

**DESAIN FORMULASI PENGATURAN *SOCIAL COMMERCE* DI  
INDONESIA PERSPEKTIF *MASLAHAH MURSALAH*  
(STUDI PERBADINGAN HUKUM MALAYSIA DAN INDONESIA)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**NARINA RANI NILAM PRATIWI**

**NIM : 200203110030**



**PROGRAM STUDI HUKUM TATA NEGARA (*SIYASAH*)**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULAN MALIK IBRAHIM MALANG**

**2024**

**DESAIN FORMULASI PENGATURAN *SOCIAL COMMERCE* DI  
INDONESIA PERSPEKTIF *MASLAHAH MURSALAH*  
(STUDI PERBADINGAN HUKUM MALAYSIA DAN INDONESIA)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**NARINA RANI NILAM PRATIWI**

**NIM : 200203110030**



**PROGRAM STUDI HUKUM TATA NEGARA (*SIYASAH*)**

**FAKULTAS SYARIAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULAN MALIK IBRAHIM MALANG**

**2024**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,  
Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**DESAIN FORMULASI PENGATURAN *SOCIAL COMMERCE* DI  
INDONESIA PERSPEKTIF *MASLAHAH MURSALAH*  
(STUDI PERBANDINGAN HUKUM MALAYSIA DAN INDONESIA)**

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai persyaratan mendapat predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 20 Maret 2024

Peneliti,

A 1000 Rupiah revenue stamp is affixed to the document. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAI TEMPORER'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp, and a red circular official stamp is also present.

**Narina Rani Nilam Pratiwi**

**NIM 200203110030**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS SYARIAH

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341) 559399  
Website : <https://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail : [syariah@uin-malang.ac.id](mailto:syariah@uin-malang.ac.id)

**BUKTI KONSULTASI**

Nama : Narina Rani Nilam Pratiwi  
NIM : 200203110030  
Program Studi : Hukum Tata Negara (Siyasah)  
Dosen Pembimbing : Yayuk Windhari, S.H., M.H., LL.M.  
Judul Skripsi : Desain Formulasi Pengaturan *Social Commerce* Di Indonesia  
Perspektif *Maslahah Mursalah* (Studi Perbandingan Hukum  
Malaysia dan Indonesia).

No.	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	5 Oktober 2023	Konsultasi Judul Skripsi	
2	2 November 2023	Konsultasi Outline Latar Belakang	
3	9 November 2023	Perbaikan Penelitian Terdahulu dan Kerangka Teori	
4	16 November 2023	Persetujuan Proposal Skripsi	
5	13 Februari 2024	Konsultasi Perbaikan BAB I dan Perubahan Penelitian Terdahulu	
6	16 Februari 2024	Perbaikan Sub Materi Kajian Pustaka BAB II	
7	28 Februari 2024	Perbaikan BAB III Perubahan Tabel Undang-Undang dan Tabel Perbandingan Undang-Undang	
8	7 Maret 2024	Perbaikan BAB III Hasil Desain Undang-Undang	
9	19 Maret 2024 s	Konsultasi Abstrak dan Persetujuan Skripsi	
10	29 Maret 2024	Konsultasi Revisi Skripsi Pasca Sidang Skripsi	

11	2 Mei 2024	Persetujuan Revisi Skripsi Pasca Sidang Skripsi	
----	------------	---	---

Malang, 8 April 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Hukum Tata  
Negara (Siyasah)



**Dr. H. Musleh Herry, S.H., M.Hum**

**NIP. 196807101999031002**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi kembali berbagai data yang ada dalam skripsi yang dilaksanakan oleh saudara saudara Narina Rani Nilam Pratiwi NIM 200203110030 mahasiswa Program Studi Hukum Tata Negara (*siyasah*) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

**DESAIN FORMULASI PENGATURAN *SOCIAL COMMERCE* DI INDONESIA  
PERSPEKTIF *MASLAHAH MURSALAH* (STUDI PERBANDINGAN HUKUM  
MALAYSIA DAN INDONESIA)**

Maka Skripsi ini dinyatakan telah dianggap memenuhi syarat untuk diajukan ke majelis penguji skripsi.

Malang, 20 Maret 2024

Mengetahui

Ketua Program Studi

Hukum Tata Negara (*Siyasah*)



Dr. Musleh Harry, S.H., M.Hum

NIP. 196807101999031002

Dosen Pembimbing



Yayuk Whindari, S.H., M.H., LL.M

NIP.198706202019032013



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
**FAKULTAS SYARIAH**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 559399 Faksimile (0341) 559399  
Website : <https://syariah.uin-malang.ac.id> E-mail : [syariah@uin-malang.ac.id](mailto:syariah@uin-malang.ac.id)

**KETERANGAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan di bawah ini, saya pembimbing skripsi dari mahasiswa:

Nama : Narina Rani Nilam Pratiwi

NIM : 200203110030

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Tata Negara

Menyatakan bahwa skripsi mahasiswa yang bersangkutan telah selesai dan siap diujikan oleh tim penguji skripsi.

Demikian untuk dijadikan maklum

Malang, 20 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

Yayuk Whindari, SH.,MH, LL.M  
NIP. 198706202019032013

## HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi saudara/i Narina Rani Nilam Pratiwi, NIM, 200203110030, Mahasiswa Program Studi Hukum Tata Negara Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

### **DESAIN FORMULASI PENGATURAN *SOCIAL COMMERCE* DI INDONESIA PERSPEKTIF *MASLAHAH MURSALAH* (STUDI PERBANDINGAN HUKUM MALAYSIA DAN INDONESIA)**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai:.....

Dosen Penguji:

1. Teguh Setyobudi, S.HI.,MH.  
NIP. 197903132023211009

(.....)  
Ketua

2. Yayuk Whindari, S.H.,M.H.,LL.M.  
NIP.198706202019032013

(.....)  
Sekretaris

3. Dr. Mustafa Lutfi, S.P.d., S.H.,M.H.  
NIP. 198405202023211024

(.....)  
Penguji Utama

Malang, 06 Mei 2024



Prof. Dr. Sudirman, MA., CAHRM  
NIP. 197708222005011003

## MOTTO

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ  
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبِيثَاتِ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ  
وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ فَاَلَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ  
أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

(Yaitu,) orang-orang yang mengikuti Rasul (Muhammad), Nabi yang ummi (tidak pandai baca tulis) yang (namanya) mereka temukan tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada pada mereka. Dia menyuruh mereka pada yang makruf, mencegah dari yang mungkar, menghalalkan segala yang baik bagi mereka, mengharamkan segala yang buruk bagi mereka, dan membebaskan beban-beban serta belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Adapun orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya, dan mengikuti cahaya terang yang diturunkan bersamanya (Al-Qur'an), mereka itulah orang-orang beruntung.

Dan

*“A law is valuable not because it is law, but because there is right it”*

Hukum bernilai bukan karena itu adalah hukum, melainkan karena ada

kebaikan di dalamnya

(Henry Ward Beecher)

---

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil'alamin.* Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, pertolongan dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul : “**DESAIN FORMULASI PENGATURAN SOCIAL COMMERCE DI INDONESIA PERSPEKTIF MASLAHAH MURSALAH (STUDI PERBANDINGAN HUKUM MALAYSIA DAN INDONESIA)**” dapat kami selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam kita haturkan kepada baginda Rasulullah SAW yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar’i. dengan mengikuti beliau, semoga kita tergolong orang-orang yang berimam dan mendapat syafaatnya di hari kiamat. Aamiin.

Dengan segala pengajaran dan bimbingan serta bantuan yang diberikan, selanjutnya dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Sudirman Hasan, MA., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Musleh Harry, S.H., M.Hum selaku ketua Program Studi Hukum Tata Negara (Siyasah) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Yayuk Whindari SH., MH., LL.M, selaku dosen pembimbing yang telah mendedikasikan waktu, memberikan bimbingan, arahan dengan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Irham Bashori Hasbah, M.H. selaku dosen wali dari penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Banyak terima kasih penulis haturkan kepada beliau yang telah memberikan saran dan motivasi selama menempuh perkuliahan.
6. Dosen penguji Seminar Proposal yang telah memberikan saran dan juga masukan dalam kepenulisan skripsi ini.
7. Segenap jajaran dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan pembelajaran kepada kami semua. Dengan niat ikhlas, semoga amal mereka semua menjadi bagian dari ibadah untuk mendapatkan ridha Allah SWT.
8. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas.
9. Kedua orang tua tercinta penulis yaitu Bapak Suhaemi dan ibu Rinawaty yang selalu mencurahkan cinta serta kasih sayang yang tiada tara, memberikan dukungan dan doa-doa serta nasehat-nasehat untuk penulis agar tetap semangat dan bersabar dalam menyelesaikan pendidikan.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama proses hingga akhir selesainya skripsi ini.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis harap ilmu yang penulis dapatkan selama berkuliah di Program Studi Hukum Tata Negara Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat bermanfaat dalam amal kehidupan baik di dunia maupun di akhirat nanti. Akhir kata penuh kerendahan hati, penulis menyadari bahwasanya masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis secara pribadi khususnya dan pembaca pada umumnya.

Malang, 29 Maret 2024

Penulis,

Narina Rani Nilam Pratiwi

NIM 20020311030

## **PEDOMAN TRANSLITERASI**

### **A. UMUM**

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar internasional, nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543. b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (A Guide Arabic Transliteration), INS Fellow 1992.

### **B. KONSONAN**

Daftar huruf Arab dan transliterasi ke dalam huruf Latin telah tersajikan pada halaman berikut:

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
أ		ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	‘
ث	Th	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	h	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dh	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sh	ء	
ص	s	ي	Y
ض	d		

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika hamzah (ء) terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

### C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dammah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

Vokal rangkap Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
أو	Fathah dan wau	Iu	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

### D. MADDAH

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dari huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إِ	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
أُ	Dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramaā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

## E. TA MARBŪṬAH

Tranliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].

Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Jika pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādīlah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

## F. SYADDAH (*TASYDĪD*)

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (◌◌). dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا : *nahhainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمَّ : *nu'ima*

عَدُّوْ : *'aduwwu*

Jika huruf *ى* ber-*tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf berharakat kasrah (◌◌), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (ī).

Contoh:

عَلِيّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

## G. KATA SANDANG

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-balādu*

## H. HAMZAH

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

## **I. PENULISAN KATA ARAB YANG LAZIM DIGUNAKAN DALAM BAHASA INDONESIA**

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Alquran (dari al-Qur'ān), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fī zilāl al-Qur'ān*

*Al-Sunnah qabl al-tadwīn*

*Al-'Ibārāt Fī 'Umūm al-Lafz lā bi khuṣūṣ al-sabab*

## J. LAFZ AL-JALĀLAH (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaihi* (frasa nominal), ditranliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

## K. HURUF KAPITAL

Walau sistem tulisan arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang pengguna huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada peemulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggambarkan huruf kapital (AI). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DB, CDK, dan DR).

Contohnya :

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unzilafih al-Qur'ān al-Dīn al-Ṭūs Abū*

Naṣr al-Farābī

Al- Munqiz min al-Dalāl

## ABSTRAK

Narina Rani Nilam Pratiwi, NIM 200203110030, 2024: **Desain Formulasi Pengaturan *Social Commerce* Di Indonesia Perspektif *Maslahah Mursalah* (Studi Perbandingan Hukum Malaysia Dan Indonesia)**. Skripsi. Program Studi Hukum Tata Negara (Siyasah). Fakultas Syariah. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing : Yayuk Whindari, SH.,MH, LL.M.

---

**Kata Kunci** : Formulasi Pengaturan; *Maslahah Mursalah*; *Social Commerce*

Kemunculan perdagangan dalam situs media sosial (*social commerce*) seperti TikTok kini banyak diminati oleh masyarakat luas, hal ini dikarenakan perdagangan media sosial memberikan banyak kemudahan dan manfaat bagi para pembeli di Indonesia. Oleh sebab itu dibutuhkan pengaturan yang lebih komprehensif untuk mengawasi jalannya *social commerce* di Indonesia. Penelitian ini membahas beberapa hal di antaranya perbandingan pengaturan peraturan mengenai *social commerce* di Indonesia dan Malaysia, analisis pengaturan *social commerce* di Indonesia perspektif *masalah mursalah*, dan bagaimana desain formulasi pengaturan *social commerce* yang tepat bagi Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan per-undang-undangan (*statute approach*), pendekatan komparatif (*comparative approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Sumber bahan hukum (primer, sekunder, dan tersier) dikumpulkan dengan studi kepustakaan dan dianalisis secara yuridis kualitatif.

Hasil penelitian tersebut adalah untuk membentuk peraturan yang lebih memadai dalam perdagangan elektronik khususnya pada perdagangan media sosial (*social commerce*), Indonesia perlu meningkatkan keamanan dan menambah beberapa ketentuan dalam undang-undang mengenai perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen dalam ranah perdagangan elektronik khususnya pada media sosial serta membentuk beberapa lembaga yang mendukung perlindungan baik bagi para konsumen dan perlindungan terhadap data pribadi konsumen. Berdasarkan tinjauan *masalah mursalah* pembentukan pengaturan *social commerce* bagi perdagangan media sosial sangat dibutuhkan di Indonesia, karena hal ini bermanfaat bagi masyarakat dalam melindungi kepentingan masyarakat selaku konsumen.

## ABSTRACT

Narina Rani Nilam Pratiwi, NIM 200203110030, 2024: **Design of Social Commerce Regulatory Formulation in Indonesia from the Perspective of Maslahah Mursalah (Comparative Study of Malaysian and Indonesian Law)**. Thesis. Constitutional Law Study Program (Siyasah). Faculty of Sharia. Maulan Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Supervisor: Yayuk Whindari, SH.,MH, LL.M.

---

**Keywords** : *Maslahah Mursalah*; Regulatory Formulation; Social Commerce

The emergence of trading on social media sites (social commerce) such as TikTok is now in great demand by the wider community, this is because social media trading provides many conveniences and benefits for buyers in Indonesia. Therefore, a more comprehensive regulation is needed to oversee the course of social commerce in Indonesia. This research discusses several things including the comparison of regulatory arrangements regarding social commerce in Indonesia and Malaysia, analysis of social commerce arrangements in Indonesia from the perspective of *maslahah mursalah*, and how to design the right social commerce regulatory formulation for Indonesia.

This research uses normative juridical research method by using statute approach, comparative approach and conceptual approach. Sources of legal materials (primary, secondary, and tertiary) were collected by literature study and analyzed in a qualitative juridical manner.

The results of the study are to form more adequate regulations in electronic commerce, especially in social media trading (social commerce), Indonesia needs to improve security and add several provisions in the law regarding personal data protection and consumer protection in the realm of electronic commerce especially on social media and form several institutions that support the protection of both consumers and the protection of consumer personal data. Based on the review of *maslahah mursalah*, the establishment of social commerce regulation for social media trading is needed in Indonesia, because this is beneficial for the community in protecting the interests of the community as consumers.

## ملخص البحث

نارينا راني نيلام فراتيوي 200203110030, 2024. تصميم الصياغة التنظيمية للتجارة الاجتماعية في إندونيسيا من منظور المصلحة) دراسة مقارنة للقانون الماليزي والإندونيسي). الأطروحة. برنامج دراسة القانون الدستوري (السياسة). كلية الشريعة. الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج. المشرف: يايوك وينداري، MH، SH، ماجستير في القانون.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الاجتماعية؛ الصياغة التنظيمية؛ المصلحة المرسل

إن ظهور التداول على مواقع التواصل الاجتماعي (التجارة الاجتماعية) مثل TikTok أصبح الآن مطلوبًا بشكل كبير من قبل المجتمع الأوسع، وذلك لأن التداول على مواقع التواصل الاجتماعي يوفر العديد من وسائل الراحة والفوائد للمشتريين في إندونيسيا. لذلك، هناك حاجة إلى تنظيم أكثر شمولاً للإشراف على إدارة التجارة الاجتماعية في إندونيسيا. يناقش هذا البحث عدة أمور منها المقارنة بين الترتيبات التنظيمية المتعلقة بالتجارة الاجتماعية في إندونيسيا وماليزيا، وتحليل تنظيم التجارة الاجتماعية في إندونيسيا من منظور المصلحة، وكيفية تصميم الصيغة التنظيمية المناسبة للتجارة الاجتماعية في إندونيسيا.

يستخدم هذا البحث أسلوب البحث القانوني المعياري باستخدام منهج البحث القانوني المعياري باستخدام المنهج التشريعي والمنهج المقارن والمنهج المفاهيمي. وقد تم جمع مصادر المواد القانونية (الأولية والثانوية والثالثة) من خلال دراسة الأدبيات وتحليلها بطريقة قانونية نوعية. نتيجة البحث هو تشكيل لوائح أكثر ملاءمة في التجارة الإلكترونية، وخاصة في التجارة الاجتماعية، تحتاج إندونيسيا إلى تحسين الأمن وإضافة العديد من الأحكام في القانون فيما يتعلق بحماية البيانات الشخصية وحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية وخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي وتشكيل العديد من المؤسسات التي تدعم حماية كل من المستهلكين وحماية البيانات الشخصية للمستهلك. واستنادًا إلى مراجعة المصلحة، هناك حاجة إلى إنشاء تنظيم للتجارة الاجتماعية للتجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في إندونيسيا، لأن ذلك مفيد للمجتمع في حماية مصالح المجتمع كمستهلكين.

