

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA
APLIKASI TIKTOK CASH BERDASARKAN UNDANG
UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG
INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK
JUNCTO PASAL 1328, 1457, 1458 KUHPERDATA**

Oleh :
Fenny Paryani
41151010180229

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Pada Program Studi Hukum**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LANGLANGBUANA
BANDUNG
2022**

***LEGAL PROTECTION OF USERS OF THE TIKTOK
CASH APPLICATION BASED ON UNDANG-UNDANG
NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN
TRANSAKSI ELEKTRONIK JUNCTO PASAL 1328,
1457, 1458 KUHPERDATA***

**Disusun Oleh :
Fenny Paryani
41151010180229**

SKRIPSI

***To Fulfill One of the Examination Requirements to Obtain a Law Degree
in the Law Study Program***



***FACULTY OF LAW
LANGLANGBUANA UNIVERSITY
BANDUNG
2022***

DEKAN



Dr. Hj. Hernawati. RAS, S.H., M.Si

DOSEN PEMBIMBING

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping, stylized strokes that form a complex, abstract shape.

Dini Ramdania., S.H, M.H

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fenny Paryani
NPM : 41151010180229
Bentuk Penulisan : Skripsi
Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok
Cash Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016
Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal
1328, 1457, 1458 KUHPdata

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tugas akhir ini adalah hasil karya cipta saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila ternyata kemudian hari terbukti benar bahwa tugas akhir saya ini adalah hasil plagiat, maka dengan ini saya menyatakan kesanggupan bahwa saya bersedia untuk menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.

Demikian pernyataan keaslian tugas akhir ini saya buat dengan sebenarnya, dimana penulis dalam keadaan sadar, sehat dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Yang memberi pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'D4D49AKX121461859'.

Fenny Paryani
41151010180229

ABSTRAK

Tiktok *Cash* adalah situs *money game* yang menawarkan investasi bodong. Apalagi sistem permainan ini adalah member yang boleh mengajak rekannya seperti bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Tiktok sendiri telah membuat pernyataan resmi bahwa situs ini tidak berafiliasi dengan Tiktok. Pihak Tiktok juga menyatakan namanya ditunggangi oleh pengelola aplikasi Tiktok *Cash*, sehingga konsumen ada yang dirugikan, secara hukum perlu dilindungi. Adapun permasalahannya : Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPerduta. Upaya Penyelesaian Kerugian terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* di Media Sosial.

Pembahasan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang bertujuan untuk mencari asas-asas dan dasar-dasar falsafah hukum positif, serta menemukan hukum secara *in-concreto* mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328 KUHPerduta. Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif analitis, yaitu tidak hanya menggambarkan permasalahan saja, melainkan juga menganalisis melalui peraturan yang berlaku dalam hukum perdata. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan serta penelitian lapangan untuk mengumpulkan data primer dan sekunder.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPerduta adalah Perlindungan Konsumen bertujuan untuk melindungi hak, namun dalam penggunaan aplikasi Tik Tok Cash ada hak yang tidak terpenuhi yaitu, Hak konsumen untuk mendapatkan layanan secara maksimal, Hak atas menerima informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan dari sebuah produk yang ditawarkan, Hak pengguna untuk diperlakukan adil atau dilayani secara jujur serta tidak diskriminatif, Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila produk yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pelanggaran hukum atas kerugian Konsumen karena penggunaan Aplikasi Tik Tok Cash berawal pada tidak terdaftarnya aplikasi sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik, tidak memberikan layanan produk sesuai janji, menerapkan *money game*. Upaya Penyelesaian Kerugian terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* di Media Sosial adalah diselesaikan secara Litigasi dan non Litigasi. Penyelesaian sengketa terhadap praktik dalam investasi ilegal Tiktok *E-Cash* dapat dilakukan melalui pengaduan kepada OJK atau pengaduan melalui Kepolisian atas tindakan penipuan dan menyebarkan berita bohong dalam transaksi elektronik. Pelanggaran hukum atas kerugian Konsumen karena penggunaan Aplikasi Tik Tok *Cash* berawal pada tidak terdaftarnya aplikasi sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik, tidak memberikan layanan produk sesuai janji, menerapkan *money game*

ABSTRACT

Tiktok Cash is a money game site that offers fraudulent investments. Moreover, this game system is a member who can invite colleagues such as Multi Level Marketing (MLM) business. Tiktok itself has made an official statement that this site is not affiliated with Tiktok. The Tiktok party also stated that his name was ridden by the manager of the Tiktok Cash application, so that consumers were harmed, legally they needed to be protected. As for the problem: The legal protection for Tiktok Cash Application Users based on Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPerdata. The Efforts to Settle Losses for Tiktok Cash Application Users on Social Media.

The discussion of this thesis the author uses a normative juridical research method that aims to find the principles and basics of positive legal philosophy, and find the law in-concreto regarding the legal protection of users of the Tiktok Cash application based on Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPerdata. The specification of this research is analytical descriptive, that is, it does not only describe the problem, but also analyzes it through the applicable regulations in civil law. Data collection techniques were carried out through library research and field research to collect primary and secondary data.

The results of the study conclude that the legal protection of users of the Tiktok Cash application based on Law Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions Juncto Articles 1328, 1457, 1458 of the Civil Code is Consumer Protection aims to protect rights, but in the use of the TikTok Cash application there are rights that are not fulfilled namely, the right of consumers to get maximum service, the right to receive true, clear, and honest information about the conditions and guarantees of a product offered, the right of users to be treated fairly or served honestly and not discriminatory, the right to get compensation, replace loss and/or replacement, if the product received is not in accordance with the agreement or not as it should be. Violation of the law on consumer losses due to the use of the TikTok Cash Application begins with not registering the application as an Electronic System Operator, not providing product services as promised, implementing money games. Efforts to Settle Losses against Users of the Tiktok Cash Application on Social Media are settled by litigation and non-litigation. Settlement of disputes regarding the practice of illegal investment in Tiktok E-Cash can be done through a complaint to the OJK or a complaint through the Police for fraudulent acts and spreading false news in electronic transactions. Violation of the law on consumer losses due to the use of the TikTok Cash Application begins with not registering the application as an Electronic System Operator, not providing product services as promised, implementing money games.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Bismillahirrahmanirrohiim, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir selama menempuh perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana dengan membuat skripsi yang berjudul : **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA APLIKASI TIKTOK CASH BERDASARKAN UNDANG UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK JUNCTO PASAL 1328 KUHPERDATA”**.

Pembuatan skripsi ini merupakan syarat dalam mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana, selesainya skripsi ini berkat bantuan dan dorongan semua pihak berupa saran-saran dan bahan masukan serta data-data yang diperlukan sehingga memberikan kelancaran bagi penulis dalam menyelesaikannya. Sehubungan dengan hal tersebut penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat Ibu Dini Ramdania, S.H., M.H., selaku pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan arahan sehingga dapat terwujud skripsi ini, selanjutnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Brigjen Pol. (purn) Dr. H. R. AR. Harry Anwar, S.H., M.H., selaku Rektor Universitas Langlangbuana.
2. Ibu Dr. Hj. Hernawati RAS, S.H., M.Si., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.

3. Ibu Eni Dasuki Suhardini, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.
4. Ibu Sri Mulyati Chalil, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.
5. Bapak Dr. Dani Durahman, S.H., M.H selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.
6. Ibu Dini Ramdania, S.H., M.H., selaku Ketua Program Prodi Hukum Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.
7. Bapak Rachmat Suharno, S.H., M.H., selaku Sekretaris Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.
8. Ibu Diliya Mariam Rinjani, S.H., M.H., selaku Sekretaris Prodi Bidang Kajian Pidana dan Kepolisian.
9. Bapak Asep Toni Hendriana, selaku Kepala Bagian Tata Usaha Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.
10. Ibu Evi Ferawati, S.T.I, Selaku Kepala Sub Bagian Akademik.
11. Ibu Purnomowati, selaku Kepala Sub Bagian Umum.
12. Bapak M. Irfan N. A.Md., selaku Kepala Sub Bagian Kemahasiswaan.
13. Ibu Ani Trisnawati, selaku Kepala Sub Bagian Perpustakaan.
14. Bapak dan Ibu Dosen pada Fakultas Hukum Universitas Langlangbuana.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis persembahkan untuk Ibunda Tercinta Sussy Palmawati yang telah mendidik penulis dari kecil hingga sekarang, Suamiku Rinto Prastowo dan Anakku Zaqueena Azzahra tersayang serta Sahabat-

sahabatku yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat, motivasi dan mendoakan penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT, penulis serahkan semua urusan kehidupan ini semoga kasih sayang-Nya selalu menyertai penulis serta pengorbanan dari penulis mendapat ganjaran yang setimpal dari Allah SWT.

Amin Yaa Robbal Alamiin.

