim sama sekali.

---

<sup>4</sup> Indonesia, *Undang Undang tentang Perlindungan konsumen*, UU No.8 Tahun 1999, LN Tahun 1999 No.22, TLN No.3821.

UUPK telah memberikan landasan kuat untuk melindungi konsumen dari bentuk bentuk penipuan tersebut. Pasal 4 UUPK menyatakan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa, serta berhak memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang atau jasa. Selain itu, Pasal 7 UUPK mengatur kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik, memberikan informasi yang benar dan jujur, memperlakukan konsumen secara adil, serta menjamin mutu barang sesuai standar yang berlaku. Kewajiban ini sangat penting dalam transaksi *live streaming*, karena penjualan secara langsung memengaruhi persepsi konsumen dengan demonstrasi produk yang dapat bersifat menyesatkan. Pelaku usaha juga dilarang melakukan Tindakan yang merugikan konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 8 UUPK, yang melarang menjual barang yang tidak sesuai dengan contoh, kualitas, atau komposisi yang dijanjikan. Pengaturan mengenai ganti rugi UUPK juga memperkuat perlindungan konsumen dari praktik penipuan dalam transaksi *live streaming*. Berdasarkan Pasal 19, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau perawatan jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Ketentuan ini memberikan landasan hukum yang jelas untuk menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha yang melakukan penipuan.

Selain aspek tanggungjawab, UUPK juga menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), mediasi, arbitrase, atau pengadilan. Mekanisme ini penting untuk memberikan akses keadilan bagi konsumen yang dirugikan akibat penipuan melalui *live streaming*. Meskipun praktiknya masih terdapat kendala, terutama dalam hal identifikasi penjual online, ketentuan dalam UUPK tetap menjadi dasar perlindungan hukum yang dapat digunakan oleh konsumen. Dengan demikian, UUPK memberikan kerangka hukum yang melindungi konsumen dari Tindakan penipuan dalam transaksi digital, meskipun bentuk penipuan dalam ekosistem digital kini semakin beragam dan kompleks. Relevansi UUPK tetap kuat karena prinsip-prinsip dasarnya mampu menjerat pelaku usaha yang bertindak curang dan merugikan konsumen, terutama melalui aturan tentang hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, larangan perbuatan curang, serta kewajiban melakukan ganti rugi.

Dinamika transaksi digital menunjukkan bahwa UUPK perlu dibaca bersama dengan regulasi khusus yaitu dengan PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.<sup>5</sup>

PP Nomor 8 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) merupakan regulasi yang memberikan pengaturan lebih spesifik terhadap transaksi *e-commerce*, termasuk aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui platform live streaming seperti TikTok. Regulasi ini penting karena menjawab celah hukum yang belum secara rinci diatur dalam UUPK. Jika UUPK memberikan prinsip dasar mengenai hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan larangan perbuatan curang, maka PP 80/2019 berfungsi untuk mengoprasionalisasikan perlindungan konsumen dalam konteks transaksi digital, yang karakteristiknya sangat berbeda dengan transaksi konvensional. Dalam PP 80/2019, transaksi *e-commerce* didefinisikan sebagai kegiatan jual beli barang atau jasa melalui sistem elektronik. Ketentuan ini relevan dengan maraknya transaksi live streaming di TikTok, mengingat penjual menggunakan sarana elektronik untuk mempromosikan dan menjual barang secara langsung kepada konsumen. Hal ini berarti seluruh aktivitas yang terjadi di TikTok mulai dari penawaran sampai proses pembayaran merupakan ruang lingkup PMSE. Salah satu kontribusi penting PP 80/2019 dalam perlindungan konsumen ialah ketentuan mengenai keharusan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang barang atau jasa (Pasal 12) yang mana ketentuan ini sejalan dengan Pasal 4 UUPK.

Selain itu, PP 80/2019 mengatur keewajiban platform digital seperti TikTok sebagai penyelenggara PMSE untuk menyediakan mekanisme pengaduan dan perlindungan data konsumen. Ini menambah lapisan perlindungan yang tidak diatur secara eksplisit dalam UUPK. Pasal 46-47 mengatur bahwa pelaku usaha wajib menyediakan fasilitas layanan pengaduan, sehingga konsumen yang merasa ditipu memiliki jalur resmi untuk menyampaikan keluhannya. Kemudian Pasal 57-60 berisi mengenai hak konsumen untuk membatalkan transaksi dan mendapatkan pengembalian dana jika tidak sesuai dengan yang ditampilkan saat live.