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xx</b>
<b>خلاصة</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Batasan Masalah</b> .....	<b>13</b>
<b>C. Rumusan Masalah</b> .....	<b>13</b>
<b>D. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>13</b>
<b>E. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>14</b>
<b>F. Definisi Konseptual</b> .....	<b>14</b>
<b>G. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>15</b>
<b>H. Kerangka Teori</b> .....	<b>23</b>
1. Teori Hukum Konvergensi .....	<b>23</b>
2. Masalah Mursalah .....	<b>28</b>
<b>I. Metode Penelitian</b> .....	<b>36</b>
<b>J. Sistematika Penulisan</b> .....	<b>41</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>44</b>
<b>A. Tinjauan Umum Social Commerce</b> .....	<b>44</b>
1. Sejarah Keunculan Social Commerce .....	<b>44</b>
2. Social Commerce di Indonesia dan Malaysia .....	<b>49</b>
<b>B. Teori Hukum Konvergensi</b> .....	<b>62</b>
<b>C. Masalah Mursalah</b> .....	<b>66</b>

1. Pengertian Masalah Mursalah .....	66
2. Syarat-Syarat Masalah Mursalah .....	70
3. Sejarah Perkembangan Masalah .....	72
4. Kehujahan Masalah Mursalah Sebagai Dalil Hukum .....	73
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
<b>A. Pengaturan Social Commerce di Indonesia dan Malaysia .....</b>	<b>75</b>
1. Pengaturan Perdagangan Elektronik di Indonesia .....	75
a. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik .....	75
b. Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi .....	83
c. Undang-Undang Perlindungan Konsumen .....	92
2. Pengaturan Perdagangan Elektronik di Malaysia .....	110
a. Akta 658 Akta Perdagangan Elektronik Tahun 2006 .....	111
b. Akta 709 Akta Perlindungan Data Pribadi Tahun 2010 (Pindaan 2016) .....	115
c. Akta 599 Akta Perlindungan Pengguna Tahun 1999 (Pindaan 2019) .....	127
<b>B. Perbandingan Pengaturan Indonesia dan Malaysia .....</b>	<b>131</b>
<b>C. Pengaturan Social Commerce Perspektif Masalah Mursalah .....</b>	<b>150</b>
<b>D. Desain Formulasi Pengaturan Social Commerce di Indonesia .....</b>	<b>155</b>
1. Peraturan dari Segi Substansi .....	158
2. Peraturan dari Segi Struktur .....	161
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>170</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>170</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>172</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>174</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>193</b>

## DAFTAR TABEL

<b>1.1 Tabel</b> Pasar Electric Commerce di Negara ASEAN 2016 .....	9
<b>1.2 Tabel</b> Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	20
<b>2.1 Tabel</b> Perkembangan Social Commerce Dunia .....	46
<b>2.2 Tabel</b> Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia .....	50
<b>3.1 Tabel</b> Bagian Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik .....	76
<b>3.2 Tabel</b> Bagian Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi .....	85
<b>3.3 Tabel</b> Bagian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen .....	94
<b>3.4 Tabel</b> Bagian-bagian Akta 658 Tahun 2006 tentang Perdagangan Elektronik .....	112
<b>3.5 Tabel</b> Bagian-bagian akta 709 Tahun 2010 tentang Perlindungan Data Pribadi .....	115
<b>3.6 Tabel</b> Bagian-bagian akta 599 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pengguna .....	127
<b>3.7 Tabel</b> Perbandingan Undang-Undang Indonesia dan Malaysia .....	140

## **DAFTAR GRAFIK**

<b>2.1 Grafik</b> Platform Electronic Commerce di Indonesia .....	51
<b>2.2 Grafik</b> Platform Electronic Commerce di Malaysia .....	57
<b>2.3 Grafik</b> Sosial Media yang Digunakan untuk Berbelanja .....	59

## DAFTAR BAGAN

<b>3.1 Bagan</b> Desain Lembaga Perlindungan Data Pribadi .....	165
<b>3.2 Bagan</b> Desain LembagaPerlindungan Konsumen .....	167

## LAMPIRAN

<b>4.1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik .....</b>	<b>185</b>
<b>4.2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Perubahan 1).....</b>	<b>186</b>
<b>4.3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Perubahan 2).....</b>	<b>187</b>
<b>4.4 Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi....</b>	<b>188</b>
<b>4.5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.....</b>	<b>189</b>
<b>4.6 Undang-Undang Nomor 658 Tahun 2006 tentang Perdagangan Elektronik (Pembaharuan 2012).....</b>	<b>190</b>
<b>4.7 Undang-Undang Nomor 709 Tahun 2010 tentang Perlindungan Data Pribadi (Pembaharuan 2016).....</b>	<b>191</b>
<b>4.8 Undang-Undang Nomor 599 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pengguna (Pembaharuan 2019).....</b>	<b>192</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Teknologi yang semakin canggih, memberikan banyak informasi kepada masyarakat serta membantu memenuhi kebutuhan masyarakat dan mengakibatkan masyarakat terus bergantung dengan teknologi. *We Are Social* memberikan laporan terbaru mengenai jumlah pengguna internet dunia yang mencapai 64,4% dari populasi global yang totalnya 8,01 miliar orang. Tercatat pada Januari 2023 pengguna internet dunia telah mencapai 5,16 miliar jiwa.<sup>1</sup> Sedangkan di Indonesia sendiri *We Are Social* mencatat jumlah pengguna internet Indonesia sudah mencapai 213 juta jiwa pada awal Januari 2023.<sup>2</sup>

Ketika menggunakan internet masyarakat Indonesia lebih sering mengakses media sosial dibandingkan platform atau aplikasi lainnya. Dalam periode 2021 hingga 2022 penggunaan facebook mencapai 68,36% dibandingkan Youtube yang mencapai 63,2%.<sup>3</sup> Sedangkan pengguna TikTok di Indonesia sudah mencapai 112,97 juta pengguna. Indonesia sendiri menduduki peringkat kedua

---

<sup>1</sup> Cindy Mutia Annur, "Jumlah Pengguna Internet Global Tembus 5,16 Miliar Orang Pada Januari 2023," *databoks*, 3 Februari 2023, diakses 28 Januari 2024  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/jumlah-pengguna-internet-global-tembus-516-miliar-orang-pada-januari-2023>

<sup>2</sup> Cindy Mutia Annur, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023," *databoks*, 20 September 2023, diakses 5 November 2023  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

<sup>3</sup> Ali Mahmudan, "Warga Indonesia Paling Sering Akses Media Sosial di Internet," *DataIndonesia*, 12 Juni 2022, diakses 5 November 2023. <https://dataindonesia.id/internet/detail/warga-indonesia-paling-sering-akses-media-sosial-di-internet>

terbanyak pengguna TikTok setelah Amerika Serikat, yang mencapai 116,97 juta pengguna.<sup>4</sup>

Selain memberikan informasi pada masyarakat, teknologi juga berkembang dan membantu pada sektor pendidikan, kesehatan dan pemerintahan. Selain diberikan oleh guru para siswa dapat mengakses materi ajar secara langsung dari internet. Pelayanan kesehatan juga dapat diakses secara online bahkan pembelian obat dapat dilakukan dengan mudah melalui pemesanan online.<sup>5</sup> Pada sektor pemerintahan hampir semua layanan publik dan informasi dapat diakses secara online.<sup>6</sup>

Kemunculan *electronic commerce* di Indonesia adalah suatu kemajuan teknologi pada sektor perdagangan. *Electronic commerce* merupakan suatu transaksi yang melibatkan pertukaran informasi produk, layanan, atau pembayaran melalui jaringan elektronik. Dengan adanya *electronic commerce* semua kegiatan bisnis dapat dilakukan secara efisien dan mudah.<sup>7</sup>

Melihat masyarakat Indonesia yang sering mengakses media sosial. Para pedagang mulai mengambil peluang untuk memasarkan produk mereka secara online melalui media sosial. Dari sinilah muncul kegiatan perdagangan baru yang

---

<sup>4</sup> Cindy Mutia annur, "Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per april 2023, Nyaris Salip AS," *databoks*, 24 Mei 2023. diakses 28 Januari 2024  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>

<sup>5</sup> Cecep Abdul Cholik, "Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang," *Jurnal Fakultas Teknik*, no.2(2021): 40-43  
<https://jurnal.unisa.ac.id/index.php/jft/article/view/83/68>

<sup>6</sup> Mesnan Silalahi, Dermawan Napitupulu, dan Gulda Patria, "Kajian Konsep Dan Kondisi E-Government Di Indonesia," *Jurnal Penerapan Ilmu-Ilmu Komputer*, no.1(2015): 11  
<https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/08/article/view/31>

<sup>7</sup> Latifah Hanim, "Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian Dalam Perdagangan Secara Elektronik (*E-commerce*) Di ERa Globalisasi," *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol.11(2011): 61 <https://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/view/262>

dilakukan di media sosial yaitu *social commerce*. *Social commerce* merupakan model yang serupa dengan *electronic commerce*, namun transaksi bisnis yang dilakukan terjadi dalam suatu aplikasi media sosial berbeda dengan *electronic commerce* yang memiliki platform khusus untuk melakukan transaksi bisnis.<sup>8</sup>

TikTok merupakan media sosial populer dari Tiongkok yang memiliki banyak pengguna di Indonesia. Awalnya platform ini fokus untuk memberikan hiburan berupa unggahan video dan foto, namun dengan banyaknya peminat, TikTok menyediakan *market place* tanpa perantara.<sup>9</sup> Dengan adanya fitur baru ini, para pengguna dapat mempromosikan produk mereka melalui unggahan video bahkan melalui *live streaming*. Selain itu para pembeli juga dapat memesan dan membayarnya pada aplikasi TikTok tanpa harus berpindah aplikasi.<sup>10</sup>

Dikarenakan adanya keluhan dari pedagang konvensional beberapa bulan lalu mengenai adanya *social commerce* yang merugikan mereka pemerintah Indonesia mulai memutuskan untuk menghapus TikTok Shop dari aplikasi TikTok. Alasan lainnya adalah dikarenakan apabila media sosial digabungkan dengan *electronic commerce* akan mengakibatkan potensi penyalahgunaan data pribadi untuk keuntungan bisnis.<sup>11</sup> Akibatnya pemerintah akan merevisi Peraturan

---

<sup>8</sup> Muhammad Ashoer dan Syahnur Said, "The Impact of Perceived Risk on Consumer Purchase Intention in Indonesia; A Social Commerce Study," *International Conference on Accounting, Management, Economics and Social Sciences*, (2016): 2 [https://www.researchgate.net/publication/318299668\\_The\\_Impact\\_of\\_Perceived\\_Risk\\_on\\_Consumer\\_Purchase\\_Intention\\_in\\_Indonesia\\_A\\_Social\\_Commerce\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/318299668_The_Impact_of_Perceived_Risk_on_Consumer_Purchase_Intention_in_Indonesia_A_Social_Commerce_Study)

<sup>9</sup> Maria Ulfa Batoebara, "Aplikasi Tik-Tok Seru-seruan Atau Kebodohan," *Jurnal Network Media*, no.2(2020): 60 <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/junetmedia/article/view/849>

<sup>10</sup> Hellen Juliana, "Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop," *Journal Sinomika : Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi 7 Akuntansi*, no.6(2023): 1518 <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/754>

<sup>11</sup> Novina Putri Bestari, "Ecommerce Dilarang Gabung Media Sosial, Ini Alasan Jokowi," 26 September 2023, diakses 5 November 2023

Menteri Perdagangan Nomor 5 Tahun 2020 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Elektronik. Dengan melarang *platform* media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan Twitter untuk berjualan langsung.<sup>12</sup> TikTok Shop Indonesia akhirnya resmi ditutup pada tanggal 4 Oktober 2023, pukul 17.00 WIB.<sup>13</sup> Keputusan ini dilaksanakan setelah pihak TikTok menyetujui aturan tersebut. Namun di awal penutupan, beberapa penjual yang menggunakan TikTok Shop mengeluarkan protes. Begitu juga dari kalangan pengguna layanan TikTok Shop.<sup>14</sup>

Walaupun sempat dikabarkan tutup, TikTok Shop akhirnya kembali diizinkan untuk beroperasi pada tanggal 12 Desember 2023. Kali ini TikTok Shop memilih untuk bekerja sama dengan Tokopedia.<sup>15</sup> TikTok berencana untuk berinvestasi sebesar US\$1,5 miliar atau setara Rp23,4 triliun dalam jangka waktu panjang di platform perbelanjaan elektronik terbesar di Indonesia. TikTok juga mengatakan bahwa dirinya akan bekerja sama dengan GoTo untuk mempromosikan barang-barang lokal Indonesia di platform mereka, serta

---

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230926064756-37-475478/ecommerce-dilarang-gabung-media-sosial-ini-alasan-jokowi>

<sup>12</sup> Zumrotun Solichah, dan Edy M. Yakub, “Pakar: Penutupan TikTok Shop Berdampak Positif Ekosistem E-Commerce,” *ANTAR*, 8 Oktober 2023, diakses 8 Oktober 2023,

<https://www.antaraneews.com/berita/3762492/pakar-penutupan-tiktok-shop-berdampak-positif-ekosistem-e-commerce#:~:text=Peraturan%20Menteri%20Perdagangan%20Nomor%2050,promosi%20dan%20dilarang%20untuk%20bertransaksi>.

<sup>13</sup> Ferry Sandi, “TikTok Shop Ditutup, Mendag Tegaskan Nasib Ecommerce Lain,” *CNBC Indonesia*, 10 Oktober 2023, diakses 5 November 2023

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231010162529-37-479461/tiktok-shop-ditutup-mendag-tegaskan-nasib-ecommerce-lain>

<sup>14</sup> Novita Intan, dan Lida Puspaningtyas, “TikTok Shop Tutup, Penjual Geser ke *E-Commerce* Lain,” *Republika*, 5 Oktober 2023, diakses 8 Oktober 2023.

<https://ekonomi.republika.co.id/berita/s21942502/tiktok-shop-tutup-penjual-geser-ke-ecommerce-lain>

<sup>15</sup> Rasmilawanti Rusman, “Siap-siap! TikTok Shop Bakal Buka Lagi Tanggal 12 Desember Besok,” *detiksulsel*, 11 Desember 2023, diakses 27 Januari 2024. <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-7083231/siap-siap-tiktok-shop-bakal-buka-lagi-tanggal-12-desember-besok>

membantu usaha kecil dan menengah mengembalikan strategi produksi dan penjualan mereka.<sup>16</sup>

Ketika ditanya mengapa TikTok Shop kembali diizinkan untuk beroperasi kembali di Indonesia, Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan memberikan jawaban bahwa pemerintah akan memberikan masa percobaan selama 3 sampai 4 bulan untuk penggabungan TikTok Shop dengan Tokopedia. Zulkifli mengatakan tujuan utama pemerintah adalah para pedagang dapat mulai kembali berjualan dengan lancar di platform perdagangan elektronik, usai penggabungan TikTok Shop dan Tokopedia.<sup>17</sup> Zulkifli Hasan juga menambahkan bahwa TikTok harus memisahkan TikTok Shop dengan aplikasi TikTok, hal ini dikarenakan adanya regulasi Indonesia yang melarang untuk menyatukan media sosial dengan perdagangan elektronik.

Selain Indonesia, Malaysia juga sudah mengadopsi *electronic commerce* untuk mengembangkan perdagangan mereka. Departemen Riset Statista melaporkan bahwa pada tahun 2023, pengguna *electronic commerce* di Malaysia sudah mencapai 16,71 juta pengguna.<sup>18</sup> Selain itu masyarakat Malaysia juga menggunakan media sosial untuk berdagang dan membeli kebutuhan mereka.

---

<sup>16</sup> Tim BBC News Indonesia, "TikTok Shop buka lagi setelah akuisisi Tokopedia, pedagang dan afliator berharap 'jangan sampai ditutup lagi'," *BBC News Indonesia*, 12 Desember 2023, diakses pada 27 Januari 2024 <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cgrp5yeyvzno>

<sup>17</sup> Intan Rakhmayanti Dewi, "Alasan TikTok Shop Pilih Tokopedia Buat Buka Lagi di RI," *CNBC Indonesia*, 12 Desember 2023, diakses 27 Januari 2024. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231212152957-37-496535/alasan-tiktok-shop-pilih-tokopedia-buat-buka-lagi-di-ri>

<sup>18</sup> Statista, "Number of Users of e-commerce in Malaysia 2017-2027," *Statista*, 16 Agustus 2023, diakses 5 November 2023 <https://www.statista.com/statistics/1351255/malaysia-number-of-e-commerce-users/>

Berdasarkan data *Big Commerce*, 23% pembeli online terpengaruh oleh rekomendasi media sosial, sementara 84% memeriksa ulasan sebelum membeli.<sup>19</sup>

Karena dukungan masyarakat dan keuntungan perdagangan yang cukup memuaskan dengan adanya perdagangan media sosial. Pemerintah Malaysia membuat beberapa peraturan untuk mengatur jalannya perdagangan media sosial dan agar mengurangi kejahatan yang dapat terjadi dalam perdagangan elektronik. Beberapa peraturan-peraturan tersebut diantaranya seperti akta 709 tentang Perlindungan Data Pribadi tahun 2010. Undang-undang ini mulai diberlakukan di Malaysia sejak tanggal 15 November 2013 dan sudah mengalami amandemen sebanyak satu kali pada tahun 2016. Undang-undang ini mengatur persyaratan untuk melindungi informasi konsumen dan memberikan tanggung jawab kepada para pengguna data berdasarkan hukum.<sup>20</sup>

Pada tahun 1999, Malaysia juga memberlakukan Undang-Undang Perlindungan konsumen, untuk melindungi konsumen dalam transaksi perdagangan. Namun pada saat itu undang-undang tersebut hanya diperuntukkan bagi perdagangan secara langsung bukan perdagangan dalam media elektronik. Dengan berkembangnya teknologi, undang-undang tersebut akhirnya mengalami perubahan dan menambahkan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Selain itu untuk lebih mendukung adanya perdagangan elektronik Malaysia juga

---

<sup>19</sup> Statista Research Departement, "Most Commonly Used Social Media Platform For Purchases During the Last 12 Months in Malaysia as of February," *Statista*, 28 Maret 2023, diakses 5 November 2023 <https://www.statista.com/statistics/1375613/malaysia-social-media-platforms-used-for-social-commerce/>