Bandung, November 2022



Fenny Paryani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Kerangka Pemikiran	7
F. Metode Penelitian	24

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM, *E-COMMERCE, APLIKASI TIKTOK CASH*

A. Perlindungan Hukum	27
B. <i>E-Commerce</i>	30
1. Pengertian dan Sejarah <i>E-Commerce</i>	30
2. Dasar Hukum <i>E-Commerce</i>	32
3. <i>E-Commerce</i> Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik	32
C. <i>Tiktok Cash</i>	36

1. Aplikasi Tiktok <i>Cash</i>	36
2. Sejarah Aplikasi Tik Tok	37
3. Menu Pada Aplikasi Tiktok.....	39
4. Upah Koin Pada Aplikasi Tiktok	41
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok	44
D. Penyelesaian Sengketa E-Commerce dengan Online Dispute Resolution (ODR)	46
BAB III PRAKTIK PELANGGARAN HUKUM ATAS KERUGIAN KONSUMEN DENGAN PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK CASH	
A. Kasus Penggunaan Aplikasi TikTok <i>Cash</i>	48
B. Kasus TikTok <i>Cash</i> Seorang Wanita di Gowa Rugi Hingga Rp 23 Juta	50
C. Kasus Penggunaan Aplikasi Tik Tok <i>Cash</i> Selebgram Cindy Mamesah	52
BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA APLIKASI TIKTOK CASH BERDASARKAN UNDANG UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK JUNCTO PASAL 1328 KUHPERDATA	
A. Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok <i>Cash</i> Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang	

Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328 KUHPerdata	53
B. Upaya Penyelesaian Kerugian terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok <i>Cash</i> di Media Sosial.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era teknologi saat ini, perkembangan terjadi pada seluruh aspek kehidupan termasuk di dalamnya kegiatan perdagangan. Pada awalnya perdagangan dilakukan dengan cara konvensional, yaitu dengan bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring perkembangan teknologi, pasar sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran mengalami perubahan. Pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi.

Munculnya internet sebagai media baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju. Kecepatan, kemudahan, serta murahnya biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk memakainya, termasuk untuk melakukan transaksi¹. Dengan munculnya media internet, bentuk jarak dan waktu tidak lagi menjadi hambatan setiap orang untuk melakukan transaksi. Selain untuk berkomunikasi, internet di luar dugaan sebelumnya telah berkembang menjadi media untuk berbisnis. Transaksi jual beli yang dilakukan melalui media internet pada dasarnya sama dengan transaksi jual beli pada umumnya².

Perdagangan lewat internet ini berkembang pula sistem bisnis virtual, seperti *virtual store* dan *virtual company*, pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet dan tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata. Dengan adanya fenomena yang demikian ini,

¹ Imam, Sja Putra, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Prenhallindo, Jakarta, 2015, hlm. 92

² *Ibid*, hlm 92

yakni semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting keberadaanya. Sebab dalam rangka mengejar produktifitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang menanggung dampaknya³.

Kemudahan yang ditawarkan internet, adalah suatu hal yang wajar ketika transaksi jual beli konvensional mulai ditinggalkan. Saat ini transaksi melalui media internet lebih dipilih karena kemudahan yang ditawarkan. Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, khususnya internet, menjanjikan sejumlah keuntungan, namun pada saat yang sama juga berpotensi terhadap sejumlah kerugian⁴. Perkembangan teknologi internet ini menimbulkan permasalahan baru dibidang hukum, khususnya hukum perlindungan konsumen. Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektifitas perkembangan dan penerapan teknologi tersebut di tengah masyarakat⁵.

Transaksi perdangan melalui media elektronik atau lazim disebut *Electronic Commerce* menyisakan berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya. *Electronic Commerce* terbentuk dari berbagai sub sistem yang tersusun secara

³ Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas, Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2016, hlm. 33.

⁴ Edmon, Makarim, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm. 342

⁵ *Ibid*, hlm. 342

sistematis, dan masing-masing sub sistem tersebut memiliki permasalahannya masing-masing.

Dampak negatif dari *E-Commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal –hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Disamping itu, bagi produsen, banyaknya jumlah orang yang dapat mengakses internet mengakibatkan produsen kesulitan untuk mendeteksi apakah pembeli yang hendak memesan produknya adalah pembeli yang sesungguhnya atau bukan.

Di dalam jual beli melalui internet, seringkali terjadi kecurangan. Kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi yang menyangkut keberadaan pelaku usaha, barang yang dibeli, harga barang, dan pembayaran oleh konsumen. Kecurangan yang menyangkut pelaku usaha, misalnya pelaku usaha yang bersangkutan merupakan toko yang fiktif.⁶

Era digitalisasi seperti saat ini terjadi perkembangan teknologi yang sangat maju yang ditandai dengan hadirnya media *online* atau orang lebih akrab lagi menyebutnya dengan istilah internet. Beberapa waktu lalu, pengguna aplikasi media sosial Tiktok dihebohkan dengan kemunculan Tiktok *Cash*. Tiktok *Cash* adalah sebuah situs *web* yang menawarkan sejumlah uang hanya dengan menonton video di media sosial Tiktok kemudian memberikan *like*. Tawaran memperoleh

⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara di Indonesia*, FH UII Press, Yogyakarta, 2019, hlm. 4

cuan dengan gampang ini membuat banyak orang tertipu. Pasalnya untuk mengikuti program di Tiktok *Cash* setiap calon member harus mendaftar sebagai anggota terlebih dahulu.

Syarat pendaftaran adalah mentransfer sejumlah uang agar orang-orang yang tertarik bisa menjadi member. Nahasnya, semakin tinggi uang yang ditransfer maka semakin tinggi pula level keanggotaan dan semakin banyak tugas yang diberikan sehingga keuntungan bisa berlipat ganda. Namun demikian, aplikasi Tiktok *Cash* lenyap tanpa jejak sebelum pengguna mendapatkan upah seperti yang telah dicantumkan aplikasi. Aplikasi diketahui tidak lagi bisa diakses. Namun, dalam laman yang sama, member sering mendapati pengumuman bahwa aplikasi bisa direset dengan mentransfer sejumlah uang. Pengakuan orang-orang di media sosial, mereka tertipu karena uang yang ditransfer tidak pernah kembali dan aplikasi tetap tidak bisa digunakan.⁷

Tiktok *Cash* adalah situs *money game* yang menawarkan investasi bodong. Apalagi sistem permainan ini adalah member yang boleh mengajak rekannya seperti bisnis Multi Level Marketing (MLM). Manajemen Tiktok sendiri telah membuat pernyataan resmi bahwa situs ini tidak berafiliasi dengan Tiktok. Pihak Tiktok juga menyatakan namanya ditunggangi oleh pengelola aplikasi Tiktok *Cash*, sehingga konsumen ada yang dirugikan, secara hukum perlu dilindungi.

Berdasarkan penelusuran sementara dari Penulis, telah ada yang menelusuri tentang Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash*, yaitu :

1. Nurul Amanina, NIM. 1216.013, skripsi berjudul : Perlindungan

⁷ M. Nurhadi, <https://www.suara.com/bisnis/2022/04/18/152259/apa-itu-tiktok-cash-hati-hati-terjebak-investasi-bodong?page=2/diakses> 15 Agustus 2022

Konsumen Dalam Jual-Beli *Online* Via Instagram Menurut Hukum Islam, Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Tahun 2020.

2. Dhela Safrilia, NIM: C92217130, skripsi berjudul : Analisis Peraturan Pemerintah No. 78 Tahun 2015 Terhadap Upah Koin Pada Aplikasi Tiktok, Jurusan Hukum Perdata Islam Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah Surabaya, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Tahun 2022.

Penelitian Penulis berbeda dengan yang sebelumnya karena Penulis membahas tentang Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash*.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik mengungkapkannya dalam sebuah skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENGGUNA APLIKASI TIKTOK CASH BERDASARKAN UNDANG UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK JUNCTO PASAL 1328, 1457, 1458 KUHPERDATA”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini pada hal-hal sebagai berikut :

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPerdata ?

2. Bagaimana Upaya Penyelesaian Kerugian terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* di Media Sosial ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memahami dan menganalisis Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPperdata.
2. Untuk memahami dan menganalisis Upaya Penyelesaian Kerugian terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* di Media Sosial.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum dan pembaharuan ilmu hukum nasional pada umumnya, terutama mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPperdata.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah tentang Perundang-undangan mengenai aplikasi tiktok maupun masyarakat luas khususnya bagi Praktisi Hukum seperti Polisi, Jaksa, Hakim dan Pengacara.

E. Kerangka Pemikiran

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁸ Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum.⁹ Sedangkan menurut C.S.T Kansil perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.¹⁰

Perlindungan hukum merupakan suatu konsep yang universal dari negara hukum. Pada dasarnya, perlindungan hukum terdiri atas dua bentuk, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Preventif diartikan sebagai pencegahan, Perlindungan Hukum Preventif digunakan untuk

⁸ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2015, hlm. 54.

⁹ Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2015, hlm. 10.

¹⁰ C.S.T Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2018 hlm. 102.

mencegah terjadinya suatu pelanggaran serta untuk memberikan batasan-batasan dalam melakukan kewajiban. Perlindungan Hukum Represif berfungsi untuk menyelesaikan sengketa yang telah muncul akibat adanya pelanggaran perlindungan ini merupakan perlindungan akhir yang berupa pemberian sanksi terhadap pelanggar yang telah dilakukan.

