

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah mendorong perubahan signifikan dalam bidang ekonomi dan perdagangan, khususnya melalui pergeseran pola transaksi dari sistem konvensional menuju transaksi elektronik berbasis internet.¹ Perdagangan berbasis elektronik (*electronic commerce*) kini menjadi bagian integral dari aktivitas ekonomi modern dan turut memengaruhi karakter hubungan hukum yang terbentuk, yang semakin kompleks dan tidak sepenuhnya terakomodasi oleh kerangka hukum konvensional. Di Indonesia, akselerasi pertumbuhan *e-commerce* dalam lima tahun terakhir didorong oleh meningkatnya penetrasi internet, penggunaan perangkat digital, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Kondisi ini menjadikan ruang digital sebagai media utama hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, namun perkembangannya tidak selalu diimbangi dengan kesiapan instrumen hukum yang memadai, sehingga menimbulkan persoalan kepastian dan perlindungan hukum bagi konsumen yang secara struktural berada pada posisi yang lebih lemah.²

¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*, Bandung, Nusamedia, 2021, hlm. 15-18.

² Onno W. Purbo, *Teknologi Informasi dan Komunikasi Perkembangan dan Dampaknya terhadap Kehidupan Masyarakat*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2019, hlm. 45-47.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia menunjukkan tren yang konsisten dan masif. Nilai transaksi perdagangan elektronik meningkat dari tahun ke tahun, diiringi dengan bertambahnya jumlah pelaku usaha dan konsumen yang terlibat dalam transaksi digital.³ Kondisi ini mencerminkan bahwa ruang digital telah menjadi media utama dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Namun, perkembangan yang pesat tersebut tidak selalu diikuti dengan kesiapan instrumen hukum yang memadai untuk menjamin kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak, khususnya bagi konsumen yang secara struktural berada pada posisi yang lebih lemah.⁴

Seiring dengan evolusi *e-commerce*, muncul bentuk perdagangan digital yang lebih mutakhir, yaitu *social commerce*. Model ini menggabungkan fungsi media sosial dengan aktivitas jual beli secara langsung, sehingga interaksi antara pelaku usaha dan konsumen tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga persuasif dan emosional. Platform *social commerce* memanfaatkan konten visual, algoritma, dan interaksi *real-time* untuk mendorong keputusan konsumsi secara cepat. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam

³ Badan Pusat Statistik, *Statistik E-Commerce 2023*, Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, Jakarta, 2025 diakses dari <https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/88/Transaksi-Ecommerce-Indonesia> pada 1 Februari 2026 Pukul 01.09 WIB.

⁴ Rosianna Evanesa Sihombing dan Made Gede Subha Karma Resen, “Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan”, *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, Vol. 1, No. 6, November 2024, hlm. 59.

kategori ini adalah TikTok Shop, yang mengintegrasikan fitur media sosial dengan sistem transaksi elektronik.⁵

TikTok Shop menghadirkan model perdagangan yang berbeda dari *marketplace* konvensional. Proses penawaran dan penerimaan dalam transaksi sering kali terjadi melalui siaran langsung (*live streaming*) atau konten singkat yang bersifat persuasif. Dalam transaksi pada platform *social commerce* seperti TikTok Shop, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dibentuk melalui kontrak baku elektronik yang disusun sepihak tanpa memberikan ruang negosiasi bagi konsumen. Karakter transaksi digital yang berlangsung cepat dan persuasif membatasi kemampuan konsumen untuk memahami ketentuan perjanjian secara memadai, sehingga persetujuan yang diberikan cenderung bersifat formal administratif dan tidak sepenuhnya mencerminkan kehendak bebas. Dalam perspektif perlindungan konsumen, kondisi tersebut menunjukkan adanya kelemahan mendasar dalam pembentukan perjanjian elektronik, khususnya ketika kontrak baku memuat klausul pembatasan atau pengalihan tanggung jawab yang berpotensi merugikan konsumen.⁶

Salah satu mekanisme transaksi yang banyak diterapkan dalam platform TikTok Shop adalah sistem *pre-order*, yaitu pemesanan barang yang pada saat transaksi belum tersedia secara fisik dengan kewajiban pembayaran di muka oleh

⁵ Hana Fitriani, "TikTok Shop: How Trust and Privacy Influence Generation Z's Purchasing Behaviors," *Cogent Social Sciences*, Vol. 9, No. 2, 2023, hlm. 1–14.

⁶ Hetty Hassanah, *et al.*, "Standard Clause Problems in E-Commerce Based on Indonesian Civil Law", *Jurnal Wawasan Yuridika*, Vol. 7, No. 2 2023, hlm. 226–228.

konsumen.⁷ Secara hukum, mekanisme ini melahirkan perikatan yang mengandung risiko lebih tinggi bagi konsumen dibandingkan transaksi biasa, karena adanya rentang waktu antara pelaksanaan pembayaran dan pemenuhan prestasi oleh pelaku usaha. Dalam praktik transaksi digital, kondisi tersebut kerap memicu terjadinya wanprestasi, antara lain berupa keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian spesifikasi barang, pembatalan sepihak, maupun tidak dilaksanakannya pengembalian dana. Meskipun hubungan hukum dalam kontrak *pre-order* secara normatif tunduk pada ketentuan wanprestasi dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, karakteristik transaksi *pre-order* berbasis platform digital menunjukkan bahwa instrumen perlindungan hukum yang ada belum sepenuhnya efektif dalam menjamin kepastian hukum dan pemulihan hak konsumen, terutama ketika pelaku usaha berlindung di balik klausul kontrak baku dan kebijakan platform yang membatasi tanggung jawab.⁸

Konsumen seringkali berada dalam posisi yang lemah dalam menuntut pemenuhan haknya akibat keterbatasan pemahaman hukum dan ketidakseimbangan posisi tawar dalam hubungan kontraktual digital, meskipun wanprestasi dalam kontrak *pre-order* merupakan persoalan hukum yang nyata dan berulang.⁹ Dominasi penggunaan kontrak baku dalam transaksi elektronik

⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2019, hlm. 87–89.