<sup>20</sup> Mohd Amiruddin Hamzah, Abdul Rahman Ahmad, Norhayati Hussin, dan Zaharuddin Ibrahim, "Personal Data Privacy Protection: A Review on Malaysia's Cyber Security Policies," *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, no 12(2018: 1479 <https://www.semanticscholar.org/paper/Personal-Data-Privacy-Protection%3A-A-Review-on-Cyber-HamzahAhmad/8f9173e01b4d3debc9fe41a25a3ae8491c9bd9df?p2df>

memiliki Undang-Undang Perdagangan Elektronik, yaitu Akta 658 tentang Perdagangan Elektronik tahun 2006. Pemerintah Malaysia memperkenalkan Akta Perdagangan Elektronik 2006 untuk memberikan pengakuan hukum atas pesan elektronik, pemenuhan persyaratan hukum melalui sarana elektronik dan komunikasi pesan elektronik.<sup>21</sup>

Indonesia sebenarnya sudah memiliki beberapa peraturan untuk menanggulangi kejahatan yang berdampak dari perdagangan elektronik. Seperti pengaturan mengenai transaksi elektronik yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, akan tetapi dikarenakan belum diaturnya pengertian serta penjelasan mengenai perbuatan hukum secara eksplisit dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka terkadang undang-undang ini belum sepenuhnya dapat mengatasi kasus-kasus melawan hukum dalam perdagangan elektronik.<sup>22</sup> Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini juga ditemukan beberapa pasal multitafsir yang disebut dengan “pasal karet”. Pasal-pasal karet ini disebabkan adanya penafsiran subjektif oleh pihak-pihak yang bersangkutan seperti penegak hukum atau instansi lainnya, hal ini nantinya akan menimbulkan penafsiran yang beragam bagi masyarakat.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Zainal Amin Ayub, Zuryati Mohamed Yusoff dan Nurretina Ahmad Shariff, “Malaysian Electronic Commerce Act 2006 and EU Directives: Consumer Protection Perspectives,” *Journal of Ethics, Legal and Governance*, (2007): 70 <https://repo.uum.edu.my/id/eprint/11944/>

<sup>22</sup> Hetty Hassanah, “Analisis Hukum tentang Perbuatan Melawan Hukum Dalam Transaksi Bisnis Secara Online (E-Commerce) Berdasarkan *Burgelijke Wetboek* dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” *Jurnal Wawasan Hukum*, no.1(2015): 40 <https://ejournal.sthb.ac.id/index.php/jwy/article/view/88>

<sup>23</sup> Kendry Tan, “Analisis Pasal Karet Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Terhadap Asas Kejelasan Rumusan,” *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, no.1(2022): 16 <https://ejournalunsam.id/index.php/jhsk/article/view/3376>

Selain Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dalam menjalankan perdagangan secara elektronik Indonesia juga mengatur Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kehadiran *social commerce* juga memberikan kekhawatiran bagi para konsumen Indonesia. Selain dikhawatirkan adanya penyalahgunaan data pribadi, banyak konsumen juga khawatir akan penipuan yang terjadi. Terkadang minimnya informasi suatu produk yang dipaparkan oleh penjual pada toko onlinenya, mengakibatkan ketidaktahuan konsumen mengenai barang yang akan dibelinya nanti. Maka dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini diharapkan agar para konsumen dapat dilindungi dalam melakukan pembelian secara online melalui media elektronik.<sup>24</sup>

TikTok Shop pada tahun 2022 mulai memperluas aplikasinya ke wilayah Asia Tenggara. Terdapat beberapa negara di Asia Tenggara yang kemudian menggunakan aplikasi ini di antaranya Singapura, Malaysia, Indonesia, Filipina, Vietnam dan Thailand.<sup>25</sup> Dalam hal pengembangan *electronic commerce* dan *social commerce*, negara-negara berkembang di belahan Asia Tenggara merupakan wilayah dengan perkembangan yang cukup lambat jika dibandingkan dengan negara-negara maju lainnya. Hal ini disebabkan karena pembatasan administratif terjadi di negara-negara berkembang dibandingkan negara-negara

---

<sup>24</sup> Alicia Valda Veyfra Walangitang, "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kadaluwarsa (Studi Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia dan Malaysia)," *UNES LAW REVIEW*, no4(2023): 3282 <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/618>

<sup>25</sup> Tim CNN Indonesia, "TikTok Shop Makin Populer di ASEAN, Lazada dan Shopee Mulai Terancam," *CNN Indonesia*, 26 Mei 2023, diakses 22 Januari 2024 <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230526140558-92-954374/tiktok-shop-makin-populer-di-asean-lazada-dan-shopee-mulai-terancam#:~:text=Pada%202022%2C%20TikTok%20Shop%20memperluas,Filipina%2C%20Vietnam%2C%20dan%20Thailand.>

maju. Selain itu negara berkembang sering mendapatkan banyak tantangan dikarenakan kurangnya kebijakan dan peraturan *electronic commerce*, serta infrastruktur, kepercayaan dan keamanan yang belum sepenuhnya memadai.<sup>26</sup>

### 1.1 Pasar *electronic commerce* di Negara-Negara ASEAN terpilih tahun 2016

Negara	Penjualan (Dalam Miliar US\$)	Presenatse (%)	Tingkat Pertumbuhan (%)
Indonesia	5,29	35,27	20,0
Singapura	2,13	14,20	(tidak ada data)
Malaysia	1,97	13,13	23,70
Vietnam	1,71	11,40	17,20
Filipina	1,01	6,73	18,30

Sumber : Developing The Digital Economy In ASEAN 2019

Dari tabel tersebut terlihat bahwa Vietnam dan Filipina hanya menguasai sedikit wilayah pasar dibandingkan negara lainnya seperti Indonesia dan Malaysia yang menguasai pasar dengan cukup banyak. Walaupun Filipina memiliki populasi kependudukan terbesar setelah Indonesia, namun penyebaran pasar *electronic commerce* memiliki populasi yang sangat kecil.<sup>27</sup>

Dikarenakan perkembangan *electronic commerce* pada negara berkembang di Asia Tenggara lebih terlihat di Malaysia dan Indonesia, serta peminat TikTok Shop yang cukup banyak di negara tersebut, maka perbandingan pengaturan dapat dilakukan di antara kedua negara tersebut. Selain itu penelitian ini memilih negara Malaysia untuk dibandingkan juga disebabkan karena

<sup>26</sup> Lurong Chen dan Fukunari Kimura, *Developing The Digital Economy In ASEAN* (New York: Routledge,2019), 162

<sup>27</sup> Lurong Chen dan Fukunari Kimura, *Developing The Digital Economy In ASEAN* (New York: Routledge,2019), 206

Malaysia merupakan negara berkembang yang di mana baik kebudayaan, kehidupan sosial maupun masyarakatnya hampir serupa dengan Indonesia. Oleh karena itu perbandingan hukum yang dilakukan memilih negara Malaysia sebagai negara pembanding. Namun jika dibandingkan dengan Malaysia sendiri, regulasi yang dibuat oleh Indonesia untuk mengawasi jalannya *social commerce* masih terbilang belum memadai untuk melindungi masyarakat. Dalam permasalahan ini pemerintah perlu meninjau kembali mengenai pengawasan *social commerce*. Suatu hal yang dianggap bermanfaat bagi masyarakat umum namun tidak dapat digunakan dengan sebaik-baiknya karena tidak ada aturan atau hukum yang mengaturnya, maka akan berdampak memberikan kesulitan bagi masyarakat. Allah berfirman dalam al-Qur'an

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنْ هُدًى وَالْفُرْقَانِ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ

فَلْيَصُمْهُ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَيْكُم وَتَعْلَمُوا أَنَّكُمْ تَشْكُرُونَ

“Bulan Ramadhan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan al-Qur'an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang benar dan yang batil). Karena itu, barang siapa di antara kamu ada di bulan itu, maka berpuasalah. Dan barang siapa sakit atau dalam perjalanan (dia tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur.” (Al-Baqarah: 185).<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Yayasan Penyelenggara Penerjemahan/Penafsir Al-Qur'an, *CORDOVA AL-QUR'AN DAN TERJEMAH*, (Bandung: Syaamil Qur'an, 2017), 28.

Dalam ayat tersebut, Allah memberikan kemudahan bagi hambanya yang sakit di bulan Ramadhan, dan kepada para musafir untuk tidak berpuasa terlebih dahulu dan boleh menggantinya di lain hari. Hal ini membuktikan bahwa Allah SWT tidak ingin menyulitkan hambanya dalam menjalani kehidupan. Oleh karena itu suatu yang dianggap bermanfaat namun tidak dapat digunakan dengan baik karena tidak ada yang mengatur hukumnya dan jika digunakan tanpa adanya aturan maka akan membahayakan haruslah dikaji agar dapat dibuat aturan yang pasti untuk mengaturnya.

Dalam mengkaji suatu masalah dibutuhkan metode yang spesifik. Dalam permasalahan *social commerce*, media sosial adalah aplikasi yang berguna bagi masyarakat, selain sebagai sarana hiburan, media sosial juga memberikan beberapa informasi bagi beberapa pengguna. Dalam mengkaji suatu yang bermanfaat bagi masyarakat umum metode yang dapat digunakan adalah metode *maslahah*.

Seiring berkembangnya zaman, banyak pembaharuan-pembaharuan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Contohnya seperti adanya *social commerce*. Dalam pembaharuan ini terkadang hukum-hukum lama tidak dapat mengatur dengan maksimal. Oleh karena itu, dengan berkembangnya teknologi dan munculnya pembaharuan-pembaharuan yang bermanfaat maka sangat dibutuhkan hukum atau aturan yang memadai guna mengawasi jalannya pembaharuan tersebut.

Dalam hukum Islam, meninjau suatu hal baru yang belum diatur oleh peraturan baik aturan umum maupun khusus dalam aturan Islam (al-Qur'an dan

Hadist), maka metode yang dapat digunakan adalah *masalah mursalah*. Dengan kurangnya aturan yang mengatur *social commerce* di Indonesia, maka permasalahan ini dapat dikaitkan dengan adanya tinjauan *masalah mursalah*. *Maslahah Mursalah* merupakan segala sesuatu yang mendatangkan kemanfaatan bagi manusia. Namun kemanfaatan tersebut tidak diatur dalam hukum maupun dalil-dalil al-Qur'an dan hadist.<sup>29</sup>

Dengan kurangnya pengaturan yang dimiliki oleh Indonesia untuk mengawasi jalanya kegiatan *social commerce* untuk melindungi masyarakat, sangat dibutuhkan penelitian kembali dengan membandingkan peraturan-peraturan di Indonesia yang berkaitan dengan perdagangan sosial agar dapat mengatur peraturan yang lebih baik. Oleh karena itu, peneliti membuat proposal penelitian dengan judul **“DESAIN FORMULASI PENGATURAN SOCIAL COMMERCE DI INDONESIA PERSPEKTIF MASLAHAH MURSALAH (STUDI PERBADINGAN HUKUM MALAYSIA DAN INDONESIA)”**

---

<sup>29</sup> Imron Rosyadi, “Maslahah Mursalah Sebagai Dalil Hukum,” *Jurnal SUHUF*, no.1(2012): 15-16 <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/2910/2.%20IMRON%20ROSYADI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## **B. Batasan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, peneliti perlu menetapkan masalah untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan diteliti sekaligus agar penelitian ini dapat dilaksanakan secara fokus. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah mendesain formulasi pengaturan *social commerce* yang ada pada aplikasi TikTok dengan cara membandingkan pengaturan penggunaan *social commerce* yang bertujuan untuk perdagangan di Indonesia dan Malaysia.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perbandingan hukum pengaturan *social commerce* di Indonesia dan Malaysia?
2. Bagaimana pengaturan *social commerce* di Indonesia perspektif *masalah mursalah*?
3. Bagaimana desain formulasi pengaturan *social commerce* yang tepat di Indonesia?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan beberapa rumusan masalah yang telah peneliti susun di atas, berikut adalah tujuan penelitian yang hendak peneliti capai :

1. Untuk mengidentifikasi, dan menganalisis perbandingan peraturan mengenai *social commerce* di Indonesia dan Malaysia.
2. Untuk mengidentifikasi, dan menganalisis pengaturan *social commerce* di Indonesia perspektif *masalah mursalah*.

3. Untuk merancang desain formulasi pengaturan *social commerce* yang tepat di Indonesia.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar dan acuan untuk penelitian selanjutnya yang pembahasannya sama, juga dapat memberikan data serta pengetahuan lebih lanjut untuk mengembangkan ilmu Hukum Tata Negara mengenai perkembangan peraturan mengenai *social commerce* di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan peneliti guna menerapkan hasil dari studi penelitian selain itu juga diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah agar dapat dijadikan pertimbangan untuk lebih memperkuat peraturan mengenai teknologi yang terus berkembang, agar masyarakat dapat memanfaatkan teknologi dengan baik dan aman.

#### **F. Definisi Konseptual**

1. Formulasi, menurut Dunn formulasi merupakan pengembangan dan sintesis terhadap alternatif-alternatif pemecahan masalah.<sup>30</sup> Sedangkan menurut Barda Nawwawi Arief, formulasi peraturan merupakan

---

<sup>30</sup> Karlivon Meta, Alden Laloma dan Very Londa, "Formulasi Kebijakan Peraturan Desa Di Desa Bataka Kecamatan Ibu Selatan Kabupaten Halmahera Barat," *Jurnal Administrasi Publik*, no.54(2018): 4 <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/JAP/article/view/19253>

pembuatan suatu peraturan perundang-undangan untuk menunjang tegaknya hukum di masyarakat.<sup>31</sup> Maka dapat diartikan formulasi adalah suatu rancangan yang dibentuk untuk menyelesaikan suatu masalah. Sedangkan formulasi peraturan merupakan rancangan pembuatan peraturan yang dilakukan untuk memperlancar jalannya hukum di masyarakat

2. *Social Commerce*, merupakan perdagangan yang dilakukan dalam situs media sosial dimana kegiatan perdagangan ini menyatukan antara lingkungan online dan offline. Secara luas social commerce melibatkan pengguna media sosial untuk ikut berpartisipasi dalam pemasaran, penjualan, membeli, dan berbagi produk dan layanan di media sosial secara online.<sup>32</sup>
3. *Maslahah mursalah*, menurut Abdul Wahhab Khalaf, masalah mursalah merupakan sesuatu yang dianggap bermanfaat namun tidak terdapat hukum yang mengatur kemanfaatan tersebut dan juga tidak terdapat dalil tertentu baik yang mendukung maupun yang menolaknya.<sup>33</sup>

## G. Penelitian Terdahulu

1. Dedy Paryadi, *Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia Dan Negara-Negara ASEAN*.

<sup>31</sup> Ridwan, "Kebijakan Formulasi Hukum Pidana Penanggulangan Tindak Pidana Korupsi," *Jurnal Law Reform*, no.1 (2012): 81 <https://doi.org/10.21456/vol%25viss%25ipp1-9>

<sup>32</sup> Lina Zhou, Ping Zhang, dan Hans-Dieter Zimmermann, "Social Commerce Research: An integrated view," *Electronic Commerce Research and Applications*, no.2(2013): 61 <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2013.02.003>

<sup>33</sup> H. Satria Effendi M. Zein, *Ushul Fiqh* (Jakarta: Kencana, 2005), 135

Jurnal Era Hukum, Vol.14, No.2, (2016).<sup>34</sup> Dalam jurnal ini menganalisis perkembangan regulasi Indonesia dalam mengatur perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi *electronic commerce* dan bagaimana Indonesia dapat bersaing dalam bidang *electronic commerce* dengan negara-negara ASEAN. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku atau diterapkan terhadap suatu permasalahan hukum tertentu. Berdasarkan penelitian dalam jurnal tersebut, bahwa regulasi perdagangan yang mengatur perlindungan konsumen belum sepenuhnya dapat melindungi masyarakat dalam melakukan transaksi baik secara konvensional maupun secara online. Selain itu agar *electronic commerce* di Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara di ASEAN, maka pemerintah Indonesia harus menciptakan regulasi-regulasi yang baik dan aman terhadap perlindungan konsumen dan mendukung bisnis proses yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Unsur kebaharuan yang akan diteliti oleh peneliti selanjutnya adalah mengenai adanya formulasi pengaturan untuk mengatur *social commerce* di Indonesia.

2. Roberto Ranto. Universitas Kristen Satya Wacana. *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*. Jurnal Ilmu Hukum ALETHEA, Vol.2, No.2,

---

<sup>34</sup> Dedy Paryadi, "Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia Dan Negara-Negara ASEAN" *Jurnal Era Hukum*, no.2(2016): 292-314 <https://journal.untar.ac.id/index.php/hukum/article/view/525>

(2019).<sup>35</sup> Dalam Jurnal ini membahas mengenai pengaturan hukum dan konsep perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli media elektronik. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), yang nantinya akan menelaah undang-undang terkait penelitian dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yang digunakan untuk mengkaji konsep maupun teori kepastian hukum dalam perjanjian jual beli. Berdasarkan penelitian tersebut peraturan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui media elektronik diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dan secara khusus perlindungan hukum konsumen dalam perdagangan elektronik diatur dalam Pasal 65 undang-Undang Perdagangan. Sedangkan mengenai Konsep perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli dalam elektronik terdiri dari perlindungan hukum *preventif* dan perlindungan hukum *represif*. Unsur kebaharuan yang akan diteliti oleh peneliti selanjutnya adalah formulasi pengaturan perdagangan media sosial atau pengaturan *social commerce*.