---

<sup>5</sup> Handayani, Fitria. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce Menurut Hukum perlindungan Konsumen*, Jurnal Yustisia, Vol.7, No.1 (2018).

Dengan demikian, PP 80/2019 memiliki peran strategis sebagai regulasi pelengkap yang memperkuat penerapan UUPK dalam ranah perdagangan elektronik. Dapat dipahami bahwa hubungan antara UUPK dan PP 80/2019 adalah hubungan antara norma umum perlindungan konsumen dan aturan khusus yang mengatur perlindungan konsumen dalam ekosistem digital.<sup>6</sup>

Praktik penipuan dalam live streaming TikTok juga berkaitan erat dengan Undang-Undang Nomor 11 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE). Dalam konteks ini, perbuatan menyebarkan atau menyesatkan mengenai produk dapat dikenakan Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yang menyatakan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Apabila unsur kesengajaan tersebut dapat dibuktikan, maka pelaku dapat dikenakan sanksi sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1) UU ITE, dengan ancaman pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000. Di sisi lain, platform TikTok sebagai penyelenggara memiliki kewajiban untuk menyediakan sistem yang andal, aman dan bertanggung jawab, sebagaimana diatur dalam Pasal 15 UU ITE. Apabila TikTok lalai dalam melakukan pengawasan terhadap konten *live streaming* yang bermuatan penipuan, maka platform dapat dikenai tanggung jawab administratif berdasarkan peraturan perundang-undangan di bidang penyelenggaraan sistem elektronik.<sup>7</sup>

Baik pelaku usaha maupun konsumen memiliki peran penting dalam menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman dan terpercaya, terutama di tengah maraknya penipuan dalam transaksi live streaming di TikTok. Pelaku usaha dituntut untuk mematuhi ketentuan hukum, memberikan informasi yang benar, jujur, dan tidak menyesatkan, serta memastikan bahwa barang yang dijual sesuai dengan apa yang ditampilkan saat siaran langsung. Di sisi lain, konsumen juga perlu meningkatkan kehati-hatian dengan memperhatikan reputasi penjual, membaca ulasan, memahami haknya berdasar UUPK maupun PP 80 Tahun 2019.

---

<sup>6</sup> Setiadi, Widiarto, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia*, Jurnal Hukum & Pembangunan, Vol.49, No.2 (Juni 2019).

<sup>7</sup> Indonesia, *Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, UU No.19 Tahun 2016, LN Tahun 2016 No.251, TLN No.5952.

Kehadiran kedua regulasi tersebut memberikan landasan hukum yang kuat bagi terwujudnya perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, termasuk melalui platform *live streaming*. Dengan kepatuhan dari pelaku usaha serta kesadaran konsumen dalam menggunakan hak dan mekanisme pengaduan yang tersedia, maka potensi penipuan dapat diminimalkan dan kepercayaan publik terhadap perdagangan digital dapat terus meningkat.

## **2. Tanggung Jawab Hukum Platform Tiktok terhadap Kerugian yang Dialami Konsumen**

Keterkaitan antara UUPK dan PP 80/2019 menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga operasional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Di sinilah teori perlindungan konsumen menjadi landasan konseptual yang penting, karena teori ini menekankan bahwa konsumen selalu berada pada posisi yang lebih lemah dan membutuhkan intervensi hukum untuk menciptakan keseimbangan dengan pelaku usaha maupun penyelenggara platform. Teori perlindungan konsumen lahir dari pemikiran bahwa konsumen pada dasarnya berada dalam posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha maupun penyelenggara platform perdagangan digital. Konsumen rentan terhadap penipuan seperti penipuan, manipulasi, atau eksploitasi karena mereka tidak memiliki akses yang sama untuk mendapatkan informasi tentang barang atau jasa yang ditawarkan. Teori perlindungan konsumen berasal dari perbedaan posisi ini dan menekankan bahwa negara harus mengambil tindakan melalui peraturan untuk mengembalikan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Teori perlindungan konsumen menjelaskan bahwa konsumen merupakan pihak yang paling rentan dalam proses transaksi karena memiliki informasi yang lebih sedikit dibandingkan pelaku usaha dan penyelenggara platform digital. Dalam konteks *live streaming* di TikTok, ketimpangan informasi ini semakin besar karena konsumen hanya dapat mengandalkan tampilan visual dan narasi yang disajikan oleh penjual secara *real-time*. Oleh karena itu, dalam teori perlindungan konsumen, intervensi hukum diperlukan untuk memastikan bahwa hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha seimbang, termasuk platform sebagai platform untuk transaksi elektronik.