Istilah *electronic commerce* dapat dikatakan masih terdengar asing disebagian besar masyarakat Indonesia. Pada umumnya transaksi *E-Commerce* diterapkan oleh golongan menengah ke atas. Sampai dengan saat ini, masih belum ada suatu pendefinisian yang baku tentang keberadaannya dikenal juga sebagai transaksi *electronic commerce (E-Commerce)*. *E-Commerce* berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari *Electronic* dan kata *Commerce*.

Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) *commerce* adalah perdagangan dan perniagaan.¹¹ Adapun menurut istilah pengertian *E-Commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.¹²

Menurut pandangan *WTO (World Trade Organization)*, *E-Commerce* ini menyangkut semua kegiatan seperti produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sementara *Alliance For Global*

¹¹ John M.Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2016, hlm. 209 dan 129

¹² Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Yogyakarta, Ekuilibria, 2016, hlm. 5

Business mengartikan *E-Commerce* sebagai seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronika sebagai media. Melalui media tersebut barang dan jasa yang bernilai ekonomi yang dirancang, dihasilkan, diiklankan, dikatalogkan, diinventarisasi, dibeli atau dikirimkan.¹³

Menurut Kalakota dan Whinston meninjau pengertian *E-Commerce* dari empat perspektif, yaitu:

1. Perspektif komunikasi

Pada perspektif *E-Commerce* merupakan sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.

2. Perspektif proses bisnis

Pada perspektif ini *E-Commerce* merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi-transaksi bisnis dan alur kerja (*work flow*)

3. Perspektif layanan

Pada perspektif ini *E-Commerce* ialah suatu alat yang memenuhi keinginan yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan di satu sisi dan untuk meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

¹³ Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke- 2, Kencana, Jakarta, 2018, hlm. 373

4. Perspektif *online*

Pada perspektif ini *E-Commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana *online* yang lainnya.¹⁴

Definisi lain dikemukakan oleh Amir Hartman secara lebih terperinci lagi mendefinisikan sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antar dua buah institusi (B-to-C) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B-to-c).¹⁵ Selain itu, menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif bahwa *E-Commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.¹⁶

Definisi *E-Commerce* yang lain dapat ditemukan di dalam website Uni Eropa, yaitu *E-Commerce* merupakan sebuah konsep umum yang mencakup keseluruhan bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi yang dilaksanakan dengan menggunakan/memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, yang terjadi antara perusahaan dan konsumen, atau antara perusahaan dan lembaga-lembaga administrasi publik.¹⁷

¹⁴ Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce*, Sasrawarna Printing, Jakarta, 2011, hlm. 217-218

¹⁵ Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Gramedia, Jakarta, 2015, hlm. 1

¹⁶ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, PT Alex Media Komputindo, Jakarta, 2017, hlm. 2

¹⁷ Arsyad Sanusi, *op.cit*, hlm. 219.

Elektronik Commerce atau disingkat dengan (*E-Commerce*) adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacture*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu internet. *E-Commerce* ini sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial.¹⁸

Sedangkan pengertian transaksi (*E-Commerce*) yang dikemukakan oleh Julain Ding bahwa:¹⁹ *E-Commerce Transaction* adalah transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (*digital medium*) di mana para pihak tidak hadir secara fisik. Media ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu Internet atau *World Wide Web*.

E-Commerce merupakan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran, dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer. Dunia industri teknologi informasi melihatnya sebuah aplikasi bisnis secara electronic yang mengacu pada transaksi-transaksi komersial.²⁰ *E-Commerce* dapat juga diartikan suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara elektronik melalui media internet.²¹

E-Commerce menurut Laudon dan Traver diartikan sebagai transaksi bisnis yang dilakukan dengan menggunakan internet dan web dan memenuhi dua syarat

¹⁸ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2015, hlm. 10

¹⁹ Titik Triwulan Tutik, *op.cit*, hlm. 374

²⁰ Gemala Dewi, dkk. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, cet. 2, Kencana, Jakarta, 2015, hlm. 195.

²¹ *Ibid*, hlm. 196

yaitu seluruh transaksi dilakukan dengan teknologi media digital terutama pada transaksi yang terjadi melalui internet dan web, serta adanya perpindahan mata uang pada saat transaksi tersebut terjadi.²²

Kozinets et al, mendefinisikan *E-Commerce* sebagai proses pembelian, penjualan, pentransferan atau pertukaran produk baik barang, jasa, maupun informasi melalui jaringan komputer atau sumber internet. Salah satu keuntungan penggunaan sumber internet adalah pengiriman data dan informasi yang lebih cepat antara orang-orang yang terlibat, dalam hal ini yang dimaksud adalah pihak penjual dan pembeli.²³

Ketika melakukan transaksi *E-Commerce*, konsumen dapat memilih barang yang akan dikehendakinya dengan menggunakan fasilitas berupa katalog yang disediakan oleh produsen. Jika barang yang dikehendaki sesuai, maka konsumendapat melakukan pemesanan secara *online* yang nantinya akan diteruskan ke produsen untuk dikemas kemudian dikirim. Pada sistem *E-Commerce* ini, biaya administrasi maupun akomodasi dapat diminimalkan, sehingga tidak jarang ditemui banyak produk dengan harga *online* yang lebih murah dibandingkan dengan harga di *store*.

Dasar hukum transaksi elektronik juga diatur dalam kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yaitu Buku III, tentang Perikatan. Kegiatan jual beli dalam *E-Commerce* memiliki prinsip yang sama dengan kegiatan jual beli menurut KUHPerdata. Perbedaannya terletak pada khususnya *E-Commerce* yang menggunakan alat elektronik untuk menunjang aktivitasnya. Menurut Pasal 1457

²² Laudon, K., Traver, C. *E-Commerce: Business, Teknologi, Society* Prentice Hall Higher Education, 2019.

²³ Kozinets, Robert V., et al, *Networked Narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities*, Journal of marketing 74.2, 2015, hlm. 71-89.

KUH Perdata, jual beli adalah suatu perjanjian, di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain mengikatkan dirinya untuk membayar dengan harga yang telah dijanjikan. Dijelaskan dalam Pasal 1458 KUH Perdata, jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, setelah orang-orang tersebut mencapai kesepakatan tentang barang dan harganya, meskipun barang tersebut belum diserahkan, dan harganya belum dibayar.²⁴

Manfaat *E-Commerce* sebagai berikut:

1. Kemampuan grafis Internet mampu memperhatikan produk apa adanya (natural) serta dapat membuat brosur berwarna dan menyebarkan tanpa ongkos kirim.
2. Lebih aman membuka toko *online* dibandingkan membuka toko biasa. Dalam artian toko *online* bisa meminimalisasi terjadinya tingkat pengutatan liar atau tindakan kriminal lainnya seperti perampokan, pencurian, dll.
3. Berjalan di dunia Internet tidak mengenal hari libur dan hari besar, semua transaksi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja.
4. Tanpa batas wilayah dan waktu sehingga memberikan jangkauan emasaran yang luas dan tak terbatas oleh waktu.
5. Meningkatkan pangsa pasar (*market exposure*) dimana pengguna *E-Commerce* memungkinkan untuk meningkatkan pangsa pasar yang semula mempunyai pangsa pasar di dalam negeri saja, dengan adanya *E-Commerce* maka pangsa pasar menjangkau luar negeri.

²⁴ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Balai Pustaka, Jakarta, 2016, hlm. 366

6. Menurunkan biaya operasi (*operating cost*). Penggunaan teknologi Internet memungkinkan kita untuk melakukan kegiatan perdagangan selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, akan tetapi tidak terpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan untuk biaya lembur karyawan atau pegawai karena segala sesuatunya dikerjakan oleh seperangkat computer tidak membutuhkan operator untuk menjalankan proses perdagangan, cukup hanya dengan penggunaan software tertentu maka semua aktivitas dalam transaksi perdagangan dapat dilakukan.²⁵

E-Commerce dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu:

1. Bisnis ke Bisnis (*Business to Business*)

Bisnis ke Bisnis (*Business to Business*) disingkat dengan B2B adalah transaksi secara elektronik antara entitas atau obyek bisnis yang atau ke obyek bisnis lainnya. Transaksi B2B merupakan sistem komunikasi bisnis *online* antar pelaku bisnis. Aktivitas *E-Commerce* dalam ruang lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri. Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini meningkatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pebisnis lainnya.²⁶

Pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah *Internet Service Provide (ISP)* dan *Website* atau *Keybase* (ruang elektronik). ISP itu sendiri adalah pengusaha yang menawarkan akses kepada internet. karakteristik dari B2B sebagai berikut:

²⁵ Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Ekuilibria, 2016, hlm.12

²⁶ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, 2016, hlm. 18-19

- a. *Trading Partner* yang sudah saling mengetahui dan antar mereka sudah saling terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi yang dilakukan antar pembisnis tersebut atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.
- b. Pertukaran informasi yang dilakukan dengan format yang sudah disepakati. Jadi, *service* sistem yang digunakan antar kedua pembisnis juga menggunakan standar yang sama.
- c. Salah satu pelaku bisnis tidak harus menunggu rekan bisnisnya untuk mengirimkan datanya.
- d. Sarana yang digunakan *EDI (Electronic Data Interchange)* dan model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, dengan model ini antar pelaku bisnis lebih mudah untuk mendistribusikan informasi yang dimilikinya.²⁷

EDI adalah sebuah metode pertukaran dokumen bisnis antar aplikasi komputer–antar perusahaan/instansi secara electronis dengan menggunakan format standar yang telah disepakati. Perkembangan B2B lebih pesat jika dibandingkan dengan perkembangan jenis transaksi *E-Commerce* lainnya. Contoh dari B2B adalah Global Market Grup (GMC). Global Market Group adalah sebuah perusahaan perdagangan internasional pemasaran.

