

## PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN *BEKAS* MELALUI APLIKASI *LIVE TIKTOK*

Oleh:

Jessica Sirait<sup>1</sup>

Dewa Ayu Dian Sawitri<sup>2</sup>

Universitas Udayana

Alamat: JL. Pulau Bali No.1, Dauh Puri Klod, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar, Bali  
(80114).

Korespondensi Penulis: [jessicasirait05@gmail.com](mailto:jessicasirait05@gmail.com), [dewaayudiansawitri@unud.ac.id](mailto:dewaayudiansawitri@unud.ac.id)

**Abstract.** *This study was conducted to analyze and determine the effectiveness of consumer protection for buying and selling preloved clothing through the live broadcast feature on the TikTok application. Recently, buying and selling used clothing has often been conducted via the live broadcast feature (TikTok Live), which has led to legal issues related to consumer rights. Usually, this practice is prone to discrepancies between the goods received and those listed in the description column, difficulties in receiving refunds, and no guarantee of compensation. This research employed a normative legal approach, utilizing a statutory approach. Based on the research reviewed, Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection has not effectively regulated consumer rights in the buying and selling of used clothing. Business actors often use the phrases "as is," "goods that have been purchased cannot be returned," and "without guarantee," which are considered standard clauses that are prohibited. Law Number 19 of 2016 jo. Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions also does not optimally provide legal protection for consumers in online transactions. This study demonstrates the need for legal education for sellers and recipients of goods, as well as law enforcement through government oversight and strengthened regulations. Legal protection for preloved goods transactions on TikTok Live depends not only on existing provisions but also on the active participation of relevant parties.*

**Keywords:** *Consumer Protection, Preloved, Tiktok Live.*

Received October 03, 2025; Revised October 23, 2025; November 03, 2025

\*Corresponding author: [jessicasirait05@gmail.com](mailto:jessicasirait05@gmail.com)

# PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN *BEKAS* MELALUI APLIKASI *LIVE TIKTOK*

**Abstrak.** Penelitian ini dibuat dengan tujuan menganalisis dan mengetahui bagaimana efektivitas perlindungan terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual beli pakaian preloved (pakaian bekas layak pakai) melalui fitur siaran langsung (live) di aplikasi tiktok. Beberapa waktu belakangan ini jual beli pakaian bekas (preloved) sering dilakukan dengan fitur siaran langsung (TikTok live), sehingga menyebabkan masalah hukum yang berhubungan dengan hak konsumen. Biasanya praktik ini rawan akan ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan yang tercantum dikolom deskripsi, kesulitan tidak menerima refund, serta tidak ada jaminan ganti rugi. Adapun jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan. Berdasarkan penelitian yang dikaji Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen belum berjalan efektif mengatur dengan baik hak-hak konsumen dalam kegiatan jual beli pakaian bekas. Pelaku usaha kerap sekali menggunakan frasa sebagaimana adanya, barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan, tanpa jaminan, yang dianggap sebagai klausula baku yang dilarang. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga belum optimal memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi secara online. Hasil penelitian ini menunjukkan perlunya edukasi hukum bagi penjual dan penerima barang serta penegakan hukum dengan melakukan pengawasan dan mempertegas regulasi oleh pemerintah. Perlindungan hukum transaksi jual beli preloved di TikTok live tidak saja bergantung pada ketentuan yang ada, melainkan juga peran aktif dari pihak yang terkait.

**Kata Kunci:** Perlindungan Konsumen, Preloved, Tiktok Live.

## LATAR BELAKANG

Berkembangnya zaman yang begitu cepat memberikan dampak ke seluruh bidang dalam kehidupan masyarakat. Seperti kemajuan teknologi internet sebagai media komunikasi yang memudahkan masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan perekonomian terutama di bidang perdagangan. Internet yang berkembang ini memberikan pengaruh kepada pelaku usaha dan masyarakat untuk melakukan transaksi secara *online*. Manusia sendiri tidak dapat hidup individu tanpa memerlukan orang lain, manusia tentu membutuhkan masyarakat lain dihidupnya. Ada 2 (dua) jenis kebutuhan yang dimiliki

oleh manusia yakni kebutuhan yang utama dan kebutuhan sekunder.<sup>1</sup> Salah satu contoh kebutuhan sekunder ialah pakaian. Dalam kehidupan sehari-hari pakaian berfungsi untuk melindungi diri dari segala cuaca, selain itu pakaian juga memberikan kenyamanan bagi setiap individu. Di era modern seperti sekarang ini, pakaian juga menjadi sarana untuk mengungkapkan identitas pribadi, gaya hidup serta status ekonomi sosial seseorang. Hal ini tentu saja membuat banyak kalangan berupaya mempunyai koleksi pakaian yang cocok dengan tren dan gaya mereka. Jadi tidak heran banyak masyarakat yang berlomba untuk memiliki pakaian yang bermerek, karena memberikan kesan percaya diri ketika memakainya.