⁸ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2008, hlm. 45–47.

⁹ D. Regita Nugraheni, *et al.*, Weak Regulations, Harmed Consumers: An Evaluation of Digital Consumer Protection Mechanisms, *JlHK: Jurnal Ilmu Hukum dan Kebijakan*, Vol. 7 No. 1, 2025, hlm. 1–15.

semakin memperlemah posisi konsumen, karena ketentuan perjanjian disusun secara sepihak tanpa memberikan ruang negosiasi yang setara.¹⁰ Selain itu, kompleksitas hubungan hukum dalam transaksi digital yang melibatkan pelaku usaha, konsumen, dan platform sebagai penyedia sistem elektronik menimbulkan persoalan tersendiri, khususnya terkait ketidakjelasan peran dan tanggung jawab platform ketika terjadi sengketa.¹¹

Wanprestasi dalam kontrak *pre-order* merupakan persoalan hukum yang nyata dan berulang, posisi konsumen dalam menuntut pemenuhan haknya sering kali berada dalam kondisi yang lemah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain keterbatasan pemahaman hukum konsumen, dominasi kontrak baku, serta kompleksitas hubungan hukum dalam transaksi digital yang melibatkan tidak hanya pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga platform sebagai penyedia sistem elektronik. Dalam konteks TikTok Shop, peran dan tanggung jawab platform sering kali tidak dijelaskan secara tegas dalam kontrak, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum ketika terjadi sengketa.

Sistem hukum Indonesia telah mengatur perlindungan konsumen secara normatif melalui berbagai peraturan perundang-undangan.¹² Selain itu, Undang-Undang ITE juga digunakan sebagai dasar hukum penyelenggaraan transaksi

¹⁰ Alifaya N. Abdini, *et al.*, “Perlindungan Konsumen dalam Kontrak Digital Analisis Klausula Baku pada Platform E-commerce di Indonesia,” *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 2025, hlm. 1–12.

¹¹ M. Sunandar Yuwono & Evita I. Israhadi, “Optimization of Legal Protection for Consumers in Online Buying and Selling Transactions based on Consumer Protection Law,” *Pemuliaan Keadilan*, hlm. 1–10.

¹² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

elektronik dan pengakuan keabsahan perjanjian yang dibuat secara digital.¹³ Pada Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur pelaksanaan kegiatan perdagangan digital, kewajiban pelaku usaha, serta perlindungan konsumen dalam transaksi online. Selanjutnya, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 81 digunakan sebagai dasar hukum terbaru yang secara khusus mengatur praktik perdagangan melalui sistem elektronik dan membedakan *social commerce* dengan *e-commerce* konvensional. Namun, perkembangan model bisnis digital berbasis *social commerce* menunjukkan bahwa norma-norma tersebut belum sepenuhnya mampu menjawab karakteristik khusus transaksi *pre-order* pada platform digital.

Kelemahan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *pre-order* tidak hanya terletak pada substansi norma, tetapi juga pada implementasinya. Dalam praktik, konsumen sering kali menghadapi kesulitan dalam menuntut haknya karena mekanisme penyelesaian sengketa yang tidak efektif, keterbatasan akses terhadap pelaku usaha, serta klausul-klausul pembatasan tanggung jawab yang tercantum dalam kontrak baku. Kondisi ini

¹³ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

mencerminkan adanya ketimpangan struktural yang belum sepenuhnya diantisipasi oleh hukum positif.¹⁴

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, pembahasan mengenai perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia pada umumnya masih menitikberatkan pada aspek keabsahan kontrak elektronik serta efektivitas penyelesaian sengketa dalam praktik *e-commerce* secara umum, tanpa memberikan perhatian yang memadai terhadap karakteristik sistem *pre-order* dan risiko keterlambatan pengiriman barang sebagai bentuk wanprestasi.¹⁵ Penelitian lain yang secara khusus mengangkat isu wanprestasi dalam sistem *pre-order* pada umumnya masih terbatas pada sektor tertentu, seperti produk makanan dan minuman, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan kompleksitas transaksi *pre-order* pada platform digital berskala besar dengan model *social commerce*.¹⁶ Sementara itu, kajian ilmiah mengenai TikTok Shop lebih banyak dianalisis dari perspektif ekonomi digital, perilaku konsumen, dan strategi pemasaran, sehingga kajian dari sudut pandang hukum normatif yang menempatkan tanggung jawab pelaku usaha sebagai fokus utama masih relatif

¹⁴ U. Tukinah, “Efektivitas Penegakan Hukum terhadap Perlindungan Konsumen di Era Digital,” *Jurnal Pembaharuan Hukum*, Vol. 8, No. 2, 2021, hlm. 145–160.

¹⁵ Sakti Alamsyah, “Legal Protection for Consumers in E-Commerce Transactions in Indonesia: Contract Validity and Dispute Resolution Effectiveness,” *Journal of Law and Legal Reform*, Vol. 4, No. 2, 2023, hlm. 208–214.

¹⁶ Rina Widiastuti dan Ahmad Fauzi, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Wanprestasi Pre-Order Food and Beverage,” *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, Vol. 5, No. 1, 2022, hlm. 45–58.

terbatas.¹⁷ Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kekosongan kajian hukum yang secara spesifik dan komprehensif mengkaji tanggung jawab pelaku usaha atas keterlambatan pengiriman barang dalam perjanjian jual beli dengan sistem *pre-order* pada platform TikTok Shop, sehingga penelitian ini memiliki relevansi dan urgensi akademik.