2. Bisnis ke Konsumen (*Business to Consumer*)

Salah satu bagian dari proses *E-Commerce Retail* atau *E-Commerce Business to Customer (B2C)* ini adalah proses Dropship, yaitu proses pemesanan barang oleh

²⁷ Endang Purwaningsih, *Hukum Bisnis*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2018, hlm. 58

konsumen untuk kemudian dilakukan proses pengiriman barang pesanan tersebut sesuai dengan alamat yang diberikan oleh konsumen.²⁸

Seperti hal penggunaan teknologi lainnya, *E-Commerce* mempunyai beberapa keuntungan dan kerugian. Berikut ini diuraikan beberapa keuntungan dan kerugian *E-Commerce* terhadap individu, masyarakat dan negara.

1. Keuntungan *E-Commerce*

a. Bagi Individu (penjual dan pembeli)

- 1) Bagi penjual memudahkan dalam pemasaran produk karena sudah terdapat banyak media sosial yang membantu para pebisnis *online* dalam pemasarannya.
- 2) Memudahkan penjual dalam mengontrol semua aktivitas aliran produknya sehingga meminimalisir pencurian produk oleh beberapa oknum tidak bertanggung jawab.
- 3) Banyak pebisnis *E-Commerce* membuka jam pemesanan lebih lama bahkan dapat mencapai waktu 24 jam dalam sehari.
- 4) Bagi pembeli juga *E-Commerce* memudahkan dalam pencarian berbagai macam produk yang dilakukan dengan mudah tanpa harus mengunjungi toko yang menjual produk tersebut.²⁹
- 5) *Home shopping*, pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan jangkauan toko-toko yang jauh dari lokasi pembeli.

²⁸ Putu Agus Eka Pratama. *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*, Informatika, Bandung, 2015, hlm. 14

²⁹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2017, hlm. 5

- 6) *Product on demand*. Pembeli dapat mencari produk sesuai dengan keinginan dan mendapatkannya.
 - 7) Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di *outlet-outlet* atau pasar tradisional.³⁰
- b. Bagi Masyarakat.
- 1) *E-Commerce* memungkinkan banyak orang yang untuk bekerja di rumah mereka sendiri dan untuk mengurangi frekuensi perjalanan yang harus mereka lakukan untuk berbelanja keluar rumah.
 - 2) *E-Commerce* memungkinkan sejumlah pedagang untuk menjual barang-barang atau jasa-jasa mereka dengan harga yang lebih murah, sehingga jumlah orang yang dapat membeli produk atau jasa mereka akan menjadi lebih banyak, sekaligus dapat meningkatkan standar hidup mereka.
 - 3) Memungkinkan masyarakat mendapatkan pemerataan produk karena banyak pebisnis *online* yang mencangkup pengiriman seluruh dalam negeri ataupun luar negeri.
 - 4) *E-Commerce* dapat memfasilitasi pemberian layanan-layanan publik, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, pendistribusian layanan-layanan sosial dari pemerintah dengan biaya yang lebih murah dan/atau dengan kualitas yang lebih baik.³¹

³⁰ Ita Nurhayati, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Bisnis Melalui E-Commerce di Indonesia*, Skripsi, Serang, 2016, hlm. 51

³¹ Arsyad Sanusi, *op.cit*, hlm. 252-253

c. Bagi Negara.

- 1) Negara banyak keuntungan untuk berbagai macam pajak penjualan dan pajak ekspor impor produk-produk tersebut.
- 2) Tarif ekonomi negara dapat meningkat karena jika suatu negara sudah mempunyai produk yang berkualitas dan banyak digemari maka akan banyak masyarakat terutama masyarakat luar negeri yang ingin membeli produk tersebut.³²

2. Kerugian *E-Commerce*

a. Bagi Individu

- 1) Rentannya terjadi penipuan *online* oleh para pebisnis *online* palsu.
- 2) Membuat individu menjadi lebih malas untuk mendatangi langsung dan melihat kualitas barang secara langsung.³³
- 3) Pembeli tidak semuanya mempergunakan teknologi yang sama.
- 4) Tidak semua orang memiliki akses terhadap internet.
- 5) Organisasi/manajer butuh untuk meningkatkan pengetahuan mengenai teknologi informasi.³⁴

b. Bagi Masyarakat.

- 1) Membuat masyarakat lebih konsumtif karena dengan mudahnya melihat dan mencari produk-produk yang sedang *trending* mendorong masyarakat ingin memiliki semua produk-produk tersebut karena dapat

³² Adi Sulisty Nugroho, *op.cit.*, hlm.10

³³ *Ibid*, hlm. 9

³⁴ Hilyana Aulia, *Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Pengguna Kartu Kredit dalam Transaksi E-Commerce*, Skripsi, Bandar Lampung, 2018, hlm. 53

didapatkan

dengan mudah.

- 2) Mendorong perilaku egoisme karena terkadang masyarakat lebih mengutamakan atau meninggikan dirinya sendiri dari lingkungannya karena ingin tampil lebih dengan produk-produk yang sedang *trending*.

c. Bagi Negara.

- 1) Negara sering dirugikan oleh produk-produk hasil *illegal* dan berbagai macam aktivitas penggelapan barang yang terjadi dalam bisnis *E-Commerce*.
- 2) Negara juga akan mendapatkan pencemaran nama baik apabila terdapat oknum-oknum penjual dalam negeri yang memalsukan ataupun melakukan kejahatan dalam aktivitas *E-Commerce*.³⁵

Keabsahan jual beli secara elektronik (*E-Commerce*) dengan menggunakan kartu kredit dapat menerapkan KUHPperdata sebagai dasar diakui keabsahannya dimana syarat sahnya perjanjian tercantum dalam Pasal 1320 KUHPperdata, yaitu:

1. Kesepakatan

Menurut asas konsensualisme, suatu perjanjian lahir pada detik tercapainya kesepakatan atau persetujuan antara kedua belah pihak mengenai hal-hal yang pokok dari apa yang menjadi objek perjanjian.

2. Kecakapan

Kecakapan adalah kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum.

³⁵ Adi Sulistyono Nugroho, *Op. Cit*, hlm. 10-11

3. Suatu hal tertentu Suatu hal tertentu berkaitan dengan objek perjanjian, maksudnya bahwa objek perjanjian harus jelas dan ditentukan oleh para pihak, objek perjanjian dapat diperhitungkan jenis dan jumlahnya, objek perjanjian tidak digunakan untuk kepentingan umum.

4. Suatu Sebab yang Halal

Suatu sebab yang halal maksudnya adalah isi suatu perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan Pasal 5 dan 6 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa informasi, dokumen dan tanda tangan elektronik dapat sebagai bukti yang sah dalam bertransaksi *E-Commerce* dianggap sah sepanjang informasi yang tercantum di dalamnya dapat diakses, ditampilkan, dijamin keutuhannya, dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga menerangkan suatu keadaan.

Jual-beli dalam *E-Commerce* jika ditinjau dengan Hukum Perjanjian di Indonesia yang bersumber pada KUHPerdato adalah sah karena telah memenuhi syarat yang diharuskan baik syarat obyektif maupun syarat subyektif, maka sebagaimana halnya jual-beli pada umumnya (konvensional), jual-beli dalam *E-Commerce* secara tidak langsung haruslah memenuhi berbagai asas-asas kontrak dalam KUHPerdato antara lain asas itikad baik, dan kesepakatan (*Pacta Sun Servanda*). Kesepakatan dalam perjanjian, pada dasarnya merupakan perwujudan dari kehendak dua pihak atau lebih dalam perjanjian tersebut, mengenai hal-hal yang mereka kehendaki untuk dilaksanakan, mengenai cara melaksanakannya,

mengenai saat pelaksanaannya dan mengenai pihak yang berkewajiban untuk melaksanakan hal-hal yang telah disepakati tersebut.³⁶

Jual-Beli secara Elektronik (*E-Commerce*) menurut Hukum Perjanjian di Indonesia menggunakan Pasal 18 (1) Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak. Dari ketentuan pasal tersebut mengenai daya ikat dari suatu kontrak atau perjanjian yang dilakukan melalui transaksi elektronik. Artinya meskipun perjanjian tersebut dilakukan melalui suatu kontrak elektronik namun perjanjian tersebut tetaplah perjanjian sebagaimana perjanjian konvensional yang mengikat para pihak, serta melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak.