Namun kesulitan untuk memiliki pakaian bermerek terletak pada nilai harganya. Oleh sebab itu muncullah tren *thrifting* yang menjual pakaian *preloved* atau pakaian yang masih layak digunakan sebagai alternatif yang terjangkau. Produk dijual dengan harga yang lebih murah dibanding barang yang baru<sup>2</sup>, sehingga membangkitkan banyak peminat dari kalangan masyarakat. Pakaian *preloved* sebenarnya tidak hanya menjual pakaian merek terkenal saja, pakaian dengan brand lokal juga masih diperjualbelikan selagi barang tersebut masih layak untuk digunakan kembali. Tetapi kebanyakan pakaian *preloved* yang dijual merupakan barang merek yang diperoleh dari negara lain yang diimpor ke Indonesia. Ini memberikan ketertarikan kepada masyarakat karena pakaian *preloved* yang diimpor biasanya memiliki motif yang lebih menarik, kemudian juga jarang ditemukan di Indonesia dan *limited edition*. Padahal kebanyakan pakaian bekas yang diimpor ke negara ini berpotensi mengganggu kesehatan tubuh masyarakat. Dengan demikian tidaklah aman digunakan sebagai gaya dan kebutuhan hidup masyarakat.<sup>3</sup> Ini sudah diatur berdasarkan Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 51/M/DAG/PER/7/2015 yang melarang impor pakaian bekas dalam menjaga negara dari produk yang berbahaya.

Kalangan masyarakat biasanya melakukan *thrifting* pakaian *preloved* di pasar, di toko barang bekas atau juga biasa disuatu *event* bazar. Kemudian dengan kemajuan

---

<sup>1</sup> Musfir, Ahmad Syihan Ashiilah dan Apriyani, Ni Wayan Ella. "Perlindungan Konsumen Terhadap Penjualan Sepatu Sneakers Bekas". *Jurnal Kertha Semaya* 11, No. 2 (2023): 302.

<sup>2</sup> Rizal, Abu dkk. "Analisis Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Perlindungan Konsumen Atas Praktik Jual Beli Barang Preloved." *Jurnal Investasi Islam* 2, No. 2 (2021): 263.

<sup>3</sup> Izzah, Nur dan Fauziah, Nurul Izzati. "Analisis Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Pada Akun Tiktok @dthrift12 Menurut Pandangan Hukum Ekonomi Syariah." *al-Mizan* 8, No. 1 (2024): 182.

## PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN *BEKAS* MELALUI APLIKASI *LIVE TIKTOK*

teknologi serta akses internet yang menjangkau luas, jual beli pakaian *preloved* kini beralih ke dunia perdagangan secara *online* melalui media sosial, ini disebut perdagangan elektronik. Peraturan perdagangan elektronik atau e-commerce memiliki keunikan yaitu pelaku bisnis dan konsumen tidak membuat perjanjian dengan tatap muka melainkan berkomunikasi dan menyepakati secara *online*.<sup>4</sup> Adapun platform yang sedang ramai digunakan yaitu aplikasi TikTok. Awalnya aplikasi ini terkenal sebagai media hiburan, sebagai wadah untuk mengkreasikan diri melalui berbagai konten. Kemudian fitur yang ditawarkan pun berkembang dengan menyediakan *live shopping*, sebagai fitur yang dipergunakan para pelaku usaha untuk mempromosikan serta menjual produk yang ia jual.

Akan tetapi seiring meningkatnya transaksi jual beli pakaian *preloved* secara *online* menimbulkan risiko dan tantangan bagi konsumen. Pemberian informasi terkadang tidak dicantumkan dengan jelas, sehingga barang yang diterima dengan barang yang ditampilkan berbeda. Selain itu, tidak sedikit pula pelaku usaha yang menerapkan tidak menerima pengembalian (*refund*) serta tidak menyediakan jaminan atau garansi ganti rugi. Hal ini tentu melanggar hak yang seharusnya diterima konsumen, di lain sisi pelaku usaha tidak memahami dengan baik tanggung jawab yang harus dipenuhi dalam praktik dagang.

Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli pakaian *preloved* secara *online* sangatlah penting untuk menjamin semua hak-hak konsumen terpenuhi, sehingga dapat mencegah terjadinya praktik-praktik yang berpotensi merugikan konsumen. Namun berdasarkan fakta, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi secara *online* dihadapkan dengan beragam persoalan. Tantangan yang dihadapi berupa penegakan hukum yang masih lemah, minimnya peraturan khusus yang mengatur transaksi *online*, serta rendahnya kesadaran dan pemahaman konsumen terkait haknya saat bertransaksi *online*.<sup>5</sup>

Undang-undang perlindungan konsumen sendiri telah tercantum melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 serta Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 jo Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai ketentuan yang mengatur terkait transaksi perdagangan dengan sistem elektronik. Peraturan ini masih

---

<sup>4</sup> Utami, Wahyu dan Adipradana, Yogabakti. Pengantar Hukum Bisnis: *dalam perspektif teori dan praktiknya Indonesia*. (Jakarta, Jala Permata Aksara, 2017), 141.

<sup>5</sup> Promono, Satrio Budi dan Kurniati, Grasia. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Online di Indonesia." *Journal of Law Education and Business* 1, No. 2 (2023): 168.

belum cukup spesifik dan menjamin untuk memberikan perlindungan bagi konsumen dalam melakukan jual beli secara *online*. Maka dibutuhkan usaha lebih intensif dalam merumuskan peraturan khusus untuk menangani kompleksitas transaksi *online*.

Dengan semakin meningkatnya popularitas pembelian dan penjualan pakaian bekas melalui aplikasi TikTok, penting bagi semua pihak, pelaku usaha dan konsumen untuk senantiasa memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip perlindungan hukum yang berlaku. Hal ini bukan hanya memberikan perlindungan hak bagi konsumen, tetapi juga untuk mendorong terciptanya lingkungan perdagangan yang jujur, adil dan transparan. Oleh karena itu, penelitian ini diharap akan berguna dalam penyusunan usulan kebijakan yang lebih efektif dan relevan, serta menumbuhkan kesadaran publik terhadap pentingnya perlindungan hukum dalam bertransaksi *online*, terutama dalam hal jual beli pakaian *preloved*.

Beberapa tulisan sebelumnya yang membahas terkait dengan penelitian yang sedang dikaji, antara lain :

- a. Pertama artikel yang berjudul “Analisis Hukum Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Live Shopping Di E-commerce TikTok Shop” yang ditulis oleh Firman Taufiqurahman, dkk. Diterbitkan di Jatijajar Law Review yang mengkaji penerapan undang-undang perlindungan konsumen dalam transaksi melalui TikTok shop.
- b. Kedua artikel yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Pakaian Bekas (Thriftling) Melalui Aplikasi TikTok” oleh Loemongga Arthamevia, dkk. Diterbitkan di Cakrawala Hukum yang mengkaji dan mengidentifikasi mengenai legalitas dan perlindungan hukum konsumen jual beli pakaian thriftling melalui aplikasi TikTok.

Yang membedakan kajian ini dengan kajian sebelumnya ialah, bahwa penelitian sebelumnya berfokus berbicara mengenai perlindungan hukum konsumen dengan penjualan terhadap produk pakaian yang baru melalui TikTok shop sebagai e-commerce resmi. Sedangkan penelitian ini secara spesifik membahas penjualan pakaian bekas melalui fitur live streaming TikTok, sehingga permasalahan hukumnya lebih kompleks karena transaksi dilakukan secara langsung. Kemudian pada artikel kedua pembahasannya lebih menekankan terkait legalitas praktik jual beli pakaian bekas dengan menyoroti aspek keabsahan hukumnya tanpa mengkaji lebih dalam sejauh mana

# **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN *BEKAS* MELALUI APLIKASI *LIVE TIKTOK***

efektivitas perundang-undangan dan tanggung jawab pelaku bisnis pakaian bekas pada transaksi melalui aplikasi TikTok.