Terdapat contoh kasus yaitu pada unggahan di TikTok dengan akun @yhuraa berisi komplain terkait barang yang belum di kirim melewati batas waktu yang sudah ditentukan oleh pihak penjual yaitu @syiraaswardrobe.id. Atas unggahan video tersebut menuai banyak komentar perihal kejadian serupa pada toko yang sama. Kejadian ini di pertegas oleh pengunggah video yang membalas salah satu komentar, pengunggah mengatakan bahwa penjual akan mengirimkan barang sebelum tanggal 15 Maret 2025 tetapi barang baru dikirimkan pada 19 Maret 2025.¹⁸

Kekosongan kajian tersebut menjadi semakin relevan mengingat meningkatnya jumlah sengketa konsumen dalam transaksi digital dalam lima tahun terakhir. Data pengaduan konsumen menunjukkan bahwa transaksi daring masih mendominasi laporan pelanggaran hak konsumen, khususnya terkait keterlambatan pengiriman dan ketidaksesuaian barang. Fenomena ini

¹⁷ Zulfan Zulkarnaen Z dan Agus Hermawan, “Social Commerce 2.0: TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital,” *Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 2, 2025, hlm. 285–295.

¹⁸ Diakses dari akun tiktok atas nama @yhuraa, pada 16 Januari pukul 21.15 WIB.

menandakan bahwa perlindungan hukum yang ada belum sepenuhnya efektif dalam memberikan rasa aman dan kepastian hukum bagi konsumen.¹⁹

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu penelitian yang secara khusus dan mendalam mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen dalam kasus wanprestasi kontrak *pre-order* pada platform TikTok Shop melalui pendekatan normatif yuridis. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengidentifikasi pengaturan hukum yang berlaku, tetapi juga untuk mengungkap kelemahan-kelemahan normatif yang menyebabkan perlindungan konsumen belum berjalan secara optimal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan hukum perlindungan konsumen serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pembentuk kebijakan dalam merespons dinamika perdagangan digital.²⁰

Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat perkembangan teknologi dan model bisnis digital yang terus bergerak lebih cepat dibandingkan pembaruan regulasi. Tanpa adanya evaluasi kritis terhadap kerangka hukum yang ada, konsumen akan terus berada pada posisi yang rentan dalam menghadapi praktik perdagangan digital yang semakin kompleks. Oleh karena itu, penelitian mengenai kelemahan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam kasus

¹⁹ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Laporan Layanan Pengaduan Konsumen Tahun 2025*, Kementerian Perdagangan RI, Jakarta, 2025 diakses dari <https://ditjenpktn.kemendag.go.id> pada Pukul 01.21 WIB.

²⁰ Sakti Alamsyah dan Fauzie Yusuf Hasibuan, “Legal Protection for Consumers in E-Commerce Transactions in Indonesia Contract Validity and Dispute Resolution Effectiveness,” *PENA LAW: International Journal of Law*, Vol. 3, No. 1, 2024, hlm. 10–12.

wanprestasi kontrak *pre-order* pada platform TikTok Shop menjadi penting dan relevan untuk dilakukan pada saat ini.²¹

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan selaras dengan latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalah yang dirumuskan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas keterlambatan pengiriman barang dalam perjanjian jual beli melalui sistem *pre-order* menggunakan platform TikTok shop?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen atas keterlambatan pengiriman barang pada jual beli dengan sistem *pre-order* dalam platform TikTok shop?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan acuan latar belakang dan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian ini ialah:

1. Menganalisis tanggung jawab pelaku usaha atas keterlambatan pengiriman barang dalam perjanjian jual beli melalui sistem *pre-order* menggunakan platform TikTok Shop

²¹ Clinton Fernando Samual dan Jumanah, “Perlindungan Hak Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia: Tinjauan Yuridis,” *Cendekia Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*, Vol. 2, No. 8, Agustus 2025, hlm. 1638–1650.

2. Menganalisis upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen atas keterlambatan pengiriman barang pada jual beli dengan sistem *pre order* dalam platform TikTok shop.

D. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian

Penulis melakukan penelusuran terhadap penelitian sebelumnya dan ditemukan perbedaan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Hasil penelusuran kajian sebelumnya

No.	Nama Penulis	Hasil Utama	Perbedaan	Research Gap & Novelty
1.	Putri&Primantari. ²²	Perlindungan hukum terhadap konsumen <i>pre-order</i> masih lemah karena tidak ada pengaturan khusus <i>pre-order</i>	Terbatas pada sektor F&B dan tidak membahas platform <i>social commerce</i>	penelitian saya fokus pada <i>pre-order</i> di platform social commerce TikTok Shop dan menganalisis kontrak baku elektronik serta peran platform
2.	Alamsyah & Hasibuan. ²³	Kontrak digital dan mekanisme sengketa <i>e-commerce</i> belum efektif melindungi konsumen	Tidak spesifik pada <i>pre-order</i> dan tidak membahas TikTok Shop	penelitian saya menelaah jenis kontrak khusus (<i>pre-order</i>) dan model bisnis <i>social commerce</i> , bukan <i>e-</i>

²² Putri dan Primantari, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen atas Wanprestasi *Pre-Order* Produk Makanan dan Minuman,” *Jurnal Media Akademik*, Vol. 3, No. 2, 2025.

²³ Alamsyah dan Hasibuan, “Legal Protection for Consumers in E-Commerce Transactions,” *PENALAW Journal*, Vol. 4, No. 1, 2026.