Konsep ini sejalan dengan tujuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang mengatakan bahwa negara, pelaku usaha dan platform digital harus membuat kondisi transaksi yang aman dan tidak merugikan konsumen.<sup>8,9</sup>

Teori tanggung jawab menjelaskan prinsip fundamental bahwa pihak yang mengakibatkan kerugian, baik melalui tindakan langsung (perbuatan) maupun kegagalan menjalankan kewajiban (kelalaian), harus menanggung konsekuensi hukum atas tindakan tersebut. Dalam konteks transaksi digital, teori ini berkembang menjadi konsep *platform liability*, yaitu gagasan bahwa penyelenggara platform seperti TikTok tidak bisa selalu bersembunyi di balik status sebagai “perantara” atau “penyedia sarana”, terutama jika platform tersebut memiliki kontrol, sistem monetisasi, atau keuntungan langsung dari transaksi yang terjadi di dalamnya. Menurut teori tanggung jawab, setiap pihak yang terlibat dalam penyediaan barang, jasa, atau sarana perdagangan dapat dimintai pertanggungjawaban jika hal itu menyebabkan kerugian bagi konsumen. Teori ini menegaskan prinsip bahwa pihak yang memiliki kontrol terhadap proses transaksi atau memperoleh keuntungan ekonomi dari aktivitas tersebut harus menjamin keamanan dan keandalan sistem yang digunakan. TikTok memiliki tanggung jawab hukum karena berfungsi sebagai perantara pasif dan sebagai operator sistem elektronik yang memungkinkan *live streaming*, pembayaran, dan ruang transaksi antara pembeli dan penjual. Oleh karena itu, sesuai PP 80 Tahun 2019, TikTok harus menerapkan mekanisme verifikasi penjual, memantau konten promosi dan memberikan akses ke pengaduan dan penyelesaian sengketa. Jika platform gagal menyediakan mekanisme tersebut, atau lalai melakukan pengawasan hingga konsumen dirugikan, maka berdasarkan teori tanggung jawab, platform dapat dimintai pertanggungjawaban. Dengan demikian, teori tanggung jawab memberikan dasar konseptual untuk menilai sejauh mana kewajiban TikTok ketika terjadi penipuan dalam transaksi *live streaming*.<sup>10,11</sup>

---

<sup>8</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media, Jakarta, 2018.

<sup>9</sup> Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*.

<sup>10</sup> Lucia A. Reisch dan Kornelia Hagen, *An Introduction to the Special Issue on 'Behavioural Economics, Consumer Policy, and Consumer Law'*, Journal of Consumer Policy, Vol.34, No.3 (2011).

<sup>11</sup> Indonesia, *Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, PP No.80 Tahun 2019, LN Tahun 2019 No.222, TLN No.6420.

Selanjutnya, teori kepercayaan dalam transaksi elektronik, juga dikenal sebagai "teori kepercayaan", menekankan bahwa kepercayaan adalah dasar yang menentukan keberhasilan transaksi digital, seperti transaksi *live streaming* di TikTok. Dalam transaksi elektronik, pelanggan tidak dapat memeriksa produk secara langsung, sehingga kepercayaan mereka pada platform menjadi faktor utama dalam membuat keputusan pembelian mereka. TikTok dan platform serupa harus menciptakan lingkungan transaksi yang dapat dipercaya melalui keamanan sistem, proses verifikasi penjual, transparansi informasi dan perlindungan data pribadi konsumen. Jika mereka tidak melakukan ini atau tidak menjaga kepercayaan ini atau tidak menjaga integritas transaksi, konsumen dapat dirugikan karena kelalaian atau kegagalan sistem. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi elemen inti yang menentukan apakah konsumen bersedia melakukan transaksi. Jika platform gagal membangun atau membawa kepercayaan, misalnya dengan membiarkan penjual palsu, tidak mengadakan layanan pengaduan, atau tidak melindungi konsumen dari kerugian, maka tingkat kepercayaan konsumen akan menurun, dan secara hukum platform dapat dianggap lalai.<sup>12</sup>

Berdasarkan ketiga teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa TikTok memiliki tanggung jawab hukum dalam melindungi konsumen dari kerugian yang terjadi selama transaksi *live streaming*, bukan hanya sebatas peran sebagai media sosial. Berdasarkan PP 80 Tahun 2019, TikTok sebagai penyelenggara PMSE wajib menyediakan sistem yang aman, memastikan keaslian pelaku usaha yang berjualan, menyediakan fasilitas pengaduan, serta menjamin adanya mekanisme pengembalian dana bila terjadi penipuan atau ketidaksesuaian barang. Kegagalan TikTok dalam mengawasi aktivitas perdagangan atau memastikan keamanan sistem menjadikannya subjek yang dapat dimintai tanggung jawab berdasarkan prinsip provider liability dalam transaksi elektronik. Dengan demikian, secara hukum TikTok tidak hanya bertanggung jawab moral, tetapi juga secara yuridis dapat dimintai pertanggungjawaban apabila kelalaiannya menyebabkan kerugian konsumen.