Salah satu jual beli *online* adalah Aplikasi Tiktok. Secara garis besar, Aplikasi TikTok adalah aplikasi untuk membuat dan menyebarkan beragam video pendek dalam format secara vertikal, yang dimainkan hanya dengan men-*scroll* layar ke atas maupun ke bawah. Menariknya aplikasi TikTok ini ternyata adalah hasil dari akuisisi ByteDance, sebuah perusahaan media China yang mengakuisisi Musical.ly dengan harga 1 Miliar US dollar pada tahun 2018. Uniknya di China sendiri TikTok bernama Douyin. Kemudian setelah itu TikTok terus tumbuh secara perlahan dan mulai mengglobal. Dengan aplikasi yang kelebihanannya menggunakan musik tanpa perlu takut terkena hak cipta pemiliknya, algoritma dari TikTok pula yang membuat aplikasi ini semakin populer, berbeda dengan Youtube atau Instagram, algoritma TikTok bisa menyebarkan konten pengguna siapapun tanpa

³⁶ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cetakan Kedua Puluh Satu, Intermedia, Jakarta, 2015, hlm.26

melihat jumlah pengikutnya dengan mempelajari kebiasaan para pengguna aktif lebih cepat dari aplikasi lain, yang dinamakan “*For Your Page*”.

Saat pandemi Covid-19 mulai menyebar di awal tahun 2020 dan tagar #*Stayhome* mulai muncul dimana-mana. Aplikasi TikTok semakin digandrungi oleh banyak orang di dunia untuk menghilangkan rasa jenuh disaat karantina berlangsung. Terbukti pada tahun 2020, per Oktober TikTok mencapai 2 miliar unduhan di seluruh dunia. Hal tersebut adalah jumlah yang luar biasa sekaligus langsung naik menantang sosial media yang telah lebih dahulu menjadi besar seperti Facebook, Instagram, dan Twitter.

Pada tahun 2020 pula, para pengguna TikTok di Amerika Serikat sempat membuat panas pentas demokrasi pemilihan umum presiden disana, bagaimana tidak. Donald Trump, yang pada saat itu menjabat sebagai Presiden Amerika Serikat sekaligus kandidat calon presiden periode selanjutnya, pernah di-*trolling* oleh para pengguna TikTok dengan cara pemesanan tiket palsu dan menipu untuk datang ke kampanye Trump tanpa benar-benar datang ke acara tersebut. Tim Trump bahkan sebelumnya telah memprediksi kampanye akan membludak karena pendaftar hingga mencapai sejuta orang. Tetapi alhasil, kampanye yang tepatnya diselenggarakan di Tulsa, Oklahoma tersebut terpantau sepi akibat ulah para pengguna TikTok di sana.

Membawakan format vertikal, TikTok hadir sebagai pembaru dalam bagaimana cara bersosial media. Pengguna TikTok bisa bebas memilih banyak musik dan menggunakan filter serta dapat melakukan konten *lipsync* ditambah algoritma “*For your page*” yang membuat semua orang bisa ikut berpartisipasi dalam membuat konten dan dapat dilihat banyak orang terlepas berapa banyak

pengikut yang dimilikinya.³⁷ Ketika sedang memainkan aplikasi Tiktok. Hal ini menyebabkan tak akan ada habis-habisnya konten yang ada di TikTok karena hal itu akan saling berhubungan sampai tidak ada ujungnya.

Membandingkan TikTok dengan platform lainnya malah membuatnya semakin unik, TikTok itu seperti “Youtube” yang konsisten dalam konten berbentuk video, TikTok juga seperti Facebook dan Twitter yang menu utamanya langsung menuju “Feeds” orang-orang lain yang di TikTok juga dinamakan sebagai menu “For Your Page” yang mudah untuk dinikmati. TikTok pun seperti Netflix dalam memberikan konten kepada penggunanya melalui algoritma rekomendasi bukan melalui *Friends* atau *Followers*. Dan juga TikTok seperti Snapchat dan Instagram yang hanya dapat diproduksi dengan *smatphone*.

Pada akhirnya TikTok merupakan sosial media yang unik sekaligus platform sosial media pertama yang menggabungkan banyak karateristik sosial media lain dalam satu aplikasi, yang membuat TikTok menjadi hawa baru untuk dunia sosial media pada dekade yang baru ini. TikTok perlahan akan mengubah cara bersosial media, bahkan jika menghindarinya.

Tiktok Cash adalah sebuah situs web yang menawarkan sejumlah uang hanya dengan menonton video di media sosial Tiktok kemudian memberikan like. Tawaran memperoleh cuan dengan gampang ini membuat banyak orang tertipu. Pasalnya untuk mengikuti program di Tiktok Cash setiap calon member harus mendaftar sebagai anggota terlebih dahulu. Syarat pendaftaran adalah

³⁷Baharian Diko, <https://arek.its.ac.id/hmsi/2021/09/08/tiktok-aplikasi-yang-mengubah-dunia-sosial-media/diakses> 15 Agustus 2022

mentransfer sejumlah uang agar orang-orang yang tertarik bisa menjadi member. Nahasnya, semakin tinggi uang yang ditransfer maka semakin tinggi pula level keanggotaan dan semakin banyak tugas yang diberikan sehingga keuntungan bisa berlipat ganda. Namun demikian, aplikasi Tiktok Cash lenyap tanpa jejak sebelum pengguna mendapatkan upah seperti yang telah dicantumkan aplikasi. Aplikasi diketahui tidak lagi bisa diakses. Namun, dalam laman yang sama, member sering mendapati pengumuman bahwa aplikasi bisa direset dengan mentransfer sejumlah uang. Pengakuan orang-orang di media sosial, mereka tertipu karena uang yang ditransfer tidak pernah kembali dan aplikasi tetap tidak bisa digunakan. Tiktok Cash adalah situs money game yang menawarkan investasi bodong. Apalagi sistem permainan ini adalah member yang boleh mengajak rekannya seperti bisnis multi level marketing (MLM).

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini terbagi ke dalam beberapa bagian, yaitu :

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode *yuridis normatif*,³⁸ yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menguji data sekunder yang berupa hukum positif khususnya di bidang hukum perdata yang berkaitan dengan Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang

³⁸ Endang Saefullah Wiradipraja, *Penuntun Praktis Metode Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah Hukum*, Bandung, 2015, hlm 37.

Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPerdata.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah *deskriptif analitis*, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta-fakta dan permasalahan yang diteliti sekaligus menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dikaitkan dengan Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok *Cash* Berdasarkan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Juncto Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPerdata.

3. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut, yaitu:

Penelitian kepustakaan yang bertujuan untuk memperoleh data sekunder yang terdiri atas:

- 1) Bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan beserta peraturan pelaksana lainnya, yang terdiri dari:
 - a) Undang-Undang Dasar Negara RI Tahun 1945 hasil Amandemen
 - b) KUHPerdata
 - c) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti buku atau hasil penelitian.

- 3) Bahan hukum tertier, yaitu bahan-bahan yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer dan sekunder, seperti opini masyarakat yang dipublikasikan, baik dalam seminar, lokakarya, surat kabar ataupun yang lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer yang diperoleh dari kepustakaan adapun data tersebut adalah Studi Dokumen. Menurut Soerjono Soekanto, studi dokumen merupakan suatu alat pengumpulan data yang dilakukan melalui data tertulis dengan mempergunakan content analysis³⁹. Content analysis yaitu mengkaji literatur – literatur, karya ilmiah para sarjana, peraturan perundang – undangan, catatan – catatan ilmiah dan melalui penelitian untuk mendapatkan data lapangan guna mendukung data sekunder terhadap hal-hal yang erat hubungannya dengan masalah yang sedang di teliti.

5. Analisis Data

Analisis data adalah cara untuk melakukan analisis data dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah metode yuridis kualitatif⁴⁰, yaitu data yang akan diolah dan di analisis secara kualitatif dari data pustaka dan sumber lainnya.

³⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, hlm.66

⁴⁰ Daud Silalahi, *Metode Penelitian Hukum*, Lawencon Copy & Binding Centre, Bandung, 2015, hlm. 21.

BAB II

**TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM,
*E-COMMERCE, APLIKASI TIKTOK CASH***

A. Perlindungan Hukum

Istilah perlindungan hukum dalam bahasa Inggris dikenal dengan *legal protection*, sedangkan dalam bahasa Belanda dikenal dengan *Rechts bescherming*. Secara etimologi perlindungan hukum terdiri dari dua suku kata yakni Perlindungan dan hukum. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia perlindungan diartikan (1) tempat berlindung, (2) hal (perbuatan dan sebagainya), (3) proses, cara, perbuatan melindungi.⁴¹

Hukum adalah hukum berfungsi sebagai pelindungan kepentingan manusia, agar kepentingan manusia terlindungi, hukum harus dilaksanakan secara profesional. Artinya perlindungan adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan dengan cara-cara tertentu menurut hukum atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perlindungan hukum merupakan hak setiap warga negara, dan dilain sisi bahwa perlindungan hukum merupakan kewajiban bagi negara itu sendiri, oleh karenanya negara wajib memberikan perlindungan hukum kepada warga negaranya. Pada prinsipnya perlindungan hukum terhadap masyarakat bertumpu dan bersumber pada konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap harkat, dan martabat sebagai manusia. Sehingga pengakuan dan perlindungan terhadap hak

⁴¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <https://kbbi.web.id/perlindungan>, diakses 29 Agustus 2022

tersangka sebagai bagian dari hak asasi manusia tanpa membeda-bedakan. Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban, yang dapat diwujudkan dalam bentuk seperti melalui restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum.⁴²

Perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman, sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.⁴³

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁴⁴ Karena sifat sekaligus tujuan hukum menurutnya adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat, yang harus diwujudkan dalam bentuk adanya kepastian hukum. Perlindungan hukum merupakan tindakan bagi yang bersifat preventif dan represif.⁴⁵

Perlindungan hukum adalah perbuatan untuk melindungi setiap orang atas perbuatan yang melanggar hukum, atau melanggar hak orang lain, yang dilakukan oleh pemerintah melalui aparaturnya dengan menggunakan cara-cara tertentu berdasarkan hukum atau peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai upaya pemenuhan hak bagi setiap warga negara, termasuk atas perbuatan

⁴² Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press. Jakarta, 2017, hlm. 133

⁴³ Setiono, *Rule Of Law (Supremasi Hukum)*, Magister Ilmu Hukum Pasca Sarjana Univeristas Sebelas Maret. Surakarta, 2016, hlm. 3.