## **Rumusan Masalah**

Pokok pembahasan yang akan dianalisis yaitu :

1. Bagaimana efektivitas perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang melakukan transaksi jual beli pakaian *preloved* melalui aplikasi *live* TikTok berdasarkan UUPK dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik?
2. Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam kegiatan transaksi jual beli pakaian *preloved*?

## **Tujuan Penulisan**

Penelitian ini ditulis dengan tujuan, yang pertama untuk menganalisis efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 (UUPK) serta UU No. 19 Tahun 2016 jo UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang kedua untuk memahami dengan jelas tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang mengalami kerugian saat transaksi jual beli pakaian *preloved* melalui *live* TikTok.

## **METODE PENELITIAN**

Tulisan ini menggunakan pendekatan normatif atau dikenal juga hukum doktrinal. Data hukum penelitian ini bersumber dari bahan hukum. Studi ini menggunakan bahan hukum primer dan sekunder sebagai sumbernya. Bahan primer mencakup UU No.8 Tahun 1999, UU No. 19 Tahun 2016 jo UU No. 11 Tahun 2008 serta peraturan yang terkait. Kemudian literatur seperti buku dan jurnal sebagai sumber bahan sekundernya. Teknik pengumpulan data diperoleh dari studi kepustakaan dengan menelaah materi hukum yang relevan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Efektivitas Perlindungan Hukum Yang Diberikan Kepada Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Pakaian *Preloved* Melalui Aplikasi *Live* TikTok**

Masa era digital saat ini, perkembangan teknologi internet dalam kegiatan jual beli secara *online* telah banyak mengalami perubahan, termasuk dunia perdagangan yang sedang tren yaitu jual beli pakaian bekas (*preloved*). Aplikasi TikTok yang sebelumnya menjadi media hiburan, sekarang berpindah menjadi platform jual beli melalui fitur *live shopping*. Ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli dan melakukan transaksi lebih praktis. Namun perkembangan yang pesat ini, kemudahan transaksi yang ditawarkan juga menimbulkan berbagai tantangan terkait perlindungan hukum konsumen. Tantangan yang sering dihadapi oleh konsumen seperti ketidaksesuaian dan kualitas barang yang berbeda dengan yang tercantum dalam kolom deskripsi produk, tidak menyediakan *refund* (pengembalian barang), kerusakan barang, dan lain sebagainya. Terutama dalam transaksi jual beli pakaian *preloved*, yang mana pakaian tersebut merupakan barang yang pernah digunakan sebelumnya, kemudian dijual kembali dengan harga miring karena dianggap masih layak untuk dipakai kembali. Oleh sebab itu, perlindungan hukum konsumen dibutuhkan agar setiap hak konsumen terpenuhi.

Indonesia memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, ketentuan ini diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Secara umum, prinsip perlindungan konsumen mengatur dan melindungi konsumen dari aspek hubungan suplai dan penyedia antara konsumen dan penyedia. Perlindungan konsumen mencakup segenap usaha yang menjamin kepastian hukum dalam rangka melindungi konsumen.<sup>6</sup> Ketentuan Pasal 4 UUPK memberikan uraian terkait hak-hak yang dimiliki konsumen seperti hak atas kenyamanan barang yang digunakan, hak untuk mendapat barang sesuai dengan yang diperjanjikan, hak menerima informasi yang jelas dan benar, hak untuk didengar keluhannya, dll. Selain itu diatur pula dalam ketentuan Peraturan Pemerintah mengenai Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik yang telah dikeluarkan pemerintah Indonesia. Peraturan ini mengatur ketentuan yang berhubungan dengan kegiatan jual beli transaksi elektronik. Ketentuan ini berisikan kewajiban yang harus dipenuhi pelaku usaha elektronik yaitu untuk memberikan informasi benar dan akurat, memberi kemudahan mengenai pembatalan transaksi, menyediakan jaminan barang yang berkualitas, serta berkewajiban melindungi

---

<sup>6</sup> Siahaan, Nommy Horas Thombang. *Hukum konsumen: Perlindungan konsumen dan tanggung jawab produk*. (Jakarta, Pante rei, 2005), 11.

## PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN *BEKAS* MELALUI APLIKASI *LIVE TIKTOK*

data diri pribadi konsumen.<sup>7</sup> Ketentuan lain diatur pula pada PP Nomor 80 Tahun 2019 yang mengatur perdagangan melalui sistem elektronik, meliputi pengaturan tentang penyelenggara, peserta, dan produk perdagangan elektronik, cara melakukan transaksi, penyelesaian sengketa, serta pengawasan.<sup>8</sup>

Walaupun perlindungan konsumen dan kegiatan jual beli secara *online* sudah diatur oleh perundang-undangan, tetapi fakta yang terjadi masih terdapat hambatan maupun tantangan yang dihadapi. Pertama, masih banyak konsumen yang tidak memiliki kesadaran dan pengetahuan atas hak-hak yang diterima sebagai konsumen *online*. Padahal hak-hak ini sudah tercantum pada Pasal 4 UUPK, tetapi masih banyak konsumen yang tidak mengetahui bahwa mereka berhak untuk mendapat informasi yang jelas dan akurat, jaminan hak atas kualitas barang, hak untuk membatalkan transaksi dan menerima pengembalian. Sehingga tidak sedikit konsumen yang mengalami kerugian. Kedua, transaksi secara *online* melalui fitur *live shopping* bersifat interaktif dan spontan. Mekanisme fitur *live shopping* ini berlangsung *real time*, dimana pelaku usaha melakukan promosi secara langsung kepada konsumen, kemudian konsumen langsung dapat melakukan pembelian. Dengan proses yang berlangsung cepat dan praktis ini, sering sekali konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian secara buru-buru tanpa memeriksa mendalam dan mempertimbangkan secara detail pakaian yang akan dibeli. Terlebih lagi dengan pakaian *preloved* mungkin saja ketika dipromosikan terlihat bagus, namun saat diterima kualitas yang didapatkan tidak sesuai. Ketiga, mekanisme pengaduan serta penyelesaian sengketa transaksi *online* masih belum optimal.

PP PKE sudah menetapkan aturan bahwa pelaku usaha elektronik wajib menyediakan wadah penyelesaian sengketa transaksi *online* yang efektif dan memadai. Akan tetapi hal ini masih mengalami kesulitan dalam pengimplementasian penyelesaian sengketanya. Konsumen yang merasa dirugikan atas ketidaksesuaian barang cukup sulit mendapatkan ganti rugi pengembalian barang. Selain itu, transaksi yang dilakukan dengan fitur *live shopping* melalui platform TikTok ini juga belum memiliki regulasi yang

---

<sup>7</sup> Abdullah, Arifin dan Ramadhan, Almiftahul. “Kepastian Hukum Terhadap Hak Konsumen Di Era Digital Pada Transaksi Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Onlineshop Hadia Collection)”. *Jurnal Al-Mudharabah* 4, No. 1 (2022): 9.

<sup>8</sup> Izazi, Firyaa Shabrina dkk. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.” *Jurnal Hukum Nusantara* 1, No. 2 (2024): 12.



secara khusus dan spesifik. Sehingga perlindungan hukum menjadi tidak efektif karena *platform* tersebut tidak mengakomodasi kebutuhan khusus dari transaksi tersebut.

Terdapat beberapa saran untuk meningkatkan keefektifitas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* melalui platform elektronik, diantaranya:

1. Pemerintah dapat membangun pengetahuan dan kesadaran konsumen tentang haknya sebagai konsumen *online*. Upaya ini dapat dilakukan program penyuluhan dan edukasi serta menyediakan informasi yang dapat dengan mudah diakses oleh konsumen.<sup>9</sup>
2. TikTok sebagai platform yang menjadi wadah terlaksananya transaksi jual beli pakai *preloved* ini juga memiliki peran untuk menyediakan sistem pengaduan yang efektif bagi konsumen dan menerapkan sistem verifikasi terhadap pelaku usaha untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu TikTok dapat menerapkan sistem ulasan dan *rating* yang menjadi tempat konsumen berbagi pengalaman mereka dengan produk tersebut.
3. Proses penyelesaian sengketa perlu dibenahi. Pelaku usaha harus menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang transparan, efektif, serta dapat diandalkan. Selain itu penegakan hukum terhadap pelaku usaha terkait ganti kerugian kepada konsumen perlu ditegaskan.