3. Muhammad Faiz Aziz dan Muhammad Arif Hidayah. Sekolah tinggi Hukum Indonesia Jentera Jakarta. *Perlunya Pengaturan Khusus Online Dispute Resolution (ODR) Di Indonesia Untuk Fasilitas Penyelesaian Sengketa E-Commerce*. Jurnal Rechtsvindng Media Pembina Hukum

---

<sup>35</sup> Robero Ranto, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik," *Jurnal Ilmu Hukum ALETHEA*, no.2(2019): 145-164  
<https://ejournal.uksw.edu/alethea/article/view/3552>

Nasional, Vol.9, No.2, (2020).<sup>36</sup> Dalam Jurnal ini membahas mengenai perkembangan, regulasi, dan implementasi ODR juga mendorong adanya pengaturan yang khusus bagi ODR dan mekanisme penyelesaian sengketa bagi transaksi *e-commerce* di Indonesia. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan (*desktop study*) dan melalui pendekatan normatif yuridis dan kualitatif, dimana situasi perkembangan global terkait dengan ODR, penerapannya, dan regulasi saat ini di Indonesia dikaji untuk melihat dan mereview bagaimana ODR bisa diatur dan diimplementasikan di Indonesia. Berdasarkan penelitian tersebut didapatkan bahwa penyelesaian sengketa berupa ODR diperlukan di Indonesia mengingat perkembangan transaksi *e-commerce* yang selalu meningkat. Walaupun sudah terdapat banyak pengaturan yang dibuat untuk mengatur ODR akan tetapi peraturan-peraturan mengenai penyelesaian ODR sendiri belum diatur secara khusus. Kebaharuan yang nantinya akan diteliti oleh peneliti selanjutnya adalah, adanya formulasi pengaturan mengenai *social commerce* di Indonesia.

4. Mawardin, Noni antika Khairunnisah dan Evi Rosdianty. STES Harapan Bima, *Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online TikTok Shop di Kota Mataram*. Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi, Vol.5, No.2,

---

<sup>36</sup> Muhammad Faiz Aziz dan Muhammad Arif Hidayah, "Perlunya Pengaturan Khusus Online Disoute Resolution (ODR) Di Indonesia Untuk Fasilitas Penyelesaian Sengketa E-Commerce," *Jurnal Rechtsvinding*, no.2(2020): 275-294  
<https://rechtsvinding.bphn.go.id/ejournal/index.php/jrv/article/view/449/248>

(2023).<sup>37</sup> Dalam Jurnal ini membahas mengenai peraturan-peraturan yang melindungi konsumen dalam melakukan transaksi pembelian melalui media elektronik di Indonesia. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada penelitian kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus, dengan sumber data berupa laporan dari narasumber serta informasi lainnya dari buku-buku ilmiah. Berdasarkan penelitian tersebut, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli online melainkan lebih mengarah kepada jual beli konvensional. Maka dari itu undang-undang di Indonesia yang berlaku saat ini belum cukup mengakomodir hak-hak konsumen khususnya dalam transaksi secara online. Unsur kebaruan yang akan diteliti oleh peneliti selanjutnya adalah, formulasi pengaturan *social commerce* yang dapat diterapkan dalam melindungi konsumen ketika melakukan transaksi pembelian di media sosial TikTok.

5. Ardiansyah dan Muthi'ah Maizaroh. Universitas Hasanuddin. *Pembaharuan Hukum Perlindungan Konsumen: Kesiapan Indonesia Menyambut Kehadiran Social Commerce*. Jurnal Rechtsvinding, Vol.12, No.2, (2023).<sup>38</sup> Dalam jurnal tersebut menganalisis konstruksi jaminan perlindungan konsumen pada *social commerce* menurut hukum positif

---

<sup>37</sup> Mawardin, Noni Antika Khairunnisa dan Evi Rosdianti, "Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online TikTok Shop di Kota Mataram," *Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi*, no.2(2023): 49-52

<https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JIHAD/article/download/5995/4285>

<sup>38</sup> Ardiansyah, dan Muthi'ah Maizaroh, "Pembaharuan Hukum Perlindungan Konsumen: Kesiapan Indonesia Menyambut Kehadiran Social Copmmerce," *Jurnal Rechtsvinding (Media Pembinaan Hukum Nasional)*, no.2(2023): 319-340

<https://rechtsvinding.bphn.go.id/ejournal/index.php/jrv/article/view/1267>

beserta kelemahan yang dimilikinya. Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian doktrinal yang memiliki ruang lingkup penelitian prinsip-prinsip hukum, sistematika hukum, sinkronasi horizontal dan vertikal, serta perbandingan hukum. Berdasarkan penelitian dalam jurnal tersebut, bahwa hukum yang saat ini diberlakukan di Indonesia belum harmonis dan sinkron dalam mengaur perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Harmonisasi dan sinkronisasi dapat diberlakukan dengan pembentukan payung hukum baru melalui metode *omnibus law* yang nantinya akan mengubah beberapa pasal di UUPK, dan UU ITE. Unsur kebaharuan yang akan diteliti oleh peneliti selanjutnya adalah adanya formulasi pengaturan yang digunakan untuk mengatur *social commerce* di Indonesia.

### 1.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti, Judul	Rumusan Masalah	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Deky Paryadi, “Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E- Commerce Di Indonesia Dan Negara-Negara ASEAN”, 2016	1. Bagaimana perkembangan regulasi Indonesia dalam mengatur perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi <i>e-commerce</i>  2. Bagaimana Indonesia dapat bersaing dalam bidang <i>e-commerce</i> dengan negara-negara ASEAN	Berdasarkan penelitian dalam jurnal tersebut, bahwa regulasi perdagangan yang mengatur perlindungan konsumen belum sepenuhnya dapat melindungi masyarakat dalam melakukan transaksi baik secara konvensional maupun secara online. Kemudian agar <i>e-commerce</i> Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara di	Dalam penelitian yang penulis teliti saat ini terdapat perbedaan dengan jurnal terkait. Dalam hal ini penelitian dalam jurnal tersebut hanya fokus membahas regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> sedangkan peneliti memfokuskan penelitian mengenai regulasi <i>social</i>

			ASEAN, maka pemerintah Indonesia harus menciptakan regulasi-regulasi yang baik dan aman terhadap perlindungan konsumen dan mendukung bisnis proses yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia.	<i>commerce</i> di Indonesia
2	Roberto Ranto, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum erhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Malalui Media Elektronik”, 2019	<p>1. Bagaimana hukum mengatur dan memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli media melalui elektronik?</p> <p>2. Bagaimana konsep perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui media elektronik?</p>	Berdasarkan penelitian dalam jurnal tersebut, pengaturan yang mengatur perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi di media elektronik terdapa dalam Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen dan secara khusus diatur dalam Pasal 65 Undang-Undang Perdagangan serta Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sedangkan konsep perlindungan hukum konsumen dibagi menjadi dua, yaitu melindungi konsumen dengan tujuan pencegahan sengketa dan melindungi konsumen dengan tujuan penyelesaian sengketa	Dalam penelitian yang penulis teliti saat ini terdapat perbedaan dengan jurnal terkait. Dalam hal ini penelitian dalam jurnal tersebut hanya fokus membahas pengaturan mengenai pengaturan perlindungan konsumen dan konsep melindungi konsumen dalam melakukan transaksi di media elektronik, sedangkan peneliti ,e,fokuskan penelitian mengenai beberapa regulasi yang berkaitan dengan <i>social commerce</i> di Indonesia
3	Muhammad Faiz Aziz dan Muhammad Arif Hidayah, “Perlunya Pengaturan Khusus Online Dispute Resolution (ODR) Di Indonesia Untuk Fasilitasi Penyelesaian	<p>1. Bagaimana perkembangan, regulasi dan implementasi ODR Indonesia?</p> <p>2. Bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa bagi ransaksi <i>electronic commerce</i> di</p>	Berdasarkan penelitian tersebut didapatkan bahwa penyelesaian sengketa berupa ODR diperlukan di Indonesia mengingat perkembangan transaksi <i>electronic commerce</i> yang selalu meningkat. Walaupun sudah terdapat banyak pengaturan yang dibuat untuk mengatur ODR akan tetapi	Dalam penelitian yang penulis teliti saat ini terdapat perbedaan dengan jurnal terkait. Dalam hal ini penelitian dalam jurnal tersebut hanya fokus membahas regulasi mengenai <i>online dispute resolution</i> untuk menyelesaikan

	Sengketa E-Commerce”, 2020	Indonesia?	peraturan-peraturan mengenai penyelesaian ODR sendiri belum diatur secara khusus	sengketa yang terjadi dalam <i>e-commerce</i> , sedangkan peneliti memfokuskan penelitian mengenai beberapa pengembangan regulasi mengenai <i>social commerce</i> di Indonesia
4	Mawardin, Noni Antika Khairunnisa dan Evi Rosdiyanti. “Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online TikTok Shop di Kota Mataram”, 2023	1. Bagaimana Hukum mengatur Perlindungan Terhadap Konsumen dalam Transaksi Onlie Melalui TikTok Shop?  2. Apakah pengaturan yang dibuat oleh Indonesia sudah cukup melindungi konsumen dalam melakukan transaksi melalui TikTok Shop?	Berdasarkan penelitian dalam jurnal tersebut, bahwa dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tahun 1999 belum mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi melalui media elektronik, melainkan hanya mengatur hak-hak konsumen dalam perdagangan secara konvensional, oleh karena itu masih sangat dibutuhkan hukum atau pengaturan yang lebih baik untuk mengakomodir hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi secara online.	Dalam penelitian yang penulis teliti saat ini terdapat perbedaan dengan jurnal terkait. Dalam hal ini penelitian dalam tersebut tersebut hanya meninjau mengenai hak-hak konsumen dalam pengaturan perlindungan konsumen yang dilakukan dalam transaksi elektronik (media elektronik). Sedangkan peneliti memfokuskan penelitian mengenai beberapa regulasi <i>social commerce</i> di Indonesia yang nantinya mungkin dapat di terapkan untuk TikTok Shop (media sosial).
5	Ardiansyah dan Muthi’ah Maizaroh. “Pembaharuan Hukum Perlindungan Konsumen: Kesiapan Indonesia Menyambut	1. Bagaimana Prinsip Hukum perlindungan konsumen dalam aktivitas <i>E-commerce</i> ?	Berdasarkan penelitian dalam jurnal tersebut, bahwa hukum yang saat ini diberlakukan di Indonesia belum harmonis dan sinkron dalam mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Harmonisasi dan sinkronisasi dapat	Dalam penelitian yang penulis teliti saat ini terdapat perbedaan dengan jurnal terkait. Dalam hal ini penelitian dalam jurnal tersebut fokus membahas konstruksi jaminan perlindungan konsumen pada <i>social</i>

	Kehadiran Social Commerce”, 2023		diberlakukan dengan pembentukan payung hukum baru melalui metode <i>omnibus law</i> yang nantinya akan mengubah beberapa pasal di UUPK, dan UU ITE	<i>commerce</i> . Sedangkan peneliti memfokuskan penelitian mengenai beberapa regulasi terkait <i>social commerce</i>
--	----------------------------------	--	--	---

Berdasarkan penjelasan pada tabel penelitian terdahulu diatas, letak kebaruan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada Desain Formulasi Mengenai Pengaturan *social commerce* di Indonesia Perspektif *Maslahah mursalah* yang nantinya akan dianalisis dengan membandingkan hukum di Indonesia dan Malaysia.

## H. Kerangka Teori

### 1. Teori Hukum Konvergensi

Teknologi yang terus berkembang di masyarakat pada akhirnya harus diawasi keberadaannya oleh hukum. Dengan berkembangnya teknologi maka hukum yang mengawasinya juga ikut berkembang. Teknologi-teknologi tersebut menciptakan paradigma hukum teknologi. Dengan adanya hukum teknologi yang cukup fleksibel dikarenakan mengikuti perkembangan zaman, munculah suatu teori yang mengaturnya yaitu teori konvergensi hukum.<sup>39</sup>

Menurut Danrivanto Budhijanto, teori hukum konvergensi menitikberatkan pada adanya pertemuan antara hukum dan teknologi dengan karakternya yang menjadi ciri khas keilmuan masing-masing.

<sup>39</sup> Fazal Akmal Musyarri, “Defenisi Teori Hukum Konvergensi,” *Rewang Rencang - Opini Hukum*, 10 Februari 2021, diakses 14 November 2023 <https://rewangrencang.com/definisi-teori-hukum-konvergensi/>

Diperlukan pemahaman teoritis dan konseptual mengenai adanya penyatuan variable-variable teknologi dan hukum yang dapat mempengaruhi perjalanan kehidupan manusia di era yang serba digital saat ini. Konvergensi hukum merupakan proses polivektor dari pemulihan hubungan dan interpenetrasi komponen individu dari sistem hukum nasional yang berbeda berdasarkan faktor sosial, budaya, politik, dan ekonomi global, prinsip dan standar hukum universal serta kekhususan implementasi hukum tersebut.<sup>40</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa teori hukum konvergensi adalah suatu permasalahan hukum yang ditelaah tidak hanya variabel hukumnya saja, akan tetapi juga melibatkan keseluruhan variabel yang melekat pada permasalahan konkrit yang ada, dalam hal ini meliputi variabel hukum, variabel ekonomi, variabel teknologi dan variabel keadilan.<sup>41</sup>

Dalam proses konvergensi hukum terhadap perkembangan teknologi, sayangnya ada beberapa hambatan yang harus dilalui salah satunya dengan adanya perbedaan budaya hukum (*legal culture*). Apabila dalam masyarakat terdapat budaya hukum yang berbeda, konvergensi hukum akan sulit diwujudkan misalnya terjadi perbedaan pada bidang hukum pidana dan hukum keluarga perbedaan variable hukum ini akan

---

<sup>40</sup> Nalom kurniawan, dan Mery Christian Putri, "Konvergensi Hukum Dan Teknologi Dalam Proses Penegakan Hukum Di Mahkamah Konstitusi," *Laporan Penelitian Mahkamah Konstitusi*, (2021): 23  
[https://www.mkri.id/public/content/infoumum/penelitian/pdf/hasilpenelitian\\_144\\_Laporan%20Penelitian%20Hukum%20dan%20Teknologi.pdf](https://www.mkri.id/public/content/infoumum/penelitian/pdf/hasilpenelitian_144_Laporan%20Penelitian%20Hukum%20dan%20Teknologi.pdf)

<sup>41</sup> Sofwan Rizko Ramadoni, Sukarni dan Hanif Nur Widhiyanti, "Konvergensi Hukum Penemuan Suku Bunga Dalam Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi," *Jurnal Magister Hukum Udayana*, no.4(2020): 824  
<https://www.academia.edu/download/83938704/38060.pdf>

mengakibatkan sulitnya mewujudkan kesamaan tujuan hukum tersebut. Lain halnya dengan hukum ekonomi, yang memiliki kesamaan budaya untuk lebih maju dan dapat menyamakan tujuan dengan tatanan hukum lainnya. Dengan adanya kesamaan budaya tersebut, konvergensi tatanan hukum dapat diwujudkan.<sup>42</sup>

Selain itu untuk membentuk suatu peraturan hukum yang baik, maka peran hukum dalam menangani masalah harus benar-benar relevan agar dapat tercapainya tujuan dari hukum tersebut. Untuk membuat suatu aturan yang baik maka juga dibutuhkan lembaga dan dukungan masyarakat terhadap peraturan tersebut. Apabila lembaga pembuat peraturan dan masyarakat hanya menganggap peraturan tersebut sebagai kaidah semata maka, tidak akan tercapai tujuan dari peraturan tersebut sebagai konvergensi hukum dengan perkembangan teknologi yang ada dalam masyarakat.<sup>43</sup>

Terdapat dua konsep dalam teori hukum konvergensi, yaitu konsep harmonisasi hukum dan konsep unifikasi hukum. Harmonisasi hukum merupakan kegiatan mengkaji rancangan peraturan perundang-undangan secara komprehensif, untuk mengetahui apakah rancangan peraturan perundang-undangan yang akan dibuat sudah selaras dengan peraturan lain yang hidup di dalam masyarakat, baik secara tertulis maupun tidak tertulis, serta konvensi-konvensi yang dibuat dengan negara lain.<sup>44</sup>

Sedangkan konsep unifikasi menurut Umar Said adalah penyatuan hukum

---

<sup>42</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 98

<sup>43</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 99

<sup>44</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 110

yang berlaku secara nasional atau penyatuan pemberlakuan hukum secara nasional Unifikasi biasanya dilakukan sebagai upaya harmonisasi secara ekstrim baik terhadap perbedaan maupun fleksibilitas dalam pengaturan dan tidak memberikan ruang terhadap ketentuan lain.<sup>45</sup>

Dalam melakukan perubahan terhadap peraturan perundang-undangan baik menggunakan konsep harmonisasi atau pun unifikasi, hal yang paling penting dalam proses konvergensi ini adalah mempertimbangkan peraturan perundang-undangan yang berlaku sebelumnya. Apakah peraturan perundang-undangan sebelumnya sudah sesuai dengan keinginan masyarakat, apakah peraturan tersebut masih bisa digunakan, atau peraturan tersebut memerlukan pembaharuan. Hal ini bertujuan agar kita dapat mengetahui peraturan yang diubah nantinya berupa peraturan baru atau hanya berupa revisi dari peraturan sebelumnya.

Terdapat beberapa unsur yang dialami oleh hukum dan teknologi yang mengakibatkan terjadinya konvergensi di antaranya<sup>46</sup>:

a. Peraturan dan Kebijakan

Hukum menciptakan suatu kerangka baru bagi teknologi, mengatur penggunaan perlindungan data, hak cipta, dan aspek lainnya yang memengaruhi perkembangan teknologi. Begitu pula sebaliknya teknologi dapat mempengaruhi pembentukan hukum dengan

---

<sup>45</sup> Anak Agung Putu Wiwik Sugiantri, "Perkembangan Hukum Indonesia Dalam Menciptakan Unifikasi Dan Kodifikasi Hukum," *Jurnal Advokasi*, no.2(2015): 118  
<https://media.neliti.com/media/publications/29392-ID-perkembangan-hukum-indonesia-dalam-menciptakan-unifikasi-dan-kodifikasi-hukum.pdf>

<sup>46</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 148-157

memunculkan kebutuhan baru untuk regulasi atau menantang keberlakuan hukum yang ada. Dengan adanya hubungan keduanya tersebut, maka para pembuat kebijakan dan regulator harus memprediksi ulang, pembangunan struktur kebijakan dan regulasi mereka.

b. Perlindungan Privasi

Teknologi sering kali menimbulkan tantangan baru terkait privasi data. Hukum yang ada harus berkembang untuk melindungi hak-hak privasi yang dimiliki oleh individu masyarakat seiring dengan teknologi yang juga terus berkembang, contohnya seperti GDPR di Uni Eropa.

c. Keamanan *Cyber*

Hukum harus mengakomodasi kebutuhan untuk melindungi infrastruktur teknologi dari ancaman *cyber*. Perlindungan ini berupa adanya peraturan mengenai kejahatan *cyber*, perlindungan data serta sandar keamanan.

d. Kedaulatan Data

Dalam era digital yang terus berkembang di Indonesia masalah kedaulatan data dianggap sangatlah penting. Hukum yang ada harus mengatur bagaimana data disimpan, diakses, dan dipertukarkan, termasuk melalui undang-undang tentang transfer data lintas batas.

e. Penegakan Hukum

Teknologi juga digunakan untuk menegakan hukum, seperti penggunaan algoritma untuk analisis data untuk penyelidikan kriminal.