⁴⁴ Sapiro Raharjo, *op. cit*, hlm. 53

⁴⁵ Phillipus M. Hadjon, *op. cit*, hlm. 2

sewenang-wenang yang dilakukan oleh penguasa (aparatur penegak hukum itu sendiri).

Philipus M. Hadjon membedakan dua macam sarana perlindungan hukum, yakni:

- a. Sarana Perlindungan Hukum Preventif. Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa.
- b. Sarana Perlindungan Hukum Represif. Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.⁴⁶

Muchsin, membedakan perlindungan hukum menjadi dua bagian, yaitu:

- a) Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 20

perundang undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan- batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

b) Perlindungan Hukum Represif.

Merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.⁴⁷ bahwa Perlindungan hukum yang diberikan kepada subyek hukum dalam bentuk perangkat aturan hukum dan cara-cara tertentu baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif. Hal tersebut merupakan representasi dari fungsi hukum itu sendiri untuk memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

B. E-Commerce

1. Pengertian dan Sejarah E-Commerce

E-Commerce adalah singkatan dari dua kata, yakni *electronic* dan *commerce*. Bila diartikan secara harfiah, artinya adalah perdagangan elektronik. Maksudnya, segala bentuk perdagangan meliputi proses pemasaran barang sampai dengan distribusi yang dilakukan melalui jaringan elektronik atau *online*. Secara sederhana, *E-Commerce* adalah bentuk perdagangan yang dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan internet. *E-Commerce* bisa dilakukan melalui komputer, laptop, sampai smartphone. Banyak bentuk layanan yang bisa kamu dapatkan dengan memanfaatkan transaksi *E-Commerce*, mulai dari pembelian tiket

⁴⁷ Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2015, hlm. 20.

transportasi, pembayaran tagihan seperti listrik dan air, kemudian juga layanan perbankan dan investasi.

Menurut Kotler dan Armstrong, pengertian *E-Commerce* adalah saluran *online* yang dijangkau oleh seseorang melalui komputer. Saluran ini umumnya digunakan oleh seorang pebisnis untuk menjalankan aktivitas bisnisnya. Sedangkan bagi konsumen, saluran ini digunakan untuk mencari informasi sampai dengan menentukan pilihan dan akhirnya melakukan transaksi sampai selesai.⁴⁸

E-Commerce pertama kali diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertama kali banner-elektronik dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan disuatu halaman-web (*website*). Menurut Riset Forrester, perdagangan elektronik menghasilkan penjualan seharga AS\$12, 2 miliar pada 2003. Menurut laporan yang lain pada bulan oktober 2006, pendapatan ritel *online* yang bersifat non-travel di Amerika Serikat diramalkan akan mencapai seperempat trilyun dolar US pada tahun 2011.

Istilah "perdagangan elektronik" telah berubah sejalan dengan waktu. Awalnya, perdagangan elektronik berarti pemanfaatan transaksi komersial, seperti penggunaan EDI untuk mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian atau *invoice* secara elektronik. Kemudian dia berkembang menjadi suatu aktivitas yang mempunyai istilah yang lebih tepat "perdagangan *web*" pembelian barang dan jasa melalui *World Wide Web* melalui server aman (HTTPS), protokol *server* khusus yang menggunakan enkripsi untuk merahasiakan data penting pelanggan.

⁴⁸ Dini N. Rizeki, <https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce-adalah/diakses> tanggal 29 Agustus 2022

Pada awalnya ketika web mulai terkenal di masyarakat pada 1994, banyak jurnalis memperkirakan bahwa *E-Commerce* akan menjadi sebuah sektor ekonomi baru. Namun, baru sekitar empat tahun kemudian protokol aman seperti HTTPS (*Hypertext Transfer Protocol Secure*) memasuki tahap matang dan banyak digunakan. Antara 1998 dan 2000 banyak bisnis di AS dan Eropa mengembangkan situs web perdagangan ini.

Sejarah Perkembangan *E-Commerce* di dunia di mulai dari kemunculan Internet yang kemudian terus berkembang sehingga muncullah *E-Commerce*. Pada awalnya, Internet merupakan koperasi komputer yang tidak dimiliki oleh siapa pun. Di Indonesia ditandai dengan berdirinya Dyviacom Intrabumi atau D-Net sebagai printis transaksi *online*. Wahana transaksi berupa mall *online* yang disebut D-Mall (diakses lewat D-Net) ini telah menampung sekitar 33 toko *online/merchant*. Dan sekarang sudah tidak asing lagi bahkan booming khususnya yang berfokus kepada transaksi jual-beli *online* dalam bentuk toko *online*, seperti: www.lazada.com, dll.

2. Dasar Hukum *E-Commerce*

Sistem transaksi jual beli konvensional dianggap sudah tidak mengakomodir keinginan konsumen untuk berbelanja dengan tidak harus keluar rumah atau gedung kantor, menggunakan sarana komputer atau *handphone* dan terhubung jaringan internet dengan membuka situs-situs belanja online yang kian menjamur memenuhi pangsa pasar, memudahkan transaksi jual beli secara *E-Commerce* menjadi solusi bagi masyarakat. *E-Commerce* lahir berdasarkan kontrak jual beli yang terjadi secara elektronik antara penjual dan pembeli. Meskipun transaksi elektronik telah mengalami amandemen dalam perundang – undangannya yaitu

Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun belum mengakomodir tentang syarat-syarat sahnya suatu kontrak elektronik secara khusus, *E-Commerce* diatur dalam Undang – Undang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah serta Keputusan Menteri Perdagangan.

3. *E-Commerce* Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris merupakan dua penggabungan kata, yaitu *Electronic* berarti elektronik dan *commerce* berarti perdagangan. Jadi, *E-Commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet. *E-Commerce* menurut Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa, “pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, 1) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).

4. Pasal 1328, 1457, 1458 KUHPerdato

Pasal 1328 KUHPerdato, berbunyi: “Penipuan merupakan suatu alasan untuk membatalkan suatu persetujuan, bila penipuan yang dipakai oleh salah satu pihak adalah sedemikian rupa, sehingga nyata bahwa pihak yang lain tidak akan mengadakan perjanjian itu tanpa adanya tipu muslihat.

Pengertian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdato adalah : “Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”

Asas konsensualitas itu sendiri menurut pasal 1458 KUHPerdato mengatur sebagai berikut : “Jual beli sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai kata sepakat tentang barang dan harga meskipun barang belum diserahkan dan harga belum dibayar”.

5. Pengertian dan Syarat-syarat Perjanjian

Perjanjian adalah kesepakatan yang memiliki kekuatan hukum dan mengikat antara dua pihak atau lebih, sehingga masing-masing memiliki kewajiban hukum yang harus diselesaikan.

Dalam praktiknya, perjanjian memiliki sejumlah syarat supaya dianggap sah secara hukum. Syarat sah perjanjian itu diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1320. Syarat-syarat sah tersebut, antara lain:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya.
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
3. Suatu pokok persoalan tertentu.

4. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Syarat pertama dan kedua disebut sebagai syarat subjektif karena berkaitan dengan para subjek yang membuat perjanjian. Sementara itu, syarat kedua dan ketiga disebut syarat objektif karena berkaitan dengan objek dalam perjanjian.

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya

Kesepakatan mereka yang mengikat dirinya” berarti para pihak yang membuat perjanjian harus sepakat atau setuju mengenai hal-hal pokok atau materi yang diperjanjikan. Kesepakatan itu harus dicapai dengan tanpa ada paksaan, penipuan, atau kekhilafan. Adanya unsur pengikat inilah yang kemudian menjadi syarat sah perjanjian.

Sebagai contoh, sebuah perusahaan ingin menyewa sejumlah kendaraan bermotor dari perusahaan penyedia kendaraan bermotor. *Nah*, kedua belah pihak sepakat dalam hal penyewaan kendaraan bermotor dalam kurun waktu satu tahun untuk keperluan tertentu.

Perjanjian tersebut mengatur terkait harga, cara pembayaran, sanksi, penyelesaian sengketa, dan sebagainya. Biasanya, di dalam kesepakatan bersangkutan turut menyatakan bahwa kedua pihak menyepakati tanpa adanya unsur penipuan, paksaan, atau kekhilafan.