Ketentuan perundang-undangan di Indonesia telah mengatur undang-undang terkait perlindungan konsumen. Namun dalam kenyataannya ketentuan ini masih menghadapi persoalan dalam menjamin keefektifitas perlindungan tersebut, seperti minimnya kesadaran yang dimiliki konsumen, kurangnya wadah untuk melakukan pengaduan serta masalah dalam penyelesaian sengketa. Karena itu, diperlukannya peningkatan pengetahuan kepada konsumen, tersedianya sistem untuk menampung pengaduan dan memperbaiki sistem penyelesaian sengketa, serta penegakan hukum harus lebih ditegaskan lagi. Harapannya dengan upaya ini, perlindungan hukum konsumen dapat berjalan lebih efektif.

---

<sup>9</sup> *Opcit.*, hal. 170

## PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN *BEKAS* MELALUI APLIKASI *LIVE TIKTOK*

### Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Pakaian *Preloved*

Dalam perlindungan konsumen bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha ialah suatu tanggung jawab hukum, karena terdapat hubungan hukum konsumen dengan pelaku usaha dalam kegiatan jual beli pakaian bekas tersebut. Kegiatan transaksi perdagangan elektronik tidak terlepas dari perjanjian kedua pihak yaitu pelaku usaha dan konsumen dimana terjadi suatu kesepakatan secara *online* terhadap suatu produk. Ketentuan tersebut merujuk Pasal 1320 KUHPer yang berisikan mengenai syarat perjanjian.<sup>10</sup> Pada pasal tersebut disebutkan bahwa sahnyanya suatu perjanjian harus memenuhi antara lain: kesepakatan para pihak, kecakapan dalam membuat perikatan, suatu hal tertentu serta sebab yang halal.<sup>11</sup>

Pasal 9 ayat (1) UUPK menegaskan “*Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, menginklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah; b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru*”. Terdapat kekaburan atau ketidakjelasan makna pada pasal ini terkait dengan pencantuman informasi “keadaan baik” terhadap suatu barang bekas (*preloved*), pemakaian tersebut dapat menimbulkan persoalan norma pada Pasal 8 ayat (2) UUPK bahwa “*Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud*”. Penjabaran Pasal 9 ayat (1) huruf b UUPK terkait pemakaian “keadaan baik” membuat konsumen mengalami kerugian.

Dalam hukum kerugian dikualifikasikan dua jenis antara lain kerugian materil dan kerugian immateriil. Kerugian materil merupakan kerugian yang dengan nyata jelas diderita oleh pihak yang dirugikan.<sup>12</sup> Sementara kerugian immaterial meliputi penderitaan yang timbul akibat perbuatan melawan hukum, yang sulit dibuktikan secara konkret, tidak dapat sepenuhnya dipulihkan, dan menyebabkan kerugian sementara dalam kebahagiaan, rasa takut, sakit fisik atau mental, serta guncangan emosional.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Payuk, Regitha Rara, dkk. “Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Mendapatkan Produk Tidak Sesuai Kesepakatan Dengan Pelaku Usaha Dalam Transaksi E-commerce.” *Lex Privatum* 9, No. 5 (2023): 8.

<sup>11</sup> Setiawan, I Ketut Oka. *Hukum Perikatan*. (Jakarta, Sinar Grafika, 2020), 60-61.

<sup>12</sup> Wawuru, Riki Perdana Raya. “Perluasan Ruang Lingkup Kerugian Immateriil”, <https://kepaniteraan.mahkamahagung.go.id/index.php/peraturan/6-artikel/artikel-hakim-agung/1458-perluasan-ruang-lingkup-kerugian-immateriil>, diakses pada tanggal 23 September 2025.

<sup>13</sup> *Ibid.*

Kerugian dapat timbul karena wanprestasi yang tertuang pada Pasal 1238 jo Pasal 1243 KUHPdata. Ketika salah satu pihak gagal memenuhi kewajibannya, maka kerugian akan terjadi. Menurut Pasal 1365 KUHP *“seseorang yang melakukan suatu perbuatan melawan hukum maka dia berkewajiban membayar ganti rugi akan perbuatannya tersebut”*. Kemudian Pasal 1246 KUHPdata menyatakan unsur ganti kerugian meliputi :

- a. “Biaya, yaitu pengeluaran yang sebenarnya telah dikeluarkan
- b. Rugi, yaitu kerugian disebabkan oleh kerusakan barang milik kreditur akibat dari kelalaian debitur
- c. Bunga, yaitu keuntungan yang seharusnya diterima atau diharapkan oleh kreditur jika debitur tidak lalai.”