Kelima unsur tersebut menandakan bahwa antara hukum dan teknologi saling memiliki hubungan, menciptakan dinamika yang kompleks yang menimbulkan konvergensi di antara keduanya.

## 2. Masalah Mursalah

*Maslahah* merupakan salah satu metode analisa yang dipakai oleh ulama ushul dalam menetapkan hukum (istinbat) yang persoalannya tidak diatur secara eksplisit dalam al-Qur'an dan al-Hadis Hanya saja metode ini lebih menekankan pada aspek maslahat secara langsung. Fondasi hukum islam direpresentasikan oleh *maslahah* yang bertujuan untuk kepentingan kehidupan manusia. Hukum islam menjunjung tinggi prinsip-prinsip keadilan, kasih sayang dan *maslahah*. Setiap aturan hukum yang menyimpang dari ketiga prinsip tersebut bukan merupakan hukum Islam.<sup>47</sup>

Eksistensi *maslahah* dalam hukum islam mtidak dapat ditolak karena merupakan satu kesatuan dengan syrai'ah. Dalam agama Islam sangat diperhatikan adanya *maslahah* dalam kehidupan. Berdasarkan nash dan al-Qur'an serta Hadis dapat dijelaskan bahwa hukum islam sangat mempertimbangkan kemaslahatan manusia. Allah berfirman dalam al-Qur'an:

---

<sup>47</sup> Safriadi, *Maqashid Al-Syari'ah Mashlahah "Kajian Terhadap Pemikiran Ibnu'asyur Dan Sa'id Ramadhan al-Buthi"* (Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2021), 62

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

“Dan tiadalah kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam” (QS. Anbiya: 107)

يَأْتِيهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَتْكُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ

“Hai manusia, sesungguhnya telah datang kepadamu pelajaran dari Tuhanmu dan penyembuhan bagi penyakit-penyakit (yang berada) dalam dada dan petunjuk serta rahmat bagi orang-orang yang beriman.” (QS. Yunus: 57)

Kedua ayat tersebut membuktikan bahwa adanya *masalah* sudah disyariatkan oleh Allah SWT. Dalam firman-Nya. Akan tetapi dali-dalil mengenai *masalah* sendiri hanya dapat ditangkap oleh orang-orang yang memiliki intelektual tinggi, walaupun sebagian orang memiliki pendapat yang berbeda mengenai hakikat *masalah* itu sendiri. Adanya perbedaan persepsi ini diakibatkan karena adanya perbedaan intelektual dalam memaknai hakikat *masalah* yang terdapat dalam hukum Islam.<sup>48</sup>

*Maslahah mursalah* dalam pengertiannya dapat dimaknai dengan sesuatu yang mutlak Menurut istilah para ahli ilmu *ushul fiqhi* ialah suatu kemaslahatan, di mana syari'ah tidak mensyariatkan suatu hukum untuk merealisasikan kemaslahatan itu dan tidak ada dalil yang menunjukkan atas pengakuan dan penolakannya.

*Maslahah mursalah* adalah pengertian *maslahat* secara umum, yaitu yang dapat menarik manfaat dan menolak mudarat, serta yang direalisasikan oleh syari at Islam dalam bentuk umum. Nash-nash pokok

<sup>48</sup> Safriadi, *Maqashid Al-Syari'ah Mashlahah “Kajian Terhadap Pemikiran Ibnu'asyur Dan Sa'id Ramadhan al-Buthi”* (Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2021), 63-64

ajaran Islam telah menetapkan kewajiban memelihara *kemaslahatan* dan memperhatikannya ketika mengatur berbagai aspek kehidupan. Pembuat syara' (Allah swt dan Rasul-Nya) tidak menentukan bentuk-bentuk dan macam-macam *maslahat*, sehingga *maslahat* seperti ini disebut dengan *mursalah*, yaitu mutlak tidak terbatas.<sup>49</sup>

Adapun beberapa pengertian *masalahah mursalah* menurut beberapa ulama usul sebagai berikut<sup>50</sup>:

1. Al-Ghazali dalam kitabnya *al-Mustashfa*, merumuskan defenisi *masalahah mursalah* sebagai berikut:

من لم يشهد له من الشرع بالبطلان ولا بالاعتبار نص معين

“Apa-apa (*masalahah*) yang tidak ada bukti baginya dari *syara'* dalam bentuk *nash* tertentu yang membatalkannya dan tidak ada yang memperhatikannya”

2. Al-Syaukani dalam kitab *Irsyad al-Fuhul* memberikan defenisi:

المناسب الذي لا يعلم ان الشارع الغاه او اعتبره

“*Maslahah* yang tidak dikehui apakah *syari'* menolaknya atau memperhitungkannya.”

3. Ibnu Qudamah dari ulama Hanbali memberi rumusan:

ما لم يشهد له ابطال ولا اعتبار

<sup>49</sup> Salma, “Maslahaha Dalam Perspektif Hukum Islam,” <https://media.neliti.com/media/publications/240260-maslahah-dalam-perspektif-hukiim-islam-d0758bcd.pdf>

<sup>50</sup> Mukhsin Nyak Umar, *Al-Maslahah Al-Mursalah (Kajian Atas Relevansinya dengan Pembaharuan Hukum Islam)* (Banda Aceh: Turats, 2017), 141-143

“*Maslahat* yang tidak ada bukti petunjuk tertentu yang membatalkannya dan tidak pula yang memperhatikannya.”

4. Yusuf Hamid al-'Alim memberikan rumusan:

ما لم يشهد الشرع لا لبطلانها ولا لاعتبارها

“Apa-apa (*maslahat*) yang tidak ada petunjuk *syara'* tidak untuk membatalkannya, juga tidak untuk memperhatikannya.”

5. Jalal al-Din 'Abd al-Rahman memberi rumusan lebih luas:

المصالح الملاءمة المقاصد الشارع ولا يشهد لها اصل خاص بالاعتبار او بالالغاء

“*Maslahah* yang selaras dengan tujuan *syari'* (Pembuat Hukum) dan tidak ada petunjuk tertentu yang membuktikan tentang pengakuannya atau penolakannya.”

6. Abd al-Wahhab al-Khallaf memberikan rumusan berikut:

انها مصلحة لم يرد عن الشارع دليل لاعتبارها او لالغائها

“*Maslahah mursalah* ialah *maslahah* yang tidak ada dalil *syara'* datang untuk mengakuinya atau menolaknya.”

7. Muhammad Abu Zahrah memberi defenisi yang hampir sama dengan Jalal al-Din di atas, yaitu:

هي المصالح الملاءمة لمقاصد الشرع الاسلامي ولا يشهد لها اصل

خاص بالاعتبار او بالالغاء

“*Maslahah* yang selaras dengan tujuan syariat Islam dan tidak ada petunjuk tertentu yang membuktikan tentang pengakuannya atau penolakannya.”

Dari beberapa defenisi yang dikemukakan oleh para ulama diatas maka dapat disimpulkan substansi *maslahah mursalah* sebagai beriku:

1. Adanya Adanya hal yang dipandang bermanfaat dan memberikan kebaikan bagi kehidupan manusia. Dengan adanya hal tersebut maka kehidupan manusia menjadi lebih baik dan mudah serta terhindar dari kesulitan.
2. *Maslahah* tersebut tidak bertentang atau bertolak dengan *nash*’ syariat, dan sejalan dengan tujuan syariat (*maqashid al-syariah*).
3. *Maslahah* tersebut disebutkan oleh *nash* syariat, baik pada al-Qur’an maupun *hadits* berkenan dengan penolakannya atau pendukungnya.

*Maslahah mursalah* menurut Imam al Ghazali adalah upaya memelihara tujuan hukum Islam, yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda. Setiap hal yang dimaksudkan untuk memelihara tujuan hukum Islam yang lima tersebut disebut *maslahah*. Sebaliknya, setiap hal yang merusak atau *menafikan* tujuan hukum Islam yang lima tersebut disebut *mafsadat*, yang oleh karena itu upaya menolak dan menghindarkannya disebut *maslahah*.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Nur Asiah, “Maslahah Menurut Konsep Imam Al-Ghazali,” *Jurnal Syariah dan Hukum*, no.1(2020): 123 <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/download/663/750/>

Para ahli membagikan beberapa *masalah*, jika dilihat dari segi kualitas dan kepentingan, *masalah* di bagi menjadi tiga, di antaranya<sup>52</sup> :

- a. *Maslahah Al-Dharuriyah*, yaitu *kemaslahatan* yang berhubungan dengan kebutuhan pokok umat manusia di dunia dan akhirat. *Kemaslahatan* seperti ini ada lima, yaitu:
  - a) Memelihara agama
  - b) Memelihara jiwa
  - c) Memelihara akal
  - d) Memelihara keturunan dan
  - e) Memelihara harta.
- b. *Maslahah Al-Hajiyah*, yaitu *kemaslahatan* dalam menyempurnakan *kemaslahatan* pokok sebelumnya yang berbentuk keringanan untuk mempertahankan dan memelihara kebutuhan mendasar manusia. Misalnya diperoleh jual beli saham (pesanan), kerja sama dalam pertanian (*Muzara'ah*) dan yang lainnya. Kesemuanya di syariatkan Allah untuk mendukung kebutuhan mendasar *Al-Maslahih Al-Khamsah* di atas.
- c. *Maslahah Al-Tahsiniyyah*, yaitu *kemaslahatan* yang sifatnya pelengkap, berupa keleluasaan yang dapat melengkapi *kemaslahatan* sebelumnya. Misalnya, dianjurkan untuk memakan yang bergizi, berpakaian yang bagus, dan berbagi jenis cara menghilangkan najis dari badan manusia.

---

<sup>52</sup> Muksana Pasaribu, "Maslahat Dan Perkembangannya Sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam," *Jurnal Justitia*, no.4(2014): 353-355 <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Justitia/article/view/23>

Sementara itu, jika dilihat dari kandungan *masalahah*, maka ia dapat dibedakan kepada<sup>53</sup>:

- a. *Maslahah Al-Ammah*, yaitu *kemaslahatan* umum yang menyangkut kepentingan orang banyak. *Kemaslahatan* umum itu tidak berarti untuk kepentingan semua orang tapi bisa saja untuk kepentingan mayoritas umat.
- b. *Maslahah Al-Khashshah*, yaitu *kemaslahatan* pribadi. Dan ini sangat jarang sekali seperti *kemaslahatan* yang berkaitan dengan pemutusan hubungan perkawinan seseorang yang dinyatakan hilang (*maqfud*).

Sedangkan jika dilihat dari segi berubah atau tidaknya *masalahah*, Mushtafa al-Syalabi<sup>54</sup>, membaginya kepada dua bagian, yaitu:

- a. *Maslahah Al-Tsubitsh*, yaitu *kemaslahatan* yang bersifat tetap, tidak berubah sampai akhir zaman.
- b. *Maslahah Al-Mutaghayyirah*, yaitu *kemaslahatan* yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan tempat, waktu, dan subyek hukum. *Kemaslahatan* ini berkaitan berkaitan dengan permasalahan *mu'amalah* dan adat kebiasaan.

Selanjutnya, jika dilihat dari segi keberadaan *masalahah*, menurut *syara'* terbagi kepada:

---

<sup>53</sup> Muksana Pasaribu, "Maslahat Dan Perkembangannya Sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam," *Jurnal Justitia*, no.4(2014): 355-356 <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Justitia/article/view/23>

<sup>54</sup> Muksana Pasaribu, "Maslahat Dan Perkembangannya Sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam," *Jurnal Justitia*, no.4(2014): 355-356 <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Justitia/article/view/23>

- a. *Maslahah al-Mu'tabaroh*, yaitu *kemaslahatan* yang didukung oleh *syara'*. Maksudnya ada dalil khusus yang menjadikan dasar bentuk dan jenis *kemaslahatan* tersebut.
- b. *Maslahah Al-Mulghah*, yaitu *kemaslahatan* yang ditolak oleh *syara'*, karena berentangan dengan *syara'*.
- c. *Maslahah Al-Mursalah*, yaitu *kemaslahatan* yang keberadaannya tidak didukung *syara'*, dan tidak pula dibatalkan/ditolak *syara'* melalui dalil yang rinci.

Secara umum terdapat beberapa syarat kebolehan untuk menggunakan *masalah mursalah* diantaranya<sup>55</sup>:

1. *Maslahah* harus benar-benar nyata dan bukan *masalah* yang mengada-ngada. Selain itu *masalah* yang dihasilkan, harus sesuai dengan rasio sehingga memudahkan seseorang untuk menerimanya.
2. *Maslahah* diciptakan untuk kepentingan umum, bukan untuk kepentingan pribadi. Dengan kata lain *masalah* yang dijadikan sebab terbentuknya hukum haruslah mengedepankan kepentingan masyarakat.
3. Pembentukan hukum yang dihasilkan nantinya tidak bertentangan dengan tata hukum atau dasar yang telah ditetapkan oleh *nash* dan *ijma*.

---

<sup>55</sup> Abdul Halim Mahmudi, "*Konsep Masalah Mursalah Pada Kasus Presiden Wanita Menurut Imam Malik Dab Inan Najmuddin Al-Thufi*" (Under Graduate Thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009), 35-36  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/11307/1/ABDUL%20HALIM%20MAHMUDI-FSH.pdf>

## I. Metode Penelitian

Penelitian hukum adalah proses analisa yang mencakup metode, macam-macam pemikiran dan sistematika tertentu yang memiliki tujuan mempelajari gejala hukum tertentu yang sedang terjadi, kemudian mencari solusi atas masalah yang timbul dari gejala hukum yang sedang terjadi tadinya. Sehingga dalam penelitian hukum dibutuhkan metode penelitian yang tepat. Metode yang sesuai nantinya akan digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan rumusan masalah yang dibuat dan tujuan penelitian yang diinginkan.<sup>56</sup>

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian hukum yuridis normatif (*legal research*), yakni penelitian yang menggunakan sumber bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan, keputusan/ketetapan pengadilan, kontrak/perjanjian/akad, teori hukum, dan pendapat para sarjana. Nama lain dari penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum doktrinal, atau juga disebut dengan penelitian kepustakaan atau studi dokumen.<sup>57</sup>

Pada penelitian ini objek yang diteliti adalah peraturan-peraturan yang berkaitan dengan *social commerce* baik yang ada di Indonesia maupun yang ada di Malaysia, yang nantinya akan dibandingkan untuk

---

<sup>56</sup> Ani Purwati, *Metode Penelitian Hukum Teori & Praktek* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), 4

<sup>57</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020), 45

mendapatkan formulasi pengaturan pengaturan baru yang dapat digunakan di Indonesia.

## 2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan dan pendekatan komparatif.

### a. Pendekatan per-undang-undangan (*statute approach*)

Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang terkait dengan isu hukum yang sedang diteliti. Fokus perhatian pada penelitian ini adalah pemahaman terhadap asas-asas peraturan perundang-undangan serta teori hierarki norma.<sup>58</sup>

### b. Pendekatan komparatif (*comparative approach*)

Pendekatan ini dilakukan dengan membandingkan sistem hukum, atau Undang-Undang suatu negara dengan undang-Undang dari satu atau lebih negara lain mengenai hal yang sama, termasuk juga terhadap putusan pengadilan. Tujuan dari pendekatan ini untuk memperoleh persamaan dan perbedaan hukum. Diantha menyatakan bahwa pendekatan ini juga dapat digunakan dalam penelitian yang permasalahannya mengenai kekosongan norma.<sup>59</sup>

### c. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*)

Menurut Marzuki, pendekatan konseptual dilakukan ketika peneliti tidak hanya melihat dari aturan hukum yang ada saja,

<sup>58</sup> Nur Solikhin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum* (Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media, 2021), 59

<sup>59</sup> Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum* (Banten: UNPAM PRESS, 2018), 85-86

melainkan juga mencari konsep dari literasi lainnya. Hal ini dilakukan karena tidak ada aturan hukum untuk masalah yang sedang diteliti. Konsep yang akan dijadikan acuan nantinya akan diperoleh dari berbagai informasi dari buku-buku hukum, artikel hukum serta ensiklopedia hukum.<sup>60</sup>

### 3. Bahan Hukum

Dalam penelitian hukum, bahan hukum dibedakan menjadi tiga jenis, di antaranya bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bahan hukum sebagai berikut :

- a. Bahan hukum primer, merupakan bahan hukum yang terdiri atas peraturan perundang-undangan, risalah resmi, putusan pengadilan dan dokumen resmi Negara.<sup>61</sup> Pada penelitian ini bahan hukum primer yang digunakan adalah
  - 1) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945
  - 2) Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi
  - 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

---

<sup>60</sup> Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum* (Banten: UNPAM PRESS, 2018), 84

<sup>61</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020), 59

- 4) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
  - 5) Undang-Undang Malaysia Akta 709 (Akta Perlindungan Data Pribadi 2010)
  - 6) Undang-Undang Malaysia Akta 599 (Akta Perlindungan Pengguna 1999)
  - 7) Undang-Undang Malaysia Akta 658 (Akta Perdagangan Elektronik)
- b. Bahan hukum sekunder, merupakan bahan hukum yang terdiri dari buku hukum, jurnal hukum yang berisi prinsip-prinsip dasar (asas hukum), pandangan para ahli hukum (doktrin), hasil penelitian hukum, kamus hukum, dan ensiklopedia hukum.<sup>62</sup>
- c. Bahan hukum tersier merupakan informasi tertulis yang diperoleh dari sumber-sumber bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Setiap penelitian hukum normatif dalam mengkaji pengumpulan data melalui studi kepustakaan atau studi dokumen yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Pada penelitian ini meneliti bahan hukum primer diperoleh dari Peraturan perundang-undangan di Indonesia. Bahan hukum sekunder dan tersier

---

<sup>62</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020), 60

diperoleh dari literatur perpustakaan, buku dan karya ilmiah yang di baca, ditelaah serta mengutip peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengaturan mengenai perdagangan elektronik melalui sosial media (*social commerce*).