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Pasal 1330 KUHPerdara telah mengatur pihak-pihak mana saja yang boleh atau dianggap cakap untuk membuat perjanjian. Di samping itu, ada orang yang dianggap tidak cakap untuk membuat perjanjian, antara lain:

- Orang yang belum dewasa.

- Orang yang ditempatkan di bawah kondisi khusus (seperti cacat, gila, dinyatakan pailit oleh pengadilan, dan sebagainya).

3. Suatu pokok persoalan tertentu

Suatu pokok persoalan tertentu” berarti apa yang diperjanjikan (objek perikatannya) harus jelas. Dengan kata lain, jenis barang atau jasa itu harus ada dan nyata. Sebagai contoh, perjanjian menyewa rumah toko (ruko) dua lantai dengan luas bangunan 750 m² yang terletak di Jalan Kebahagiaan Nomor 69, Jakarta Pusat. Ruko adalah barang yang jelas dan nyata.

4. Suatu sebab yang tidak terlarang

Suatu sebab yang tidak terlarang” atau juga sering disebut sebagai suatu sebab yang halal berarti tidak boleh memperjanjikan sesuatu yang dilarang undang-undang atau yang bertentangan dengan hukum, nilai-nilai kesopanan, ataupun ketertiban umum. Sebagai contoh, pihak terkait melakukan perjanjian jual beli ganja yang mana barang tersebut dinyatakan terlarang secara hukum di Indonesia. Perjanjian semacam ini adalah dianggap tidak sah.

C. Tiktok Cash

1. Aplikasi Tiktok Cash

TikTok Cash adalah situs yang dicurigai menawarkan investasi bodong. Para penggunanya cukup mem-*follow* akun, *like*, dan nonton video TikTok. Kemudian hasil tugas di-screenshot untuk meraih keuntungan berupa saldo yang dicairkan ke rekening bank pengguna.⁴⁹

⁴⁹Kompas.com, <https://www.google.com/search?q=pengertian+tiktok+cash&client/> diakses 15 Agustus 2022

Tiktok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan *platform video* musik tiongkok yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang.

2. Sejarah Aplikasi Tiktok

Aplikasi Tiktok adalah sebuah *platform* media sosial yang menampilkan video pendek yang dipadukan dengan musik. Aplikasi ini sangat digemari masyarakat terutama anak remaja. Banyak masyarakat merasa terhibur dengan aplikasi ini apalagi saat pandemi covid 19. Aplikasi Tiktok ini membuat video pendek yang mudah dan cepat untuk dibagikan keteman atau seluruh dunia. Dalam aplikasi ini juga dilengkapi konten yang kreatif dan berkualitas untuk jiwa muda. Aplikasi ini mendorong para pengguna untuk berimajinasi dan meluapkan ide-ide kreatif sesuai yang mereka ekspresikan.⁵⁰

⁵⁰ Niswatul Malihah, *Tiktok Dalam Perspektif Al-Qur'an*, Jurnal At-Tahfiz: Jurnal Ilmu Al- Quran Dan Tafsir vol 1, no. 01 (2019)

Aplikasi Tiktok muncul di Indonesia pada bulan Mei 2017. Aplikasi ini berasal dari Tiongkok yang didirikan oleh Zhang yimin pada tahun 2012. Aplikasi ini pernah diblokir oleh kemenkominfo pada 3 Juli 2018 karena banyak laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini dan banyak konten negatif untuk anak-anak. Namun setelah banyak pertimbangan dan regulasi baru pada Agustus 2018 Tiktok kembali bisa diunduh karena regulasi tentang batas usia pengguna yaitu 11 tahun.⁵¹

Aplikasi Tiktok juga memiliki nama lain yaitu Douyin yang memiliki arti video pendek. Tiktok ini cukup sukses dan kesuksesan dari aplikasi ini dibuktikan oleh firma intelijen aplikasi *sensor tower* yang menjelaskan jumlah unduhan aplikasi Tiktok lebih tinggi daripada Facebook, Instagram, Snapchat dan Youtube di AS.⁵² Kepopuleran aplikasi ini terjadi dikalangan remaja bahkan sampai dewasa. Masyarakat menggunakan Tiktok sebagai bahan hiburan semata. Selain sebagai hiburan aplikasi Tiktok ini bisa digunakan sebagai media keterampilan dan penyaluran bakat.

Pada tahun 2018 Tiktok dianggap aplikasi bodoh oleh masyarakat Indonesia. Pada saat itu Tiktok dianggap aplikasi yang Alay atau kampungan oleh orang Indonesia. Namun setelah adanya pandemi covid 19 ini Tiktok bukan aplikasi yang dianggap bodoh. Masyarakat banyak yang mendownload aplikasi Tiktok saat pandemi dengan alasan untuk menghibur diri. Dan saat itu juga Tiktok menambah fitur-fitur dan kualitas pada aplikasinya. Terkadang pengguna Tiktok juga sebagai ladang bisnis dengan cara mempromosikan *brand* mereka dengan konten video.⁵³

⁵¹ Wisnu Nugroho Aji, *Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2018, hlm. 10.

⁵² Sandi Marga Pratama and Muchlis, *Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020* vol. 1, No. 2 (2020), hlm. 14.

⁵³ Tim Redaksi, *Shahih Journal of Islamicate Multidisciplinari*, vol 5, no. 2 2020, hlm. 13.

Selain itu Tiktok juga menambahkan fitur yang berupa Tiktok bonus yang merupakan upah koin untuk para pengguna Tiktok. Karena fitur tersebut para pengguna merasa senang dengan adanya Tiktok bonus.

3. Menu Pada Aplikasi Tiktok

Aplikasi Tiktok adalah sebuah aplikasi untuk merekam mengedit dan mengunggah sebuah video ke media sosial.

a) Video hiburan

Tiktok merupakan aplikasi hiburan yang menampilkan video dengan durasi pendek. Kehadiran Tiktok menjadi hiburan dikalangan masyarakat terutama di Indonesia. Selain menampilkan sebuah video, Tiktok juga bisa membuat sebuah video yang berdurasi pendek. Pengguna dapat membuat video dengan memberikan *effect*, stiker, atau *background* yang menarik dan unik. Sehingga membuat pengguna melakukan berbagai gaya yang mendorong kreativitas dan menjadikan video yang menarik dan menghibur semua orang yang melihat.⁵⁴

Video pendek yang dihasilkan oleh para creator memiliki hal yang menarik sehingga menghibur masyarakat. Video yang ditampilkan dalam aplikasi ini tidak hanya berbentuk tarian atau dance saja. Banyak juga video yang lagi trend pada saat ini mulai dari trend kecantikan, pemandangan, kebugaran, edukasi, kesehatan, dan lain sebagainya.⁵⁵ Selain sebagai hiburan, video Tiktok juga dapat menjadi video promosi tanpa biaya tinggi dan waktu yang relatif singkat.

⁵⁴ Puji Asmaul Chusna, et al., *Analisis Dampak Fenomena Aplikasi Tik Tok Dan Music Dj Remix Terhadap Penyimpangan Perilaku Sosial Pada Anak Usia Sekolah Dasar*” vol 2, no. 1, 2020, hlm. 19.

⁵⁵ Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19*, vol 5, no. 1, 2020, hlm. 11.

Kegiatan promosi seperti promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran personal, dan *public relation*.⁵⁶

b) Tiktok shop

Tiktok shop merupakan fitur yang dikeluarkan oleh Tiktok yang digunakan untuk melakukan jual beli melalui aplikasi Tiktok sendiri.⁵⁷ Tiktok shop ini seperti sebuah *marketplace*. Pengguna Tiktok bisa menjual atau pun membeli dalam aplikasi ini tanpa adanya web toko atau aplikasi lain. Tiktok shop ini terbilang memiliki keunggulan yang cukup bagus daripada *marketplace* lainnya. Cara belanja dan pembayaran pun cukup terbilang mudah dan dilakukan dalam aplikasi Tiktok sendiri. Untuk pengguna Tiktok yang ingin berjualan dalam Tiktok shop harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu. Pendaftaran dilakukan dalam web Tiktok *shop*. Pengguna Tiktok juga bisa membeli barang pada saat *live streaming* terkadang para pengguna melakukan *streaming* untuk promosi barang yang dijual.

c) Tiktok bonus

Tiktok bonus merupakan suatu fitur yang dikeluarkan oleh Tiktok pada saat awal pandemi. Tiktok bonus ini juga merupakan sebuah *event* memperoleh uang dengan cara pemberian upah koin. Tiktok bonus ini sangat digemari oleh pengguna karena memungkinkan orang mendapatkan penghasilan tambahan.⁵⁸

⁵⁶ Chriswardana Bayu Dewa, *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie)*, vol. 12, No. 1, March 2021, hlm. 7.