---

<sup>12</sup> *Ibid.*

### **C. PENUTUP**

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan *live streaming* pada platform TikTok telah menciptakan pola transaksi baru yang interaktif dan cepat, namun sekaligus membuka ruang yang luas bagi terjadinya penipuan, misinformasi dan praktik curang lainnya. Dalam konteks ini, konsumen berada pada posisi yang rentan karena keterbatasan kemampuan memverifikasi kebenaran informasi produk yang ditampilkan secara *real-time*. Fenomena ini menunjukkan urgensi perlindungan hukum yang efektif untuk menjaga kepentingan konsumen, terutama melalui instrumen hukum yang sudah ada seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan UU ITE. Ketiga regulasi tersebut sesungguhnya memberikan dasar hukum mengenai hak konsumen, kewajiban pelaku usaha dan ketentuan dasar transaksi elektronik. Namun demikian, pembahasan menunjukkan bahwa regulasi tersebut belum memberikan pengaturan spesifik mengenai transaksi *live streaming*, termasuk bagaimana tanggung jawab platform seperti TikTok harus diterapkan ketika kerugian konsumen terjadi. Hal ini berimplikasi pada lemahnya mekanisme perlindungan yang seharusnya mampu melindungi konsumen secara efektif dalam lingkungan perdagangan digital yang berkembang cepat. Ketiadaan pedoman yang rinci terkait verifikasi penjual, pengawasan konten promosi, penanganan pengaduan, sistem pembayaran yang aman, hingga mekanisme ganti rugi menyebabkan konsumen tidak mendapatkan jaminan pemulihan yang memadai ketika menghadapi penipuan. Dari perspektif teoritis, Teori Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa konsumen adalah pihak yang lemah dan membutuhkan intervensi hukum agar tercipta keseimbangan dengan pelaku usaha maupun penyelenggara platform. Teori Tanggung Jawab menunjukkan bahwa platform dapat dimintai pertanggungjawaban apabila kelalaiannya menyebabkan kerugian konsumen, sedangkan Teori Kepercayaan dalam Transaksi Elektronik menempatkan kepercayaan sebagai fondasi utama keberlangsungan transaksi digital. Ketiga teori tersebut secara konsisten menekankan bahwa platform digital tidak dapat bersikap pasif, melainkan wajib membangun sistem layanan yang aman, transparan dan dapat dipercaya.

Berdasarkan seluruh analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *live streaming* di TikTok masih lemah, terutama karena belum adanya regulasi spesifik yang mengatur model transaksi *live streaming* dan belum jelasnya mekanisme tanggung jawab hukum platform ketika kerugian konsumen terjadi. Ketiadaan pengaturan khusus tersebut membuat penerapan UUPK dan PP 80/2019 belum optimal untuk menjawab kompleksitas perdagangan *live streaming*. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi yang lebih komprehensif dan adaptif, termasuk penegasan kewajiban platform, mekanisme perlindungan preventif dan represif, serta standar akuntabilitas yang mengikat TikTok sebagai penyelenggara sistem elektronik. Hanya dengan demikian perlindungan konsumen dalam transaksi *live streaming* dapat terwujud secara nyata dan efektif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

Nasution, Az. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Diadit Media).  
Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen, edisi pertama, ctk. Pertama*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).

### **Publikasi**

Handayani, Fitria. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce Menurut Hukum perlindungan Konsumen*. Jurnal Yustisia. Vol.7. No.1 (2018).  
Mantri, Bagus Hanindy. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Law Reform, Vol.3, No.1 (Oktober 2007).  
Reisch, Lucia A. dan Kornelia Hagen. *An Introduction to the Special Issue on 'Behavioural Economics, Consumer Policy, and Consumer Law'*. Journal of Consumer Policy. Vol.34. No.3 (2011).  
Setiadi, Widiarto. *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia*. Jurnal Hukum & Pembangunan. Vol.49. No.2 (Juni 2019).

### **Sumber Hukum**

Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.  
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.  
Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420.

### **Sumber Lain**

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). 2024. *Laporan Pengaduan Konsumen Sektor E-Commerce*. (Jakarta: YLKI).