				<i>commerce</i> umum
3.	Pantow, et.al. ²⁴	Wanprestasi <i>pre-order</i> sering terjadi karena jeda waktu pemenuhan prestasi	Tidak menganalisis kontrak baku dan tanggung jawab platform	penelitian saya menambahkan analisis kontrak baku elektronik dan posisi platform TikTok Shop
4.	Ariawan ²⁵	Regulasi perlindungan konsumen digital Indonesia tertinggal dari praktik bisnis	Tidak membahas kasus konkret <i>pre-order</i> atau platform tertentu	penelitian saya menghubungkan kelemahan regulasi dengan kasus konkret <i>pre-order</i> TikTok Shop
5.	Syakur, et.al. ²⁶	Implementasi hukum wanprestasi digital belum optimal	Tidak fokus pada <i>pre-order</i> dan tidak membahas social commerce	penelitian saya fokus pada wanprestasi <i>pre-order</i> sebagai risiko struktural dalam social commerce
6.	Jocylina & Sawitri. ²⁷	wanprestasi dalam transaksi <i>pre-order</i> menimbulkan tanggung jawab ganti rugi berdasarkan KUHPperdata, didukung alat bukti elektronik dan UUPK.	membahas <i>pre-order</i> e-commerce secara umum tanpa fokus pada TikTok Shop dan tanpa studi kasus.	Penelitian berfokus pada <i>pre-order</i> di TikTok Shop dengan studi kasus konkret serta analisis tanggung jawab pelaku usaha dan upaya

²⁴ Pantow *et al.*, "Analisis Yuridis Terhadap Wanprestasi Perjanjian *Pre-Order* di Layanan Internet," *Innovative Law Journal*, Vol. 2, No. 3, 2025.

²⁵ Ariawan, "Regulatory Barriers to Consumer Protection in Digital Marketplaces," *Journal of Human Rights & Consumer Law Studies*, Vol. 5, No. 2, 2025.

²⁶ Syakur *et al.*, "Wanprestasi oleh Pelaku Usaha Digital dalam Transaksi Online," *Jurnal Hukum Ekonomi Digital*, Vol. 3, No. 1, 2025.

²⁷ Mischa Jocylina dan Dewa Ayu Dian Sawitri, "Pertanggungjawaban atas Wanprestasi dalam Sistem *Pre-Order* melalui E-Commerce dalam Perspektif Hukum Perdata," *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 9 (2025).

				hukum konsumen.
7.	Supriyono, Putri, & Pramanaputra. ²⁸	Wanprestasi penjual di TikTok Shop memberikan hak kepada konsumen untuk menuntut ganti rugi dan perlindungan hukum.	Membahas transaksi TikTok Shop secara umum tanpa mengkaji sistem <i>pre-order</i> dan studi kasus.	Penelitian mengkaji secara khusus keterlambatan pengiriman dalam sistem <i>pre-order</i> melalui studi kasus serta menguraikan upaya hukum konsumen secara komprehensif.

Perlindungan hukum bagi konsumen atas wanprestasi *pre-order* produk makanan dan minuman dalam penelitian Putri & Primantari pada tahun 2025 memiliki fokus penelitian yang membahas hanya tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami wanprestasi dan masih tergolong lemah karena tidak ada pengaturan khusus *pre-order*, hal ini menjadi perbedaan yang signifikan dengan penelitian yang penulis lakukan, dimana penelitian ini berfokus pada platform Tiktok Shop dan menganalisis kontrak baku elektronik serta peran platform yang tidak dibahas pada penelitian yang dibuat oleh Putri & Primantari pada tahun 2025. Penelitian dari Alamsyah & Hasibuan pada tahun 2026 yang membahas tentang Legal Protection for Consumers in E-Commerce Transactions

²⁸ Supriyono, *et al.*, Pramanaputra, "Wanprestasi Penjual Online dalam Transaksi Jual Beli melalui TikTok Shop dan Implikasinya terhadap Kepastian Hukum Konsumen," *Journal of Innovation Research and Knowledge* 5, no. 8 (2026).

mendapatkan hasil bahwa kontrak digital dan mekanisme sengketa di *e-commerce* belum efektif dalam melindungi konsumen dan hanya berfokus pada pembahasan legal *protection for consumers* dan belum membahas secara spesifik pada *pre-order* dan sama sekali tidak ada membahas salah satu *e-commerce* khususnya Tiktok Shop. Serta, penelitian yang dibuat oleh penulis juga membahas jenis kontrak khusus dan model *social commerce* bukan *e-commerce* umum.

Hasil penelitian Pantow, et.al, 2025 menunjukkan bahwa wanprestasi dalam sistem *pre-order* sering terjadi dalam bentuk keterlambatan pengiriman, barang tidak sesuai, atau penipuan. Penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui jalur litigasi maupun non-litigasi berdasarkan KUHPdata dan UU ITE. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi khusus terhadap transaksi *pre-order* dalam *e-commerce*. Serta, penelitian yang penulis lakukan menambahkan analisis kontrak baku elektronik dan posisi platform TikTok Shop. Penelitian Ariawan pada tahun 2025 yang membahas tentang Regulatory Barriers to Consumer Protection in Digital Marketplaces mendapatkan hasil bahwa perlindungan konsumen digital di Indonesia tertinggal dari praktik bisnis dan belum membahas kasus yang konkret seperti *pre-order* atau platform yang spesifik. Penelitian yang penulis lakukan dapat menghubungkan kelemahan regulasi dengan kasus konkret *pre-order* pada Tiktok Shop.

Wanprestasi oleh Pelaku Usaha Digital dalam Transaksi Online dalam penelitian Syakur, et.al, 2025 memiliki fokus penelitian yang membahas tentang

implementasi hukum wanprestasi digital belum optimal, hal ini yang menjadikan pembeda dengan penelitian yang penulis lakukan, yang mana penelitian ini berfokus pada wanprestasi *pre-order* sebagai risiko struktural dalam *social commerce*.