⁵⁷ Conney Stepcharie, *Cara Daftar Tiktok Shop Untuk Jualan Online*, <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/17/20390067/cara-daftar-tiktok-shop-untuk-jualan-online>, diakses 20 Agustus 2022

⁵⁸ Rien, <https://ggwp.id/media/tekno/aplikasi/ternyata-ini-alasan-koin-tiktok-hilang-apa-bedanya-dengan-tiktok-cash>/diakses 20 Agustus 2022

Tiktok bonus adalah *event* kerjasama aplikasi Tiktok dengan dompet digital Dana. Tiktok bonus memberikan pengguna berupa upah koin yang nantinya bisa dikonversi menjadi uang dan dapat dicairkan lewat aplikasi Dana. Tiktok bonus sangat mencuri perhatian karena banyak pengguna yang tergiur dengan mendapatkan uang tersebut. Pengguna akan mendapatkan uang apabila telah menyelesaikan suatu misi yang dikeluarkan oleh pihak Tiktok. Pengguna nantinya akan diberi upah koin setelah menyelesaikan misi tersebut. Misi tersebut berupa melihat video selama 30 menit dan mengundang teman lewat kode *referral*. Setelah menyelesaikan misi tersebut maka pengguna akan diberikan upah koin. Koin tersebut dikumpulkan yang nantinya akan ditukar menjadi uang dan ditransfer melalui Dana.

4. Upah Koin Pada Aplikasi Tiktok

Upah koin ini sangat dipopuler dikalangan masyarakat. Upah koin ini adalah sebuah upah yang berbentuk koin yang diselenggarakan oleh pihak tiktok. Upah koin dalam aplikasi tiktok disebut dengan tiktok bonus. Tiktok bonus ini dikeluarkan oleh aplikasi Tiktok bertujuan untuk menarik masyarakat menggunakan aplikasi Tiktok.

Aplikasi Tiktok, pengguna akan diberikan upah koin melalui dua cara yaitu:

1) Mengundang teman lewat kode referral

Berikut adalah cara mengundang teman lewat kode referral:

- a. Buka aplikasi Tiktok
- b. Lalu buka “akun saya”
- c. Lalu klik pojok kiri gambar logo” Rp”

d. Setelah itu klik undang temane. Lalu bagikan kode *referral* kesosial media atau teman kalianika teman kalian membuka kode yang kalian kirimkan maka kalian akan mendapatkan koin setelah teman kalian bergabung. Jika teman kalian ini menggunakan Tiktok selama 10 menit akan menerima upah koin sampai 15.000 koin atau senilai 15.00 rupiah. Jadi semakin banyak kalian membagikan kode *referral* keteman-teman maka akan semakin banyak pula koin yang akan kalian dapatkan.

2) Melakukan misi menonton video

Cara mendapatkan koin dengan melakukan misi menonton video yaitu dengan cara:

- a. Buka aplikasi Tiktok
- b. Lalu buka “akun saya”
- c. Setelah klik koin dipojok kiri atas yang bertulisan “Rp”
- d. Setelah itu *scroll* kebawah klik tonton video

Kegiatan menonton video dalam aplikasi Tiktok mendapatkan 6000 koin perharinya. Pemberian koin ini terbagi menjadi beberapa waktu. Waktu pertama upah koin diberikan setelah 5 menit menonton video sejumlah 1000 koin. Waktu kedua upah koin diberikan setelah 15 menonton video sejumlah 2000 koin. Setelah itu waktu ketiga upah koin diberikan setelah 30 menit menonton video sejumlah 6000 koin. Jumlah koin yang diperoleh dari melihat video dalam bentuk rupiah yaitu 100 rupiah apabila melihat video selama 5 menit. Apabila melihat video selama 15 menit akan mendapatkan 200 rupiah dan jika melihat video selama 30 menit akan mendapatkan 600 rupiah.

Upah koin diberikan setiap hari apabila pengguna melakukan tugas harian. Namun setelah beberapa minggu pemberian upah koin ini berkurang yang semula berjumlah 6000 koin perharinya menjadi 950 perharinya. Hal ini membuat pengguna merasa dikecewakan oleh Tiktok bonus karena ini tidak sesuai dengan informasi diawal. Pengurangan upah koin ini berkurang setelah pengguna melakukan tugas dalam seminggu. Dengan tiba-tiba koin dalam tugas menonton video berkurang perharinya. Hal ini membuat pengguna merasa kecewa dengan adanya pengurangan koin tersebut. Dalam hal ini tim Tiktok Indonesia sebagai perwakilan menyampaikan klarifikasi bahwa pengurangan tersebut adalah sebuah program yang memang sudah dirancang oleh pihak Tiktok bonus. Pengurangan tersebut hanya sementara dan juga akan kembali lagi seperti diawal. Karena Tiktok bonus ini merupakan *event* sehingga ada hal-hal pembaruan yang membuat koin tersebut berkurang.

Cara Mengkonvensikan Koin Menjadi Rupiah Dan Menarik Saldo Upah koin pada aplikasi Tiktok akan dikonvensikan secara otomatis oleh aplikasi selama dalam waktu 24 jam. Upah koin akan berpindah ke saldo pengguna secara otomatis setiap harinya. Jumlah saldo yang dikonvensikan yaitu 1 rupiah untuk 10 koin. Setelah koin dikonvensikan ke saldo, pengguna bisa menarik saldo ke dalam aplikasi Dana.

Berikut cara menarik saldo ke aplikasi Dana :

- 1). Buka aplikasi Tiktok
- 2). Selanjutnya klik logo koin yang berada di halaman profil

- 3). Lalu klik tulisan “tarik saldo” yang berada di bawah jumlah saldo pengguna
- 4). Setelah itu pilih nominal yang akan ditarik
- 5). Dan setelah itu ikuti arahan aplikasi untuk menautkan akun Dana dan menyelesaikan penarikan

Langkah-langkah untuk mengambil upah koin ini sangat mudah bisa dipergunakan untuk sesuai kebutuhan. Langkah-langkah hanya mengikuti perintah dari aplikasi nanti akan dirpandu oleh aplikasinya sendiri sehingga terhindar dari adanya kesalahan.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok

Penggunaan Tiktok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

1). Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang dialami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Tiktok. Karena menurutnya jika perasaan atau

jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi Tiktok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi Tiktok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi Tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi Tiktok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatifnya juga penggunaan aplikasi Tiktok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya dilakukannya.

2). Faktor Eksternal

Aplikasi Tiktok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tiktok.

Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang Tiktok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi Tiktok, bahkan sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi Tiktok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi

salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti Tiktok.

D. Penyelesaian Sengketa *E-Commerce* dengan *Online Dispute Resolution (ODR)*

Penyelesaian sengketa *E-commerce* dimungkinkan untuk diselesaikan terutama yang meliputi sengketa bernilai kecil dalam forum yang tepat, yaitu dengan *Online Dispute Resolution (ODR)*, atau *APS online* yang menjadi cara praktis untuk memberi para pelanggan *remedy* yang tepat, murah dan efektif serta mengurangi penentuan perkara di negara asing. Ada beberapa keuntungan bagi pembeli dan pelaku usaha transaksi *E-commerce* dalam penyelesaian sengketa melalui ODR antara lain: Pertama, penghematan waktu dan uang. Keuntungan ini karena para pihak tidak perlu membayar biaya yang harus dikeluarkan untuk menghadiri persidangan dan biaya-biaya yang berkaitan dengan hal itu.

Kecepatan ODR adalah salah satu keuntungan dasarnya, pihak-pihak dan pihak netral tidak perlu melakukan perjalanan untuk bertemu, mereka tidak perlu ada di waktu yang sama, jangka waktu antara penyerahan dapat singkat, penyelesaian dapat berdasarkan dokumen saja. Kedua, biasanya biaya layanan penyelesaian sengketa perdata adalah gabungan dari biaya institusi penyelesaian sengketa, *fee*, dan biaya pihak netral, biaya para pihak, ongkos hukum. Dalam ODR beberapa biaya ini tidak ada atau berkurang signifikan. Ketiga, pihak yang menggunakan akses internet lebih yakin dalam menghadapi proses yang akan dijalannya, sebab mereka dapat dengan mudah mengontrol dan merespon apa yang

terjadi dalam proses. Keempat, jika para pihak tidak melakukan tatap muka, dapat menghindari pertemuan dengan pihak lawannya. Para pihak dapat menghindarkan diri perasaan takut akan diintimidasi dalam proses. Hal ini merupakan persoalan psikologis.

Berdasarkan pada penyelesaian sengketa alternatif secara *offline* atau tradisional, maka dapat dibagi juga bentuk penyelesaian sengketa dengan cara *online* (ODR) yang dapat dilakukan melalui Arbitrase *Online*. Perkembangan teknologi yang memungkinkan terjadinya perdagangan secara elektronik, telah mengilhami dilakukan penyelesaian sengketa secara elektronik pula. Di tengah kegalauan sistem hukum yang tidak mengikuti perkembangan zaman dan cepatnya kemajuan teknologi, teknologi telah menggoreskan gagasan tentang penyelesaian sengketa secara *online*, dalam bentuk arbitrase *online* (*E-Arbitration*).

Arbitrase online menjadi suatu pilihan menarik dalam penyelesaian sengketa *E-commerce*. Karakteristik transaksi di internet merupakan transaksi lintas batas geografis yang menghubungkan antara konsumen dengan pelaku usaha dari berbagai negara yang dapat melahirkan sengketa. Dimana sengketa tersebut nilai nominalnya sebahagian sangat kecil, tetapi membutuhkan penyelesaian yang cepat, dan dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Berbagai upaya yang telah dilakukan diantaranya dengan menyediakan Alternatif Penyelesaian Sengketa secara *online*, seperti arbitrase *online*.