Pasal 1243 KUHP mengatur terkait ganti rugi yang mencakup:

- a. “Biaya atau ongkos yang dikeluarkan;
- b. Kerugian nyata karena kerusakan, kehilangan benda milik kreditur yang disebabkan kelalaian debitur;
- c. Bunga yaitu keuntungan yang diharapkan.”

Tanggung jawab pelaku usaha dalam kegiatan jual beli tercantum dalam Pasal 19 hingga Pasal 28 UUPK, bahwa Pasal 19 menyebutkan:

- (1) “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;

## PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN *BEKAS* MELALUI APLIKASI *LIVE TIKTOK*

- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.”

Sesuai uraian tersebut maka apabila ditemukan cacat maupun ketidaksesuaian barang, konsumen memiliki hak untuk meminta ganti rugi atau pengembalian barang ataupun uang dan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti kerugian dalam bentuk pengembalian uang maupun barang yang sejenis atau bernilai sama, perawatan medis dan pemberian kompensasi yang sepadan bagi konsumen atas kerusakan, cemaran dan/atau konsumsi barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan oleh pelaku bisnis. Kecuali kesalahan tersebut disebabkan oleh konsumen yang dapat dibuktikan, maka pelaku bisnis tidak berkewajiban mengganti rugi. Kemudian apabila timbul permasalahan antara konsumen dan penjual, mekanisme penyelesaian masalah dapat ditempuh melalui mediasi, arbitrase, maupun campur tangan instansi perlindungan konsumen.<sup>14</sup>

Selain aspek hukum perdata, bila pelaku usaha menolak bertanggung jawab melaksanakan ganti rugi, maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha secara pidana maupun administrasi.<sup>15</sup> Sanksi pidana tercantum pada UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU Perlindungan Konsumen, dimana dalam hal ini pidana penjara dikumulasikan dengan pidana denda. Selain itu pelaku usaha juga akan dikenakan sanksi administratif. Sehingga dengan adanya ketentuan ini diharapkan dapat mencegah serta mengurangi pola negatif yang merugikan.

Melalui uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa UUPK telah menetapkan ketentuan terkait tanggung jawab pelaku usaha di sektor perdagangan pakaian bekas (*preloved*). Sesuai aturan undang-undang, maka setiap pelaku usaha wajib melakukan kegiatan transaksi jual beli dengan itikad baik, menyediakan informasi lengkap dan akurat terhadap barang yang diperjualbelikan, serta memberikan ganti kerugian berupa kompensasi atau penggantian barang dengan nilai setara apabila terbukti konsumen

---

<sup>14</sup> Pranata, Sungguh Ponten. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Sosial Media.” *Realism: Law Review* 1, No. 3 (2023): 85.

<sup>15</sup> Indradewi, A.A. Sagung N dan Windayati, Ni Putu Sri. “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Penjualan Pakaian Bekas Impor Yang Merugikan Konsumen Di Pasar Kodok Tabanan.” *Kerta Dyatmika* 16, No. 2 (2019): 6.

mengalami kerugian akibat penggunaan atau pembelian produk yang dijual oleh pelaku usaha.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Perlindungan konsumen telah diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 dan UU No. 19 Tahun 2016 jo UU No. 11 Tahun 2008. Secara umum undang-undang ini memberikan pondasi perlindungan yang cukup ekstensif. Namun keefektifitas peraturan ini masih belum berjalan dengan baik, terkhusus dalam konteks transaksi melalui *live* TikTok yang berlangsung dengan cepat dan dinamis. Ini disebabkan oleh faktor ketidaktahuan konsumen atas hak-hak yang seharusnya dia miliki, kemudian transaksi melalui fitur *live* TikTok berlangsung spontan dan praktis dengan kecepatan yang tinggi, serta proses pengaduan dan penyelesaian sengketa belum maksimal. Hal ini membuat banyak konsumen merasa dirugikan dan kerap menjadi pihak yang lemah dalam kegiatan jual beli *online*. Persolan ini bisa ditangani dengan memberikan pengetahuan bagi setiap konsumen, agar mengetahui hak-hak yang seharusnya diterima. TikTok sebagai platform yang menyediakan wadah berlangsungnya transaksi jual beli harus menyiapkan kebutuhan bagi konsumen berupa sistem pengaduan agar konsumen yang merasa dirugikan dapat melakukan pengaduan atas barang yang diterimanya dan mendapatkan kembali haknya secara adil sesuai kesepakatan. Kemudian TikTok juga harus lebih ketat dalam memberikan sistem verifikasi akun kepada pelaku usaha, verifikasi ini membantu memberikan kepercayaan konsumen terhadap para pelaku usaha. Adapun pelaku usaha juga bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, hal ini sudah tercantum melalui Pasal 19 hingga pasal 28 UUPK. Konsumen yang merasakan kerugian berhak mendapat ganti kerugian meliputi pengembalian atau penggantian uang maupun barang yang sejenis atau bernilai serupa, perawatan kesehatan serta pemberian kompensasi yang sesuai kesepakatan bersama. Bila pelaku usaha tidak bertanggung jawab ganti rugi sebagaimana yang diatur ketentuan di atas, maka konsumen yang mengalami kerugian dapat mengambil tindakan hukum dengan melayangkan gugatan terhadap pelaku usaha melalui lembaga berwenang dalam penyelesaian sengketa.