Penelitian Jocyлина dan Sawitri tahun 2025 menyimpulkan bahwa pelaku usaha yang melakukan wanprestasi dalam transaksi *pre-order* dapat dimintai pertanggungjawaban berdasarkan KUHPdata dengan dukungan alat bukti elektronik menurut UU ITE serta ketentuan UUPK. Meskipun demikian, penelitian tersebut masih membahas sistem *pre-order* pada *e-commerce* secara umum. Penelitian yang penulis lakukan secara khusus mengkaji keterlambatan pengiriman barang dalam sistem *pre-order* di TikTok Shop berdasarkan studi kasus konkret.

Penelitian Supriyono et.al, tahun 2026 menjelaskan bahwa wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui TikTok Shop memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh ganti rugi dan perlindungan hukum. Namun, penelitian tersebut belum secara khusus membahas transaksi *pre-order* maupun upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen. Oleh karena itu, penelitian yang penulis lakukan memfokuskan pembahasan pada tanggung jawab pelaku usaha dan upaya hukum konsumen dalam transaksi *pre-order* di TikTok Shop melalui analisis studi kasus.

E. Kerangka Teori

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan mekanisme normatif yang bertujuan menjamin terpenuhinya hak serta memberikan kepastian dan keadilan bagi subjek hukum dalam suatu hubungan hukum. Dalam relasi antara pelaku usaha dan konsumen, perlindungan hukum berfungsi mengoreksi ketimpangan posisi para pihak, sejalan dengan doktrin perlindungan terhadap pihak yang lemah (*the protection of the weaker party*) yang menekankan bahwa hukum harus memberikan keberpihakan proporsional kepada pihak yang secara ekonomi dan informasi berada pada posisi subordinat, mengingat konsumen berada pada posisi yang lebih lemah baik dari segi informasi maupun daya tawar. Hukum hadir untuk membatasi kebebasan pelaku usaha melalui pengaturan kewajiban dan larangan, sekaligus menyediakan instrumen pertanggungjawaban apabila terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen.²⁹ Perlindungan hukum dalam konteks ini tidak hanya bersifat represif melalui penyelesaian sengketa, tetapi juga preventif dengan mendorong pelaku usaha bertindak berdasarkan prinsip kehati-hatian dan itikad baik sejak awal transaksi.

Perlindungan hukum menjadi semakin relevan dalam transaksi jual beli melalui sistem *pre-order* karena adanya jeda waktu antara pembayaran

²⁹ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Cetakan ke-8, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 54–57.

dan penyerahan barang yang berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum bagi konsumen. Keterlambatan pengiriman barang menunjukkan tidak terpenuhinya prestasi sebagaimana diperjanjikan dan dapat dikualifikasikan sebagai bentuk wanprestasi. Berdasarkan kerangka perlindungan hukum, kondisi tersebut membuka ruang bagi konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian yang ditimbulkan, baik dalam bentuk ganti kerugian, pengembalian dana, maupun kompensasi lainnya. Dengan demikian, konsep perlindungan hukum menjadi landasan teoritis penting dalam menganalisis tanggung jawab pelaku usaha atas keterlambatan pengiriman barang pada transaksi *pre-order* melalui platform perdagangan elektronik seperti TikTok Shop.³⁰

2. Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan bagian dari perlindungan hukum yang secara khusus ditujukan untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen dalam kegiatan perdagangan serta mengoreksi ketimpangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha. Shidarta memaknai perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dengan tujuan melindungi

³⁰ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 112–115.

kepentingan konsumen dari potensi kerugian akibat praktik usaha yang tidak adil.

Pemahaman ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen tidak semata-mata bersifat reaktif setelah terjadinya kerugian, melainkan juga bersifat preventif dengan menempatkan pelaku usaha pada kewajiban hukum untuk bertindak dengan itikad baik, transparan, dan bertanggung jawab sejak awal transaksi.³¹

Pada konteks perdagangan elektronik, khususnya transaksi jual beli dengan sistem *pre-order*, perlindungan konsumen menjadi semakin signifikan karena adanya jeda waktu antara pembayaran dan penyerahan barang yang meningkatkan risiko kerugian di pihak konsumen. Ketika pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, maka konsumen berada dalam posisi dirugikan meskipun telah melaksanakan prestasinya terlebih dahulu. Oleh karena itu, prinsip perlindungan konsumen menuntut adanya pertanggungjawaban hukum pelaku usaha atas keterlambatan pengiriman barang sebagai bentuk tidak terpenuhinya prestasi. Dengan demikian, perlindungan konsumen berfungsi sebagai dasar normatif dan teoritis dalam menilai apakah keterlambatan pengiriman barang dalam sistem *pre-order* dapat dikualifikasikan sebagai

³¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cetakan ke-3, PT Grasindo, Jakarta, 2016, hlm. 9–11.

pelanggaran hak konsumen yang menimbulkan konsekuensi hukum bagi pelaku usaha.³²

3. Perjanjian Jual Beli

Perjanjian jual beli merupakan salah satu bentuk perikatan yang lahir dari kesepakatan para pihak, di mana penjual berkewajiban menyerahkan suatu barang dan pembeli berkewajiban membayar harga yang telah disepakati. Subekti mendefinisikan perjanjian jual beli sebagai suatu perjanjian timbal balik yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak sejak tercapainya kata sepakat mengenai objek dan harga.³³

Perlindungan konsumen menurut Shidarta menegaskan bahwa hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen harus ditempatkan dalam kerangka perlindungan terhadap pihak yang secara ekonomi dan informasi berada pada posisi lemah, sehingga kebebasan berkontrak tidak boleh dijalankan secara absolut tanpa mempertimbangkan keadilan substantif.³⁴ Oleh karena itu, perjanjian jual beli tidak hanya dipahami sebagai kesepakatan privat, tetapi juga sebagai hubungan hukum yang tunduk pada prinsip itikad baik dan perlindungan konsumen.