## 5. Metode Pengolahan Data

Peneliti menggunakan tahapan dalam mengelolah data setelah data diperoleh yaitu sebagai berikut :

### a. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Setelah mendapatkan data informasi yang terkait, maka kewajiban pertama peneliti adalah meneliti kembali informasi-informasi yang telah didapatkan dengan tujuan untuk mengetahui apakah informasi-informasi yang didapat sudah cukup baik dan dapat segera disisipkan untuk keperluan proses berikutnya.<sup>63</sup>

### b. *Classifaying* (Klasifikasi)

Kewajiban kedua seorang peneliti setelah meneliti kembali adalah melakukan klasifikasi, klasifikasi merupakan tahap pengelompokan data-data atau informasi-informasi dari hasil informasi yang telah diperiksa. Klasifikasi dapat dilakukan dengan banyak cara baik secara manual atau dengan bantuan teknologi.<sup>64</sup> Klasifikasi dilakukan agar informasi yang didapat lebih mudah dibaca dan dipahami, serta dapat memberikan data yaang objektif.

<sup>63</sup> Bambang Sunggono *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 125-126

<sup>64</sup> Aji Prasetya Wibawa, Muhammad Guntur Aji Purnama, Muhammad Fathony Akbar, dan Felix andika Dwiyanto, "Metode-Metode Klasifikasi," *Jurnal Prosiding SAKTI*, no.1(2018): 134 <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/SAKTI/article/view/2101>

c. *Verifying* (Verifikasi)

Tahapan selanjutnya adalah melakukan verifikasi, verifikasi informasi merupakan pemeriksaan kembali informasi-informasi yang nantinya akan dimasukkan ke dalam penelitian, apakah informasi atau data yang didapat tersebut sudah merupakan suatu fakta atau suatu kebenaran. Pada tahap ini biasanya informasi atau data yang telah dikumpulkan akan diolah dan kemudian dianalisis agar dapat diuji hipotesis.<sup>65</sup>

d. *Concluding* (Kesimpulan)

Tahap terakhir yang dilakukan oleh peneliti dalam pengolahan data adalah membuat kesimpulan. Tahap inilah yang akan menjadi penutup sebuah informasi data terkait objek penelitian peneliti. Hal ini juga dapat disebut dengan *concluding* yang mana mempunyai maksud yaitu kesimpulan dari proses pengolahan data yang terdiri dari berbagai proses sebelumnya.

## J. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan penelitian ini, peneliti menyusun menjadi 4 bab yang disesuaikan dengan pedoman penulisan karya ilmiah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang masing-masing bab dibagi menjadi subbab, dengan rincian sebagai berikut :

---

<sup>65</sup> Lukman Sumardi, "Sistem Informasi Dan Verifikasai Pengolahan Data Guru Sertifikasi Pada Dinas Pendidikan Kabupaen Musirawas," *Jurnal Ilmu Betrik*, no.3(2019): 153  
<https://media.neliti.com/media/publications/457789-none-541c1d4c.pdf>

Bab I berisikan pendahuluan, dalam bab ini membahas perihal latar belakang masalah yang merupakan alasan serta penjelasan peneliti dalam menulis judul penelitian tersebut. Latar belakang masalah dalam penelitian ini membahas tentang alasan adanya Desain Formulasi Pengaturan *Social Commerce* Di Indonesia Perspektif *Maslahah Mursalah*. Setelah latar belakang masalah, pada bab pertama ini juga membahas batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan. Untuk metode penelitian pada bab pertama terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, bahan hukum, metode pengumpulan data, dan metode pengolahan data.

Bab II berisikan kajian pustaka. Pada bab ini merupakan sebagai salah satu bahan perbandingan dalam penelitian ini dan bertujuan untuk memperoleh hasil yang valid. Berisi pemikiran dan/atau konsep-konsep yuridis sebagai landasan teoritis untuk pengkajian dan analisis masalah dan berisi perkembangan data dan/atau informasi, baik secara substansial maupun metode-metode yang relevan dengan permasalahan penelitian. Landasan konsep dan teori-teori tersebut nantinya dipergunakan dalam menganalisa setiap permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

Bab III berisikan hasil pembahasan dan penelitian, pada bab ini merupakan pembahasan yang berisi penguraian data-data yang diperoleh dari hasil penelitian literatur yang kemudian data-data tersebut nantinya akan diolah untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dalam pembahasan penelitian ini membahas bagaimana desain formulasi

pengauran *social commerce* di Indonesia yang baik di tinjau dari perspektif *masalah mursalah*.

Bab IV berisikan penutup, pada bab ini meliputi kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah rangkuman akhir dari semua isi pembahasan untuk menyimpulkan desain formulasi pengaturan mengenai *social commerce* di Indonesia perspektif *masalah mursalah*.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Social Commerce

##### 1. Sejarah Kemunculan *Social Commerce*

Munculnya *social commerce* di dunia disebabkan berkembangnya teknologi web 2.0, bersamaan dengan berkembangnya web 2.0 muncullah aplikasi komersial, yang mencakup aktivitas dalam jejaring sosial dan penggunaan perangkat lunak sosial seperti blog atau wikipedia. Pendorong utama dari kemunculan *social commerce* adalah kegiatan globalisasi bisnis. Dengan adanya globalisasi bisnis, maka akan diperlukanya kolaborasi antara para karyawan, mitra dan pelanggan di seluruh dunia.<sup>66</sup>

Konsep promosi pemasaran berbentuk *social commerce* ini pertama kali muncul di internet pada November tahun 2005 di situs website *Yahoo*. Konsep tersebut pertama kali diperkenalkan oleh seorang ahli *marketing* dengan sapaan Yao Zhong.<sup>67</sup> Beberapa penulis percaya bahwa *social commerce* dipengaruhi oleh perluasan jejaring sosial. Banyak kemajuan teknologi seperti RSS<sup>68</sup>, AJAX<sup>69</sup> atau API<sup>70</sup> yang

---

<sup>66</sup> Efraim Turban dkk, *Introduction o Electronic Commerce and Social Commerce* (Switzerland: Springer Nature, 2017), 203

<sup>67</sup> Rifqi Mulyawan, "Penjelasan Pengertian Social Commerce: Apa itu Perdagangan Sosial? Sejarah, Manfaat, Jenis dan Macam serta contohnya," *RifqiMulyani.com*, 11 Februari 2024, diakses 11 Februari 2024 <https://rifqimulyawan.com/blog/pengertian-social-commerce/>

<sup>68</sup> Really Simple Syndication, satu istilah yang merujuk pada cara mensindikasi suatu *content* pada sebuah *website*, layanan ini memudahkan para pengguna untuk mengetahui ringkasan suatu *content* terbaru dari situs tertentu tanpa perlu mengunjungi situs yang dimaksud.

<sup>69</sup> Asynchronous Java Script and XML, merupakan gabungan dari teknologi pengembangan aplikasi web yang membuat aplikasi menjadi lebih responsif terhadap interaksi yang diberikan oleh pengguna, dengan adanya AJAX aplikasi web yang sedang digunakan oleh pengguna hanya merespon apa yang di pilih oleh pengguna.

menawarkan sistem interaktif kepada pembeli online yang memungkinkan mereka membuat koneksi dengan *platform* lain. Hal ini akhirnya berdampak pada model bisnis seperti B2C (*Business to Customer*) dan C2C (*Customer to Customer*) yang memberikan peluang baru sebagai saluran komunikasi.<sup>71</sup>

Penekanan utama pada *social commerce* adalah orientasi pemasarannya. Aktivitas pemasaran tradisional diterapkan pada pemasaran melalui internet pada pertengahan tahun 190an, ketika perusahaan mulai membangun situs web menggunakan *email* untuk mengiklankan produk mereka untuk dijual secara *offline*. Ketika web berkembang pemasaran menerapkan internet untuk memfasilitasi transaksi *electronic commerce*. Dengan munculnya media sosial, komunikasi pemasaran berubah menjadi dialog dengan penggunaan internet, dan banyak strategi pemasaran berevolusi atau diubah sepenuhnya untuk mendukung *social commerce*.<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> Application Programming Interface, merupakan suatu mekanisme yang memungkinkan dua komponen perangkat lunak untuk saling berkomunikasi menggunakan definisi dan berbagai protokol, salah satu contohnya aplikasi cuaca di ponsel melakukan komunikasi dengan BMKG menggunakan sistem API.

<sup>71</sup> Mahmood Hajli, "A research framework for social commerce adoption," *Information Management & Computer Security*, No.3(2013): 145  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMCS-04-2012-0024/full/html>

<sup>72</sup> Efraim Turban dkk, *Introduction o Electronic Commerce and Social Commerce* (Switzerland: Springer Nature, 2017), 203

Setelah kemunculannya di tahun 2005, *social commerce* mulai berevolusi secara perlahan. Berikut adalah tabel berisi informasi mengenai perkembangan *social commerce* di dunia dari tahun ke tahun<sup>73</sup>.

### 2.1 Perkembangan *Social Commerce* Dunia

Tahun	Dimensi			
	Masyarakat	Manajemen	Teknologi	Informasi
2005	Masyarakat suka memberikan dan menerima informasi mengenai suatu produk	Strategi produk khusus jangka panjang melayani usaha kecil	Terciptanya Blog dan situs <i>electronic commerce</i>	Konten hanya berasal dari pengguna
2006	Pembeli berbelanja karena adanya ide dari orang lain yang ia dapatkan dari sosialisasi	Strategi yang diberikan berupa pengalaman sosial (misalnya menyediakan ruang kolaboratif)	Memulai situs belanja sosial, fungsi jejaring sosial yang juga menyediakan situs <i>electronic commerce</i>	Situs konten menggabungkan pembelian dalam satu <i>platform</i>
2007	Pembelian didorong oleh keinginan dari pembeli sendiri	Menggabungkan jejaring sosial <i>online</i> dan <i>offline</i> , strategi yang digunakan berupa <i>crowdsomption</i> (pembelian tim)	Fungsi mesin pencarian digabungkan dengan fungsi jejaring sosial, blog, situs jejaring sosial, media video <i>do-it-yourself</i> (misalnya <i>youtube</i> )	Jenis informasi berupa teks, audio dan video)
2008	Pengguna jejaring sosial tidak menerima pemasaran	Jejaring sosial bagus untuk branding, bukan untuk transaksi, strategi konten lebih terlihat konkrit	Situs <i>electronic commerce</i> bergabung dengan fungsi jejaring sosial, mulai ada situs belanja sosial	Adanya Konten <i>crowdsourced</i> (sumber informasi yang didapat berupa informasi dari komunitas pengguna)
2009	Para pengguna memilih sendiri jaringan sosial	Strategi penciptaan bersama dan multi-saluran	Situs pembelanjaan di twitter	Informasi didapatkan melalui para

<sup>73</sup> Chingning Wang dan Ping Zhang, "The Evolution of Social Commerce: The People, Management, Technology, and Information Dimensions," *Communivations of The Association for Information Systems*, No.5(2012): 113 <https://aisel.aisnet.org/cais/vol31/iss1/5/>

	mereka. Para laki-laki lebih sering menggunakan <i>electronic comerce</i> tradisional, sedangkan perempuan lebih menggunakan belanja sosial			pengguna yang berpartisipasi dalam pemasaran dan membuat konten bersama
2010	<i>Social commerce</i> dijadikan sebagai perlawanan terhadap deflasi	Masuknya perspektif budaya china terhadap kegiatan penjualan dan pembelian	Munculnya Iphone, dan pembelian melalui <i>marketplace facebook</i>	Informasi tim ( <i>crowdsorcing</i> ) secara global
2011	Para pembeli membeli sesuatu karena niatnya sendiri, terkadang niat seorang pembeli berbeda-beda	Situs lelang online bergabung dengan jejaring sosial ( <i>eBay</i> bergabung dengan <i>facebook</i> ), munculnya <i>social business</i>	<i>Marketplace</i> mulai dibuka di mana-mana ( <i>facebook, google</i> dan <i>twitter</i> )	Niche (konten yang dibuat secara spesifik untuk untuk para terget pembeli yang memiliki minat atau kebutuhan tertentu dan konten lokal

Sumber : “The Evolution of Social Commerce: The People, Management, Technology, and Information Dimensions

Dari tabel tersebut dapat terlihat bahwa *social commerce* terus berkembang dan berevolusi sejak kemunculannya pada tahun 2005. Dengan berkembangnya teknologi di dunia, *social commerce* sebagai sistem baru dalam masyarakat mulai digunakan oleh semua kalangan, dan terus menciptakan inovasi baru hingga saat ini, dimana semakin banyak aplikasi *social commerce* yang semakin marak di kalangan masyarakat, seperti *marketplace* yang muncul pada *Instagram* dan *TikTok*.

*Social commerce* sudah dikenal oleh masyarakat sejak berkembangnya *electronic commerce* di Indonesia. Dikarenakan

masyarakat Indonesia yang sangat sering menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan alternatif hiburan maka para pemilik bisnis mulai menggunakan media sosial untuk menawarkan produk mereka. Beberapa media sosial mulai mengadopsi sistem *social commerce* untuk menarik para konsumen. Kemunculan *social commerce* di Indonesia pertama kali diterapkan oleh *facebook*, kemudian dilanjutkan oleh *Instagram* dan *TikTok*. Dengan adanya *social commerce* ini interaksi antara pembeli dengan penjual lebih mudah dilakukan, serta menciptakan hubungan yang lebih dekat.<sup>74</sup>

*Facebook* mulai meluncurkan fitur barunya berbentuk *marketplace* di Indonesia pada tahun 2016. hadirnya *marketplace facebook* ini disebabkan oleh banyaknya aktivitas jual beli yang terjadi pada *facebook*. Aktivitas jual beli tersebut pada awalnya muncul dalam *facebook group* yang dibuat oleh para penggunanya, dan akhirnya pihak *facebook* menambahkan fitur belanja di aplikasinya, agar para pengguna lebih leluasa dalam melakukan pembelian. Namun dalam fitur ini para pengguna hanya dapat memilih barang dan memesanya kepada produsen, sedangkan untuk pembayaran dan pengiriman diatur secara tersendiri oleh kedua pihak karena fitur tersebut tidak disediakan oleh aplikasi *facebook*.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Shabira Maharani dan I Made Bayu Dirgantara, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Immersion Saat Live Streaming Syariah Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada Social Commerce TikTok Indonesia)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No.2(2023): 2943 <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/9854/3983>

<sup>75</sup> Yoga Hastyadi Widiartanto, "Facebook Rilis "Markeplace" untuk Jual Beli Online," *Kompas.com*, 4 Oktober 2016, diakses 11 Februari 2024

Setelah munculnya fitur *marketplace* yang ditambahkan dalam *facebook*, kini giliran *instagram* yang juga mengembangkan fiturnya dengan menyediakan tempat perbelanjaan dalam aplikasinya. Fitur belanja *instagram* atau *instagram shopping* mulai muncul di Indonesia pada tahun 2020. Sama halnya dengan *facebook*, *instagram* juga belum mengatur fitur untuk pembayaran dan pengiriman produk.<sup>76</sup>

Kemudian di tahun 2021, aplikasi *TikTok* mulai menghadirkan fitur *social commerce* mereka berupa *TikTok Shop* yang kini sudah memiliki banyak peminat di Indonesia. Berbeda dengan dua fitur *social commerce* sebelumnya, *TikTok Shop* hadir dengan lebih unggul karena menyediakan jasa pembayaran secara langsung dan juga jasa pengiriman tanpa harus meninggalkan aplikasi tersebut. Hal ini yang memudahkan para pengguna dalam memesan suatu produk, dengan langsung membayar juga mengurus pengiriman sesuai keinginan mereka tanpa harus berkomunikasi terlebih dahulu dengan pihak penjual.<sup>77</sup>

## 2. *Social Commerce* di Indonesia dan Malaysia

### a) Indonesia

Kehadiran *electronic commerce* di Indonesia memberikan dampak yang signifikan pada perekonomian. Pemanfaatan teknologi

---

<https://tekno.kompas.com/read/2016/10/04/07360087/facebook.rilis.marketplace.untuk.jual.beli.online>

<sup>76</sup> Wahyunanda Kusuma Pertiwi, dan Oik Yusuf, "Fitur Belanja Instagram Shopping Sudah Bisa Dicoba di Indonesia," *Kompas.com*, 16 Oktober 2020, diakses 11 Februari 2024

<https://tekno.kompas.com/read/2020/10/06/10410027/fitur-belanja-instagram-shopping-sudah-bisa-dicoba-di-indonesia>

<sup>77</sup> Shabira Maharani dan I Made Bayu Dirgantara, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Immersion Saat Live Streaming Syaria Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada Social Commerce TikTok Indonesia)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No.2(2023): 2943