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Buku**

## **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN PAKAIAN *BEKAS* MELALUI APLIKASI *LIVE TIKTOK***

- Siahaan, Nommy Horas Thombang. 2005. *Hukum konsumen: Perlindungan konsumen dan tanggung jawab produk*. Jakarta: Pante rei.
- Utami, Wahyu & Adipradana, Yogabakti. 2017. *Pengantar Hukum Bisnis: dalam perspektif teori dan praktiknya Indonesia*. Jakarta: Jala Permata Aksara.
- Setiawan, I Ketut Oka. 2020. *Hukum Perikatan*. Jakarta: Sinar Grafika.

### **Jurnal**

- Musfir, Ahmad Syihan Ashiilah dan Apriyani, Ni Wayan Ella. “Perlindungan Konsumen Terhadap Penjualan Sepatu Sneakers Bekas.” *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 11, No. 2 (2023). 302.
- Rizal, Abu dkk. “Analisis Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Perlindungan Konsumen Atas Praktik Jual Beli Barang Preloved.” *Jurnal Investasi Islam*, Vol. 2, No. 2 (2021). 263.
- Izzah, Nur dan Fauziah, Nurul Izzati. “Analisis Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Pada Akun Tiktok @dthrift12 Menurut Pandangan Hukum Ekonomi Syariah.” *al-Mizan*, Vol. 8, No. 1 (2024). 182.
- Promono, Satrio Budi & Kurniati, Grasia. “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Online di Indonesia.” *Journal of Law Education and Business*, Vol. 1, No. 2 (2023). 2.
- Abdullah, Arifin dan Ramadhan, Almiftahul.” Kepastian Hukum Terhadap Hak Konsumen Di Era Digital Pada Transaksi Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Onlineshop Hadia Collection).” *Jurnal Al-Mudharabah*, Vol. 4, No. 1 (2022). 9.
- Taufiqurahman, Firman dkk. “Analisis Hukum Undang Undang Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Live Shopping Di E-commerce TikTok Shop.” *Jatijajar Law Review*, Vol. 3, No. 2 (2024), 59-62.
- Izazi, Firyaa Shabrina dkk. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.” *Jurnal Hukum Nusantara*, Vol. 1, No. 2 (2024). 12.

- Payuk, Regitha Rara, dkk. "Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Mendapatkan Produk Tidak Sesuai Kesepakatan Dengan Pelaku Usaha Dalam Transaksi E-commerce." *Lex Privatum*, Vol. 9, No. 5 (2023). 8.
- Pranata, Sungguh Ponten. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Sosial Media." *Realism: Law Review*, Vol. 1, No. 3 (2023). 85.
- Indradewi, A.A. Sagung N & Windayati, Ni Putu Sri. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Penjualan Pakaian Bekas Impor Yang Merugikan Konsumen di Pasar Kodok Tabanan." *Kerta Dyatmika*, Vol. 16, No. 2 (2019). 6.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2006 jo. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 51/M/-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas.

### **Internet**

Wawuru, Riki Perdana Raya. "Perluasan Ruang Lingkup Kerugian Immateriil", <https://kepaniteraan.mahkamahagung.go.id/index.php/peraturan/6-artikel/artikel-hakim-agung/1458-perluasan-ruang-lingkup-kerugian-immateriil>, diakses pada 23 September 2025.