³² Ahmadi Miru, "*Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*," Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, Vol. 18, No. 1, 2011, hlm. 21–24.

³³ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cetakan ke-21, PT Intermasa, Jakarta, 2014, hlm. 79–80.

³⁴ Shidarta, "*Kedudukan Konsumen dalam Kontrak Baku dan Perlindungan Hukumnya*," Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, Vol. 19, No. 1, 2012, hlm. 18–21.

Perjanjian jual beli pada praktik perdagangan elektronik tidak lagi selalu diwujudkan dalam bentuk tertulis konvensional, melainkan melalui persetujuan elektronik yang mengikat para pihak secara hukum. Meskipun demikian, substansi perjanjian tetap harus memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam hukum perdata, termasuk adanya kesepakatan yang bebas dari paksaan dan objek yang jelas. Dalam sistem *pre-order*, perjanjian jual beli bersifat konsensual namun pelaksanaan prestasinya ditangguhkan, sehingga menimbulkan kewajiban bagi pelaku usaha untuk menyerahkan barang sesuai waktu yang diperjanjikan. Apabila kewajiban tersebut tidak dipenuhi, khususnya dalam bentuk keterlambatan pengiriman barang, maka pelaku usaha dapat dinilai telah melakukan wanprestasi yang menimbulkan konsekuensi hukum, termasuk kewajiban memberikan ganti kerugian kepada konsumen. Dengan demikian, perjanjian jual beli menjadi dasar utama dalam menilai tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen dalam transaksi *pre-order* melalui platform *e-commerce*.³⁵

4. *Pre- Order*

Sistem *pre-order* dalam transaksi perdagangan elektronik merupakan mekanisme di mana konsumen melakukan pemesanan dan pembayaran barang sebelum barang tersedia secara fisik atau diproduksi, sehingga kewajiban pelaku usaha baru akan terwujud di waktu mendatang saat barang

³⁵ Ridwan Khairandy, "Itikad Baik dalam Kebebasan Berkontrak," *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 18, No. 3, 2011, hlm. 356–359.

siap diserahkan. Secara substantif, fenomena ini menggambarkan salah satu bentuk kontrak jual beli yang diikat oleh janji untuk menyerahkan barang di masa depan, sehingga melahirkan hubungan hukum kontraktual antara pihak pembeli dan penjual meskipun barang belum tersedia pada saat transaksi dilakukan.³⁶ Prinsip ini senada dengan konsep akad dalam hukum kontrak bahwa perjanjian dapat sah sepanjang memenuhi unsur asas sahnya perjanjian, yakni adanya *sepakat* dan kewajiban yang jelas untuk pihak yang berjanji menyerahkan barang pada waktu tertentu, tanpa menghilangkan esensi perlindungan konsumen atas kepastian pengiriman.³⁷

Pada praktik *e-commerce*, khususnya melalui platform digital seperti TikTok Shop, *pre-order* menjadi pilihan banyak pelaku usaha untuk mengelola produksi dan permintaan secara efisien, tetapi sekaligus membuka ruang risiko hukum berupa keterlambatan pengiriman atau wanprestasi bila pelaku usaha tidak memenuhi prestasinya sesuai waktu yang dijanjikan. Hukum perdata Indonesia memandang sistem *pre-order* ini tetap merupakan perjanjian sah sepanjang memenuhi syarat perikatan dalam KUHPerdata diatur dalam Buku Ketiga (*Van Verbintenissen*), dan ketika terjadi keterlambatan yang tidak dapat dibenarkan, konsumen berhak

³⁶ Jocyline dan Sawitri, "Pertanggungjawaban atas Wanprestasi dalam Sistem *Pre-Order* melalui E-Commerce dalam Perspektif Hukum Perdata," *Jurnal Media Akademik*, Vol. 3, No. 9, 2025, hlm. 6–8.

³⁷ Al-Mumtaza dan Rustamaji, "Consumer Legal Protection On The Implementation Of E-Commerce Using Instagram With A Pre-Order System During The Covid-19 Pandemic," *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, Vol. 3, No. 1, 2022, hlm. 87–90.

menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha baik secara kontraktual maupun berdasarkan prinsip perlindungan konsumen.³ Pendekatan ini menguatkan argumentasi bahwa *pre-order* tidak hanya sekadar mekanisme pemasaran, tetapi juga merupakan hubungan hukum substansial yang memerlukan kepastian dan tanggung jawab sesuai norma hukum yang berlaku.³⁸

5. TikTok Shop sebagai *Social Commerce*

TikTok Shop adalah salah satu bentuk *social commerce*, yaitu integrasi platform media sosial dengan fungsi perdagangan elektronik, di mana pengguna dapat menelusuri, memilih, dan membeli produk langsung dari konten yang ditampilkan di aplikasi tanpa berpindah ke layanan lain.³⁹ Di Indonesia, penyelenggaraan TikTok Shop dilaksanakan oleh PT Tokopedia (Tokopedia TikTok *Commerce*) sebagai badan hukum berbentuk perseroan terbatas yang tunduk pada ketentuan hukum nasional, khususnya peraturan yang mengatur perdagangan melalui sistem elektronik serta perlindungan konsumen.⁴⁰ Dalam konteks hukum *e-commerce*, fitur ini tidak sekadar sebagai sarana promosi, tetapi menghasilkan hubungan hukum yang mengikat antara pelaku usaha dan konsumen ketika terjadi penawaran dan

³⁸ *Op. Cit.* Jocyline dan Sawitri, hlm. 12–15.