<https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/9854/3983>

oleh para perusahaan menciptakan ide-ide serta inovasi baru untuk mendapatkan keuntungan. Kini banyak website serta aplikasi-aplikasi *electronic commerce* yang terus berkembang di Indonesia serta memiliki cukup banyak peminat. Direktorat keanggotaan idEA (Indonesia E-Commerce Association), mengklasifikasikan beberapa *electronic commerce* yang ada di Indonesia, di antaranya<sup>78</sup>:

## 2.2 Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia

No	Jenis <i>E-commerce</i>	Kelompok Interaksi	Deskripsi	Contoh
1	Iklan Baris ( <i>classified Ads</i> )	B2C, C2C	Berfungsi sebagai sebuah <i>platform</i> yang memungkinkan para individu memasang barang jualan mereka.	Kaskus, OLX
2	<i>Marketplace</i>	C2C	Memberikan fasilitas bisnis kepada produsen berupa penampilan katalog, transaksi, dan sistem pembayaran.	Bukalapak, Tokopedia, Livaza
3	<i>Shopping Mall</i>	B2B, B2C	Sama seperti <i>marketplace</i> tetapi produsen yang digandeng oleh entitas <i>shopping mall</i> hanya berasal dari merek-merek dagang ternama.	Zalora, Matahari Mall
4	<i>Online Retail</i>	B2C	Toko <i>online</i> dengan alamat <i>website (domain)</i> sendiri di mana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara <i>online</i> kepada pembeli.	Lazada, Berrybenka
5	<i>Ride Sharing</i>	B2C	Bisnis transportasi berbasis aplikasi.	Gojek, Uber, Grab
6	<i>Travel</i>	B2C	Menyediakan katalog perjalanan, akomodasi wisata, dan sistem pembayaran yang terhubung dengan destinasi dan penyedia akomodasi tersebut.	Traveloka

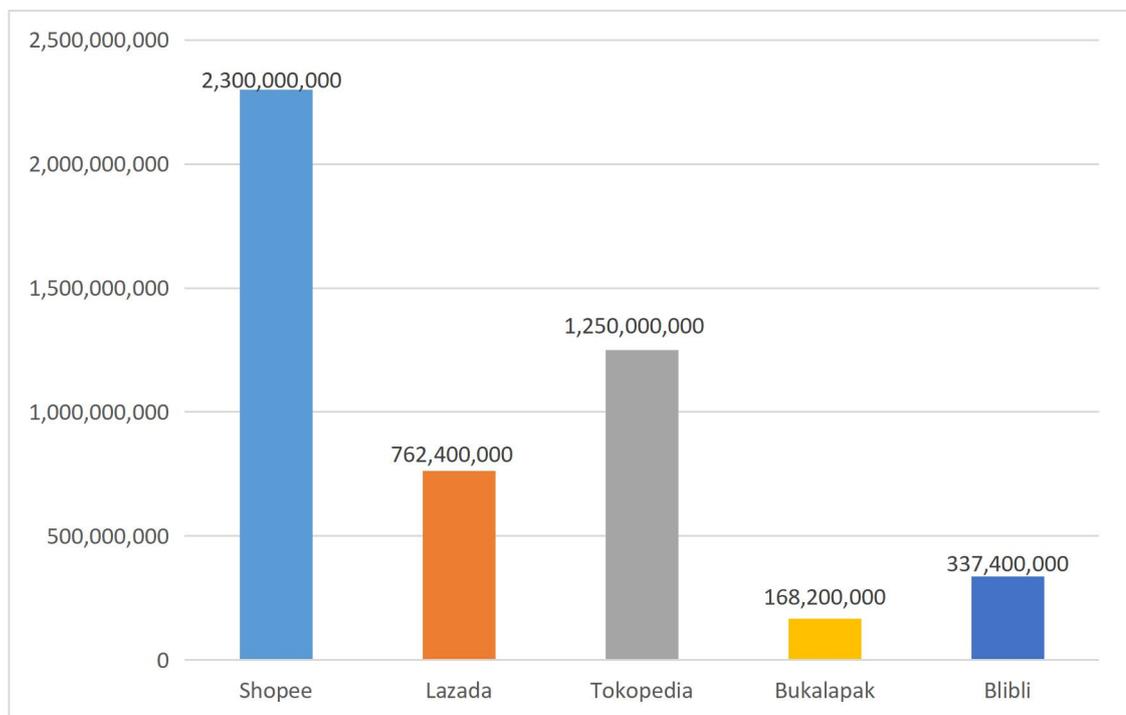
Sumber : Jurnal “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”

<sup>78</sup> Getha Fety Dianari, “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia,” *Bina Ekonomi*, No.1(2018): 45-46 <https://journal.unpar.ac.id/index.php/BinaEkonomi/article/view/3619>

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa praktek *electronic commerce* sudah tersebar di Indonesia dengan sangat baik. Seiring dengan berjalannya waktu, sistem bisnis berbasis B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Customer*) di Indonesia berkembang dan menciptakan sistem baru yaitu C2C (*Customer to Customer*), dimana pembeli terakhir saling berhubungan untuk melakukan transaksi pembelian dan penjualan.

Walaupun terdapat banyak *electronic commerce* yang tersebar di Indonesia, hanya beberapa yang sangat sering dikunjungi oleh masyarakat, di antaranya seperti *shoppee*, *tokopedia*, *lazada* dan beberapa lainnya. Adapun statistik pengguna *electronic commerce* di Indonesia:

### 2.1 Grafik Platform Electronic Commerce di Indonesia



Sumber : Databoks, “5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)”

Berdasarkan grafik tersebut terlihat bahwa masyarakat Indonesia lebih sering mengunjungi *platform shopee* untuk berbelanja di tahun 2023. Terhitung sejak awal tahun 2023 hingga akhir 2023, pengunjung *shopee* telah mencapai 2,3 miliar pengunjung. Sedangkan pesaingnya seperti *Tokopedia*, *Lazada*, *Blibli* dan *Bukalapak* tertinggal cukup jauh.<sup>79</sup>

Praktik *social commerce* sudah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, baik oleh para penjual dan juga para pembeli. Contoh yang paling sederhana adalah penggunaan *facebook marketplace* dan *twitter shop*, selain dapat menawarkan produk penjualan, para pengguna juga dapat meninggalkan *review* pada halaman *facebook* maupun *twitter* tersebut. Selain itu di Indonesia kini juga terdapat *instagram shopping* dan *TikTok Shop* yang hingga saat ini masih diminati oleh masyarakat Indonesia. Hal ini mendapat dukungan dari para pengguna internet Indonesia yang sudah mencapai 215,63 juta jiwa dalam periode 2022 hingga 2023 sehingga meningkatkan peluang bagi Indonesia untuk membuka pasar *online* di Indonesia.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> Adi Hidayat, “5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023),” *databoks*, 10 Januari 2024, diakses 15 Februari 2024  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>

<sup>80</sup> Cadelina Cassandra, Ratna Sari dan Riswan Efendi Tarigan, “Karakteristik Desain *Social Commerce* Terhadap Pelanggan,” *Journal of Management and Business*, No.1(2016): 123  
<http://jmbr.ppm-school.ac.id/index.php/jmbr/article/view/30>

Para pengguna internet yang banyak di Indonesia disebabkan oleh masyarakat yang sangat sering mengakses berbagai media sosial seperti *facebook*, *instagram* dan juga *TikTok*. Karena masyarakat lebih cenderung menghabiskan waktu untuk mencari hiburan di media sosial, maka perkembangan *social commerce* di Indonesia berkembang dengan pesat dan memiliki banyak peminat. Dengan hadirnya *social commerce* juga berdampak munculnya pembaharuan-pembaharuan dalam aplikasi media sosial, seperti munculnya fitur *live streaming*, katalog produk, serta tombol pembayaran, dengan adanya fitur-fitur pendukung tersebut, penjualan produk serta pembelianya akan sangat mudah dilakukan oleh para pengguna media sosial.<sup>81</sup>

Dilansir oleh *statista* pengguna *TikTok Shop* di Indonesia pada tahun 2021 sudah mencapai 4,14 juta jiwa. 4,14 juta jiwa tersebut terdiri dari 59% perempuan dan 39% laki-laki, selain itu tercatat juga bahwa pengunjung yang mengunjungi *TikTok Shop* adalah pengunjung dengan usia 16 hingga 24 tahun. Sedangkan pengunjung *Instagram Shopping* sudah mencapai 87,9 juta jiwa, jumlah ini terdiri dari perempuan sebanyak 52,6% dan laki-laki 47,4%. Berbeda dengan *TikTok shop*, *instagram shopping* memiliki pengunjung dengan berbagai usia, di antaranya dari usia 18 tahun

---

<sup>81</sup> Christian Noven Harjadi, "Tren Social Commerce Makin Populer, Masyarakat Kini Hobi Belanja di Media Sosial," *GoodStats*, 12 Februari 2024, diakses 12 Februari 2024 <https://goodstats.id/article/tren-social-commerce-semakin-populer-masyarakat-kini-hobi-belanja-di-media-sosial-YIbSA>

hingga 24 tahun tercatat sebanyak 36,4% sedangkan usia 25 ahun hinggal 34 tahun mencapai 31,9%.<sup>82</sup>

Tren *social commerce* yang terus berkembang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, terlebih oleh para generasi Z. Dikarenakan generasi Z lebih menyukai hal yang mudah dan praktis, maka banyak dari generasi ini yang sering menggunakan media sosial untuk memesan produk yang mereka inginkan, tidak jarang, salah satu dari mereka mengajak beberapa temannya untuk melakukan pembelian secara bersama-sama agar lebih menghemat biaya pengiriman. Selain itu dengan adanya *social commerce* di Indonesia, mulai muncul banyak *influencer* baru yang mengajak para pengguna media sosial untuk membeli produk mereka melalui *social commerce* tersebut. Bukan hanya sekedar memberikan informasi mengenai produk yang dijual, para *influencer* juga membuat konten tentang produk yang mereka jual dengan cara menggunakan produk tersebut dan memberikan ulasan langsung melalui video tersebut, hal inilah yang membuat para pembeli semakin yakin dan berminat untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut.<sup>83</sup>

Dalam perkembangan *electronic commerce* hingga hadirnya *social commerce* di Indonesia, tidak jarang masyarakat khawatir

---

<sup>82</sup> Alifia Seftin Oktriwina, "TikTok Shop vs Instagram Sopping, mana yang Terbaik untuk Ptodukmu," *glint*, 11 Oktober 2023, diakses 15 Februari 2024  
<https://glints.com/id/lowongan/tiktok-shop-vs-instagram-shopping/>

<sup>83</sup> Eri Yanti Nasution dan Tika Indria, "Tren Belanja Online Pada Social Commerce," *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, No.3(2022): 664  
<https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/801>

dengan adanya kejahatan yang terjadi. Semakin canggih suatu teknologi, semakin banyak oknum-oknum tidak bertanggung jawab yang ingin mencari keuntungan dengan merugikan orang lain. Di Indonesia terdapat beberapa kasus pengambilan data pribadi pada *electronic commerce*. Kasus pertama terjadi pada tahun 2019 dimana sebanyak 13 juta akun pengguna *Bukalapak* dihack. Pada saat itu dijelaskan bahwa oknum yang melakukan *hack* adalah seseorang berkebangsaan Pakistan. Intan Wibisono selaku Kepala Komunikasi Korporat *Bukalapak* juga memberikan kerangan bahwa data yang diretas bukan merupakan data yang penting. Bukan hanya di tahun 2019, hal ini kembali terulang pada Juli 2020, dimana Lembaga Riset Indonesia *Communication and Information System Security Research Center* (CISSReC) menemukan bahwa terdapat seseorang yang membeli data 91 juta pengguna akun *electronic commerce Tokopedia* yang bocor beberapa pada Mei lalu dan mengedarkan tautan unduhannya melalui *Facebook*.<sup>84</sup>

Selain adanya kasus peretasan data, kasus penipuan dalam transaksi *online* juga sangat sering terjadi dalam *platform electronic commerce*. Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kominfo mencatat terdapat 1.730 konten penipuan online selama agustus 2018

---

<sup>84</sup> Indiana Malia, "Sebelum BPJS Kesehatan, Ini 3 Kasus Kebocoran Data Konsumen E-Commerce," *IDN TIMES*, doakses 16 Februari 2024  
<https://www.idntimes.com/business/economy/indianamalia/selain-bpjs-kesehatan-ini-3-kasus-kebocoran-data-konsumen-e-commerce?page=all>

hingga 16 Februari 2023. Kerugian yang diakibatkan dari penipuan ini mencapai Rp. 18,7 triliun selama 2017 hingga 2021.<sup>85</sup>

b) Malaysia

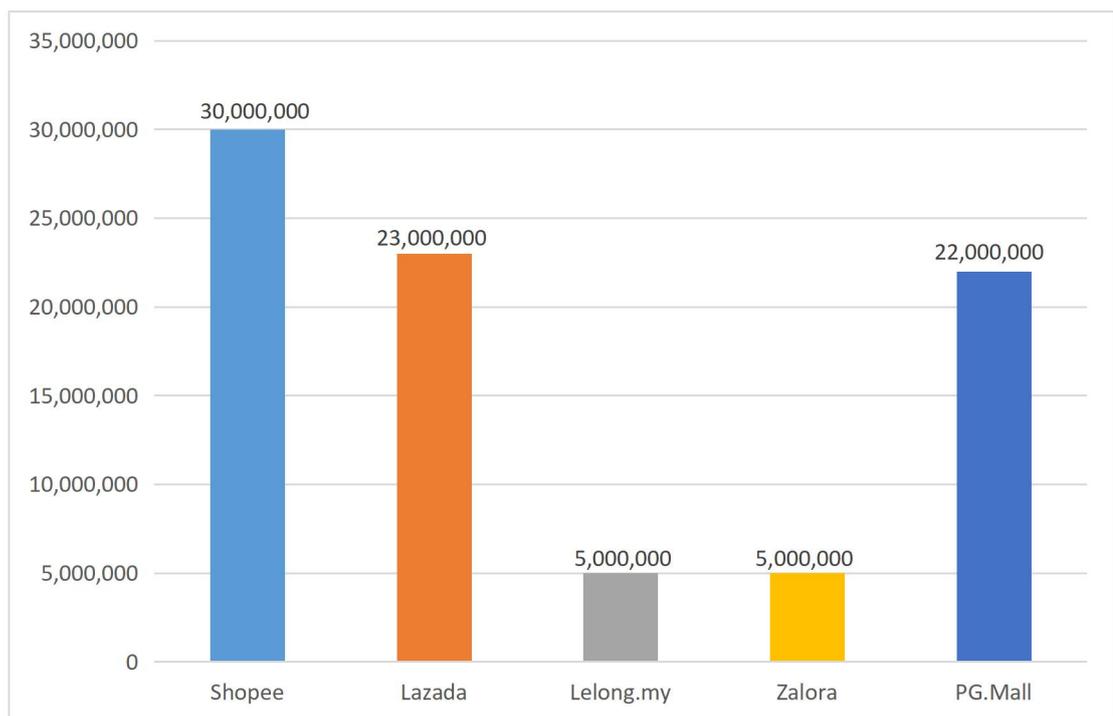
Munculnya *electronic commerce* di Malaysia sebenarnya merupakan media yang masih dianggap baru. Pada awal munculnya *electronic commerce* masyarakat Malaysia lebih memilih untuk tetap menggunakan transaksi secara langsung atau secara tatap muka tanpa hanya segelintir orang yang mengadopsi sistem *electronic commerce* pada saat itu.<sup>86</sup> Dengan berkembangnya teknologi di Malaysia kemunculan *electronic commerce* mulai mengikuti teknologi yang berkembang, bahkan dalam beberapa tahun terakhir *electronic commerce* di Malaysia berkembang dengan sangat pesat. *Satista* mencatat bahwa diperkirakan nilai pasar *electronic commerce* Malaysia di tahun 2025 akan mencapai 17 miliar dengan pertumbuhan tahunan kurang lebih 10%. Adapun beberapa *platform electronic commerce* yang paling dikenal saat ini oleh Masyarakat Malaysia, seperti *Shopee*, *Lazada*, *PG Mall*, *Lelong.my* dan *Zalora*. Berikut statistik pengunjung *platform electronic commerce* Malaysia untuk satu bulannya.