³⁹ Loso Judijanto, *et al.*, “Comparison of Legal Aspects of Consumer Protection in E-commerce Transactions and TikTok Shop in Indonesia,” *West Science Law and Human Rights*, Vol. 2, No. 02, 2024, hlm. 111–118.

⁴⁰ Edmon Makarim, *Hukum Transaksi Elektronik*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm. 82–86.

penerimaan barang atau jasa melalui platform tersebut, sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen tetap harus ditegakkan meskipun transaksi terjadi dalam lingkungan media sosial.⁴¹

Sebagai fenomena global, model TikTok Shop yang menggabungkan fungsi hiburan, interaksi sosial, dan pembelian produk telah memperluas ruang lingkup perdagangan elektronik, tetapi juga menimbulkan pertanyaan serius terkait kepastian hukum dan akuntabilitas pelaku usaha. Dalam praktiknya, keterlibatan algoritma dan konten yang bersifat *shoppable* berarti konsumen sering kali melakukan pembelian berdasarkan pengalaman visual dan sosial, yang sekaligus memperbesar risiko ketidaksesuaian prestasi ketika barang tidak dikirim tepat waktu atau sesuai spesifikasi yang dijanjikan.⁴²

F. Definisi Operasional

1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha dalam penelitian ini dipahami sebagai kewajiban hukum yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam melaksanakan perjanjian jual beli melalui sistem *pre-order* pada platform TikTok Shop, khususnya terkait pemenuhan kewajiban pengiriman barang

⁴¹ HN Asufie dan Lena Hanifah, “Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi dalam Social-Commerce di Indonesia,” *Collegium Studiosum Journal*, Vol. 7, No. 1, 2024.

⁴² Zulfan Zulkarnaen Z. dan Agus Hermawan, “Social Commerce 2.0: TikTok Shop dan Masa Depan Belanja Digital,” *Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 2, Mei 2025, hlm. 285–295.

sesuai dengan waktu yang telah diperjanjikan. Apabila terjadi keterlambatan pengiriman yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, maka pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban hukum berupa pemberian ganti rugi atau bentuk pemulihan hak lainnya sebagaimana diatur dalam hukum perlindungan konsumen dan ketentuan hukum perdata yang berlaku.⁴³

2. Upaya Hukum Konsumen

Upaya hukum konsumen dalam penelitian ini diartikan sebagai langkah-langkah hukum yang tersedia bagi konsumen untuk menuntut perlindungan dan pemulihan haknya akibat keterlambatan pengiriman barang dalam transaksi jual beli dengan sistem *pre-order* pada platform TikTok Shop. Upaya hukum tersebut mencakup mekanisme penyelesaian sengketa yang disediakan oleh hukum positif, baik melalui jalur non-litigasi maupun melalui proses litigasi.⁴⁴

3. Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha yang menjalankan kegiatan perdagangan dengan menawarkan dan menjual barang kepada konsumen melalui sistem *pre-order* pada platform TikTok Shop. Dalam penelitian ini, pelaku usaha diposisikan sebagai pihak yang secara langsung

⁴³ Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁴ Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

terikat dalam perjanjian jual beli dan memiliki kewajiban hukum untuk memenuhi prestasi pengiriman barang kepada konsumen.⁴⁵

4. Keterlambatan Pengiriman Barang

Keterlambatan pengiriman barang merupakan keadaan di mana pelaku usaha tidak menyerahkan barang kepada konsumen dalam jangka waktu pengiriman yang telah disepakati atau diinformasikan dalam transaksi *pre-order*. Keterlambatan tersebut dipahami sebagai bentuk tidak dipenuhinya prestasi tepat waktu yang dalam perspektif hukum perdata dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi apabila menimbulkan kerugian bagi konsumen.⁴⁶

5. Perjanjian Jual Beli

Perjanjian jual beli dalam penelitian ini adalah hubungan hukum yang timbul dari kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen melalui platform TikTok Shop, di mana konsumen berkewajiban membayar harga barang dan pelaku usaha berkewajiban menyerahkan barang sesuai dengan ketentuan yang diperjanjikan. Sepanjang memenuhi syarat sah perjanjian, perjanjian tersebut memiliki kekuatan hukum yang mengikat bagi para pihak.⁴⁷

⁴⁵ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁶ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2005, hlm. 45.

⁴⁷ Pasal 1457 dan Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

6. Sistem *Pre-Order*

Sistem *pre-order* merupakan mekanisme jual beli di mana barang yang ditransaksikan belum tersedia atau belum siap dikirim pada saat perjanjian dibuat, sehingga penyerahan barang dilakukan pada waktu tertentu di kemudian hari. Meskipun demikian, sejak terjadinya kesepakatan, sistem *pre-order* tetap melahirkan hubungan perikatan yang mengikat para pihak.⁴⁸

7. Platform TikTok Shop

Platform TikTok Shop adalah fitur terbaru dari aplikasi berbagi video pendek, TikTok. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membeli produk secara langsung melalui aplikasi tanpa perlu berpindah ke platform lain. Ini dijadikan sarana perdagangan elektronik berbasis *social commerce* yang digunakan untuk memfasilitasi transaksi jual beli antara pelaku usaha dan konsumen melalui sistem elektronik. Dalam penelitian ini, TikTok Shop dipahami sebagai media terjadinya perjanjian jual beli, tanpa menempatkannya sebagai pihak utama dalam hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen.⁴⁹

⁴⁸ Munir Fuady, *Hukum Kontrak*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 87.

⁴⁹ Apa itu Tiktok Shop, fitur-fitur dan Cara Menggunakannya, diakses dari <https://www.cakrawala.ac.id/berita/apa-itu-tiktok-shop> pada 9 Mei 2026 pukul 16.40 WIB.

G. Metode Penelitian

Data-data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang memandang hukum sebagai seperangkat norma yang mengatur perilaku masyarakat dan dijadikan sebagai objek kajian utama. Penelitian hukum normatif dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan, asas-asas hukum, doktrin para ahli, serta literatur hukum yang berkaitan dengan isu yang diteliti. Pemilihan jenis penelitian ini didasarkan pada fokus penelitian yang bertujuan untuk mengkaji tanggung jawab pelaku usaha atas keterlambatan pengiriman barang dalam perjanjian jual beli melalui sistem *pre-order* pada platform TikTok Shop berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku.⁵⁰

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*) yaitu Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum

⁵⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Edisi Revisi, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2017, hlm. 35–36.

positif yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi elektronik.

- b. Pendekatan Kasus (*case approach*) yaitu digunakan untuk menelaah penerapan norma hukum perlindungan konsumen dan perjanjian dalam kasus-kasus konkret yang timbul dari praktik transaksi *pre-order*, baik yang tercermin dalam pengaduan konsumen, mekanisme penyelesaian sengketa, maupun kebijakan internal platform.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah dokumen hukum dan dokumen elektronik yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam pelaksanaan perjanjian jual beli melalui sistem *pre-order*, khususnya terkait keterlambatan pengiriman barang pada platform TikTok Shop. Dokumen tersebut meliputi syarat dan ketentuan penggunaan TikTok Shop, kebijakan penjual (*seller policies*), ketentuan pengiriman dan penyelesaian sengketa, serta kontrak elektronik yang terbentuk melalui persetujuan konsumen pada saat melakukan transaksi *pre-order*.⁵¹

4. Sumber Data Penelitian

Data penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

⁵¹ TikTok Shop, *Kebijakan Pengiriman dan Penyelesaian Sengketa*, dokumen elektronik resmi platform, diakses dari https://seller-id.tokopedia.com/university/course?identity=1&role=1&learning_id=7408350766647056&from=course&content_id=7357080605214481 pada 1 Februari 2026 pukul 00.41 WIB.

a. Bahan hukum primer, dalam penelitian ini berupa

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha;
- 2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik digunakan sebagai dasar hukum penyelenggaraan transaksi elektronik dan pengakuan keabsahan perjanjian yang dibuat secara digital;
- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur pelaksanaan kegiatan perdagangan digital;
- 4) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 digunakan sebagai dasar hukum terbaru yang secara khusus mengatur praktik perdagangan melalui sistem elektronik.

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan penjelasan dan penguatan terhadap bahan hukum primer yang dianalisis. Bahan hukum sekunder tersebut meliputi buku-buku teks hukum, buku metodologi penelitian hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan karya ilmiah lain yang relevan dengan topik penelitian.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier tersebut meliputi kamus hukum, ensiklopedia hukum.⁵²

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan cara mengumpulkan dan menelaah berbagai bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang relevan dengan permasalahan penelitian. Studi kepustakaan dipilih karena penelitian ini bersifat normatif dan menitikberatkan pada analisis terhadap norma hukum serta doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.⁵³

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini juga dilakukan melalui studi dokumen, yaitu dengan menelaah berbagai dokumen hukum serta bahan tertulis yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Studi dokumen dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan, literatur hukum, jurnal ilmiah, serta dokumen elektronik yang relevan dengan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli melalui sistem *pre-order* pada platform TikTok Shop. Selain itu, penelitian ini juga menelaah dokumen yang berkaitan dengan syarat dan ketentuan penggunaan platform, kebijakan penjual, serta ketentuan mengenai proses pengiriman barang yang berlaku dalam sistem transaksi tersebut.

⁵²Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2018.

⁵³ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2018, hlm. 52–53.

Penelitian ini juga dilakukan melalui wawancara, yaitu dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada pihak-pihak yang dianggap memiliki pengetahuan atau pengalaman yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Dalam hal ini kepada Bapak Martaji Anggota Majelis BPSK unsur Pelaku Usaha dan Bapak Dwi Priyono, S.H anggota unsur Konsumen Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Daerah Istimewa Yogyakarta. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai praktik transaksi jual beli melalui sistem *pre-order* pada platform TikTok Shop, khususnya terkait tanggung jawab pelaku usaha atas keterlambatan pengiriman barang. Data yang diperoleh dari wawancara tersebut kemudian digunakan sebagai bahan pendukung dalam menganalisis permasalahan penelitian yang berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli berbasis *pre-order* pada platform TikTok Shop.

6. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode penalaran deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari ketentuan hukum yang bersifat umum untuk diterapkan pada permasalahan hukum yang bersifat khusus. Bahan hukum yang telah dikumpulkan

dianalisis secara sistematis untuk merumuskan kesimpulan yang sejalan dengan tujuan penelitian.⁵⁴

H. Kerangka Skripsi

Dalam penulisan ini untuk mempermudah pemahaman dan fokus dalam pokok bahasan agar saling berkaitan dan tersistematis digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Yaitu berisi tentang pendahuluan penulisan yang meliputi antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas, tinjauan pustaka, dan metode penelitian.

BAB II Tinjauan Umum

Merupakan bab yang berisi tinjauan umum yang sesuai dengan judul atau permasalahan penelitian. Dengan menyajikan teori dan konsep yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

BAB III Analisis dan Pembahasan

Berisi tentang bab-bab yang memuat hasil dari penelitian yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian.

BAB IV Penutup

⁵⁴Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, op. cit., hlm. 321–323.

Yaitu bab yang berisi kesimpulan serta saran dan kesimpulan. Kesimpulan yang berisi jawaban dari permasalahan, jumlah kesimpulan sesuai dengan jumlah rumusan masalah yang ada dan juga berisi saran terhadap pemecahan permasalahan yang berkaitan dengan hasil temuan.