---

<sup>85</sup> Lenny Septiani, "Kominfo Catatkan 1.730 Kasus Penipuan Online, Kerugian Ratusan Triliun," *Katadata.co.id*, 24 Februari 2023, diakses 16 Februari 2024  
[https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/63f8a599de801/kominfo-catatkan-1730-kasus-penipuan-online-kerugian-ratusan-triliun#google\\_vignette](https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/63f8a599de801/kominfo-catatkan-1730-kasus-penipuan-online-kerugian-ratusan-triliun#google_vignette)

<sup>86</sup> Che Mohd Zulkifli Che Omar, "E-commerce in Malaysia: Development, Implementation and Challenges," *International Review of Management and Business Research*, No.1(2014): 292  
<http://ict-industry-reports.com.au/wp-content/uploads/sites/4/2011/10/2011-Towards-DE-Malaysia-Jenhangir-et-al-Macr2011.pdf>

## 2.2 Grafik Platform Electronic Commerce di Malaysia



Sumber : Locad “Marketplace Malaysia: Daftar Lengkap E-Commerce Malaysia”

Dari grafik tersebut terlihat bahwa *platform shopee* menjadi *platform electronic commerce* yang paling diminati oleh masyarakat Malaysia. Kemudian disusul oleh *Lazada* yang memiliki sistem

bisnis hampir serupa dengan *Shopee*. Setiap bulanya terhitung kurang lebih 23 juta pengunjung yang mengunjungi *Lazada* untuk membeli barang yang mereka minati. Selain *Shopee* dan *Lazada* masyarakat Malaysia juga menggunakan *PG Mall* untuk membeli kebutuhan-kebutuhan mereka. *PG Mall* Malaysia dikelola oleh *PG Group of Companies*, salah satu perusahaan *elecronic comerce* terkemuka di Malaysia. *PG Mall* menyediakan segala macam produk rumah tangga dan kesehatan yang berlabel lokal Malaysia. Dan yang terakhir adalah *Lelong.my* dan *Zalora*. Walau pengunjung kedua *platform* tersebut sedikit namun *platform* tersebut masih cukup diminati oleh masyarakat.<sup>87</sup>

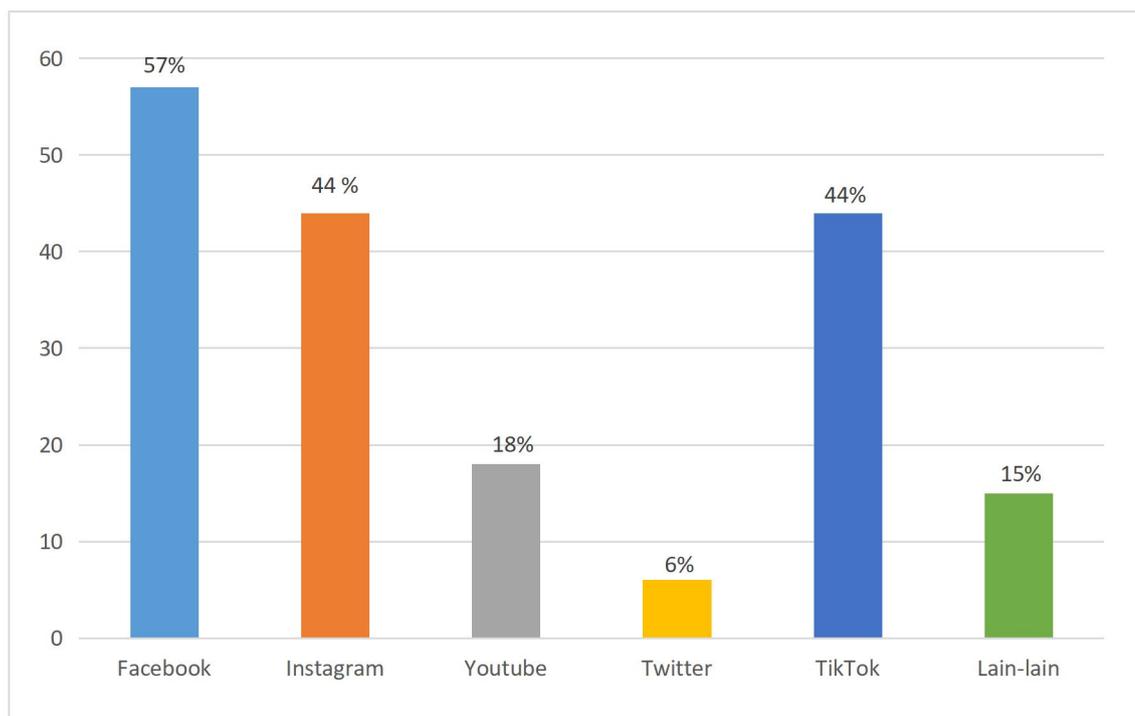
Global Statshot mendata hampir 86% penduduk Malaysia menggunakan media sosial di tahun 2021. Platform yang paling sering digunakan di Malaysia adalah *twitter*, *facebook*, *instagram*, serta *blog*. Dengan munculnya fenomena *social commerce* di Malaysia, terbuka peluang yang lebih besar bagi para pengusaha untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan konsumen serta mitra pemasok mereka. Hal ini akan berdampak meningkatkan perkembangan *social commerce* dan perekonomian di Malaysia.<sup>88</sup>

Berikut adalah grafik sosial media yang sering digunakan masyarakat Malaysia untuk berbelanja:

<sup>87</sup> Siti Nurhikmah, "Marketplace Malaysia: Daftar Lengkap E-Commerce Malaysia," *LOCAD*, 2 November 2023, diakses 15 Februari 2023 <https://golocad.com/id/insights/marketplace-malaysia/>

<sup>88</sup> Shahizan Hassan, dan Arfan Shahzad, "The impact of social media usage small and micro social commerce enterprises in Malaysia," *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, No.1(2022): 143 <https://www.econstor.eu/handle/10419/261308>

### 2.3 Grafik Sosial Media yang digunakan untuk berbelanja



Sumber : Statista Research Department

*Statista* memberikan laporan bahwa di tahun 2023 terhitung sekitar 57% masyarakat Malaysia menggunakan *facebook*, untuk berbelanja selama 12 bulan terakhir. Selanjutnya *Instagram* dan

*TikTok* juga menjadi *platform* media sosial yang banyak digunakan untuk berbelanja oleh masyarakat Malaysia.<sup>89</sup>

Perkembangan *social commerce* di Malaysia juga didukung dengan banyaknya pengguna internet di Malaysia, tercatat di awal tahun 2023 pengguna internet di Malaysia mencapai 33,03 juta pengguna, pada saat itu penetrasi internet mencapai 96,8 persen di Malaysia. Sebanyak 44,05 juta koneksi seluler aktif di Malaysia pada awal tahun 2023, dan angka ini setara dengan 129,1% dari total populasi masyarakat Malaysia.<sup>90</sup>

Dalam meminati suatu hal, masyarakat biasanya lebih berminat kepada hal-hal yang mudah dan nyaman, sama halnya yang dilakukan oleh masyarakat Malaysia. *Social commerce* yang memberikan kenyamanan serta kemudahan maka masyarakat Malaysia didorong untuk menggunakan *social commerce*. Dengan media sosial yang diakses oleh masyarakat Malaysia hampir disetiap harinya, menimbulkan interaksi pemilik produk dengan konsumen akan lebih mudah, para konsumen juga nantinya dapat melihat ulasan dari konsumen lainnya, untuk menentukan pembelian mereka.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup> Staista Research Departement, "Most Commonly Used Social Media Platform for Purchases dring the last 12 Months in Malaysia as of February 2023," 28 Maret 2023, diakses 15 Februari 2024 <https://www.statista.com/statistics/1375613/malaysia-social-media-platforms-used-for-social-commerce/>

<sup>90</sup> Simon Kemp, "Digital 2023: Malaysia," *DAAREPORTAL*, 13 Februari 2023, diakses 15 Februari 2024 <https://datareportal.com/reports/digital-2023-malaysia>

<sup>91</sup> Editor Opn, "Why Businesses in Malaysia Need To Stay Alert?," *Opn*, 20 Juli 2023, diakses 12 Februari 2024 <https://www.opn.ooo/my-en/blog/payments/social-commerce-101/>

Walau di Malaysia ditemukan banyak peminat *social commerce* karena memberikan kemudahan, masih ada beberapa masyarakat Malaysia yang enggan menggunakan *social commerce* dalam menjalankan bisnis mereka. Terdapat beberapa masyarakat Malaysia yang masih memiliki pola pikir konservatif yang menyebabkan mereka belum mau menggunakan layanan tersebut. Selain itu faktor pendorong yang berakibat untuk tidak menggunakan layanan *social commerce* adalah kurangnya pengetahuan mengenai *social commerce*. Banyak dari pebisnis Malaysia yang sudah berusia lanjut tidak berani menggunakan layanan *social commerce* dikarenakan kurang informasi mengenai *social commerce* yang mereka dapatkan. Sedangkan di kalangan konsumen usia muda, lebih memilih menggunakan *social commerce* karena informasi yang cepat menyebar dan pengaruh tren yang mereka dapatkan di media sosial.<sup>92</sup>

Bukan hanya terjadi di Indonesia saja, kejahatan akibat dari perkembangan teknologi juga terjadi di Malaysia. Pada tahun 2018, Malaysia melaporkan lebih dari 10.000 kasus kejahatan dunia maya, yang sebagian besar melibatkan penipuan *online*. Namun yang paling mengejutkan, banyak pembeli mempercayai apa yang mereka lihat dan baca dalam iklan yang ada di SNS<sup>93</sup>. Misalnya sebuah situs

---

<sup>92</sup> Samer Bamansoor, Syarilla Iryani A. Saany dan Yousef A, Baker El-Ebiary, "The S-Commerce Usage And Acceptance Modelling In Malaysia," *Fundacion Dialnet*, No.1(2020): 102  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7449345>

<sup>93</sup> *Social Networking Site*, merupakan *wb-based application* dimana seseorang dapat membuat profil virtual dengan "*bounded system*" yang artinya tersambung dan dapat berkomunikasi

berita media di Malaysia melaporkan bahwa RM700.00 diperoleh secara curang dari ratusan individu oleh satu penjual *online* melalui toko *Instagram* miliknya. Selain itu *Cyber Security* Malaysia melaporkan bahwa hampir separuh kasus penipuan pembelian *online* di Malaysia terjadi di situs media sosial. Baru-baru ini, NCC Malaysia melaporkan bahwa keluhan terkait penipuan belanja *online* sebagian besar terkait dengan jejaring sosial.<sup>94</sup>

## B. Teori Hukum Konvergensi

Teori konvergensi pertama kali diperkenalkan oleh Profesor Ekonomi dari California Clark Kerr, dan dikembangkan olehnya di negara California. Profesor Clark menjelaskan bahwa teori konvergensi menjadi titik persimpangan antara sistem perekonomian suatu negara dengan perkembangan negara itu sendiri. Dengan menggunakan teori ini suatu negara dapat lebih cepat mengembangkan perekonomiannya melampaui negara lain yang telah terlebih dahulu meningkatkan perekonomian. Perkembangan tersebut nantinya akan dilalui dengan proses industrialisasi.<sup>95</sup>

Perkembangan dunia menyebabkan munculnya konvergensi dari suatu tatanan hukum. Para ahli hukum menyatakan bahwa globalisasi atau

---

dengan pengguna dalam *platform* bersangkutan sehingga dapat berinteraksi satu sama lain secara bebas. (Contoh SNS : facebook, twitter dan youtube)

<sup>94</sup> Yurita Yakimin Abdul Thalib, dan Fariza Hanim Rusly, "The Current State of Social Commerce Fraud in Malaysia and the Mitigation Strategies," *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, No.2(2020): 1593

<https://www.warse.org/IJATCSE/static/pdf/file/ijatcse105922020.pdf>

<sup>95</sup> Nalom Kurniawan, dan Mery Christian Putri, "Konvergensi Hukum Dan Teknologi Dalam Proses Penegakan Hukum Di Mahkamah Konstitusi," *Laporan Penelitian Mahkamah Konstitusi*, (2020): 21-22

[https://www.mkri.id/public/content/infoumum/penelitian/pdf/hasilpenelitian\\_144\\_Laporan%20Penelitian%20Hukum%20dan%20Teknologi.pdf](https://www.mkri.id/public/content/infoumum/penelitian/pdf/hasilpenelitian_144_Laporan%20Penelitian%20Hukum%20dan%20Teknologi.pdf)

perkembangan yang terjadi nantinya akan mengakibatkan hukum harus mau berkonvergensi untuk mencapai efisiensi yang lebih baik, hal ini dikarenakan satu sistem hukum saja tidak mampu untuk menangani semua permasalahan yang timbul akibat globalisasi dunia. Oleh sebab itu hukum juga harus berevolusi agar dapat menangani permasalahan-permasalahan baru nantinya.<sup>96</sup>

Sebenarnya konvergensi sudah ada sejak tiga tahun terakhir. Satu headset kini sudah dapat digunakan untuk berbagai kegiatan, baik mendengarkan musik, melakukan panggilan, melakukan *upload* dan *download*. Selain dibidang perangkat teknologi, konvergensi juga terjadi dalam infrastruktur dan layanan yang sudah terjadi hampir lima tahun lamanya. Konvergensi infrastruktur menciptakan infrastruktur baru yang memberikan banyak layanan hanya dengan satu infrastruktur. Konvergensi pada akhirnya akan mendorong terjadinya konsolidasi penyelenggara. Pembangunan infrastruktur yang sama oleh beberpa penyelenggara yang berbeda menimbulkan ketidak efisienan. Sebaliknya pemanfaatan infrastruktur yang telah dibangun oleh penyelenggara yang berbeda secara bersama-sama akan meningkatkan nilai perusahaan. Reformasi ini sangat memerlukan adanya pengaturan oleh kebijakan dan regulasi yang memadai agar jika terdapat perubahan pada kualitas, fundamental, kesediaan dan harga

---

<sup>96</sup> Danrivanto Budhijanto, "Pembentukan Hukum Yang Antisipatif Terhadap Perkembangan Zaman Dalam Dimensi Konvergensi eknologi Informasi Dan Komunikasi," *Jurnal Ilmu Hukum*, No.2(2011): 229  
<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/4198/2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

layanan kepada masyarakat tetap diberikan dengan layak tanpa kurang dan berdampak buruk kepada masyarakat.<sup>97</sup>

Teori hukum pembangunan memberikan konsep baru kepada hukum yang ada di Indonesia. Hukum pembangunan kini dapat dijadikan sebagai sara pembaharuan dalam masyarakat. Alasan dari tumbuhnya konsep teori tersebut dikarenakan hukum tidak dapat menghambat suatu perubahan yang terjadi dalam masyarakat. Pemikiran ini didasarkan oleh adanya ketertiban dalam melakukan pembaharuan, selain itu hukum juga dapat mengatur arahnya masyarakat menuju pembaharuan yang terjadi. Kebutuhan hukum dan peraturan perundang-undangan yang dapat mengakomodasi dan memfasilitasi konvergensi saat ini sangatlah dibutuhkan, sedangkan peraturan perundang-undangan yang saat ini sedang berlaku masih kurang mampu untuk menangani masalah teknologi yang terjadi di Indonesia.<sup>98</sup>

Dalam mencari suatu ketertarikan dengan persamaan atau perbedaan yang ada di dalam suatu sistem hukum, au membandingkan sistem hukum yang berbeda diperlukan beberapa pendekatan di antaranya:

#### 1. Pendekatan Konvergensi Hukum

Menurut para ahli hukum, dalam membentuk suatu hukum, dibutuhkan format yang berbeda, namun tetap dalam satu kesatuan pemahaman. Menurut Markesinis, konsep dari konvergensi didasarkan kepada pemahaman bahwa, “sementara mungkin saja adanya perbedaan

---

<sup>97</sup> Putri, “Konvergensi Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik Dalam Kejahatan Korporasi (*Coorporate Crime*) Menurut Undang-Undang Nomor 11 ahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016,” *Lex Et Societatis*, No.11(2019): 58  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexetsocietatis/article/view/27370>

<sup>98</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 128

antara sistem hukum ditingkat permasalahan konseptual, namun solusi secara fungsional kepada permasalahan dimaksud cenderung untuk menjadi serupa". Jadi dapat dikatakan bahwa pendekatan terhadap budaya hukum yang berbeda-beda akan menciptakan integrasi hukum yang baik untuk masa depan.<sup>99</sup>

## 2. Pendekatan Non-Konvergensi Hukum

Beberapa ahli hukum yang kurang setuju dengan pendekatan Konvergensi mengemukakan bahwa metodologi perbandingan mendasarkan kepada perbedaan dan bukan persamaan. Salah satunya adalah Pierre Legrand, menurutnya esensi dari suatu pendekatan adalah hukum merupakan bagian yang hidup dari kerangka budaya suatu negara. Satu pendekatan yang berbasis pada persamaan antara sistem hukum sejatinya adalah tidak nyata dikarenakan setiap budaya hukum membentuk sifat dan karakter hukumnya sendiri sesuai dengan apa yang terjadi dalam negara tersebut, dan perkembangan apa yang akan diatur nantinya.<sup>100</sup>

Jhon Coffe dan Ronaldo Gilson membagi konvergensi menjadi konvergensi formal dan konvergensi fungsional<sup>101</sup>.

### 1. Konvergensi Formal

<sup>99</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 102

<sup>100</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 102-103

<sup>101</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 102-104

Konsep yang mengacu pada institusi atau lembaga yang mengatur dalam hukum formal yang sama. Contohnya dalam perlindungan pemegang saham perusahaan publik diberikan melalui aturan yang diterapkan oleh bursa saham daripada yang diterapkan oleh hukum korporasi dan pengadilan.

## 2. Konvergensi Fungsional

Konsep di mana suatu sistem hukum dikembangkan dengan cepat dan terus berkelanjutan untuk melakukannya. Sebagai contoh meningkatnya perusahaan non-Amerika yang terdaftar di bursa saham Amerika, di mana perusahaan-perusahaan dimaksud mengikuti diri untuk taat kepada aturan tata kelola perusahaan yang dipersyaratkan bagi perusahaan terdaftar di bursa saham.

### C. Masalah Mursalah

#### 1. Pengertian *Maslahah Mursalah*

Secara etimologi, kata *al-maslahah*, sama dengan *al-salah*, yang merupakan kata benda (*isim*) dari kata kerja infinitive *saluha*, yang berarti lawan dari kerusakan, selamat dari cacat, kebaikan, benar, istiqamah, atau digunakan untuk menunjukkan sesuatu atau seseorang itu baik, benar, sempurna, teratur, terpuji, berguna, jujur, tulus. Al-Buti memahami *maslahah mursalah* secara etimologi sebagai berikut<sup>102</sup>:

فَكُلُّ مَا كَانَ فِيهِ نَفْعٌ - سِوَاءَ كَانَ بِالْجُلْبِ وَ التَّخْصِيلِ كَأَسْتِحْصَالِ الْفَوَائِدِ وَ الدَّائِدِ، أَوْ

<sup>102</sup> Nawir Yuslem, *al-Burhan fi Ushul al-Fiqh KITAB INDUK USUL FIKIH Konsep Masalah Ilam al-Haramain al-Juwayni dan Dinamika Hukum Islam* (Bandung: Citapustaka Media, 2007), 135

بِالدَّفْعِ وَ الْإِتْقَانِ, كَاسْتِئْعَادِ الْمَضَارِّ وَ الْأَلَامِ-فَهُوَ جَدِيدٌ بَأَنَّ يُسَمَّى مَصْلِحَةً.

“Segala sesuatu yang mengandung kemanfaatan - baik dengan cara meraih atau mewujudkan, seperti mewujudkan berbagai faidah dan kenikmatan, atau dengan cara menolak dan memelihara diri, seperti menjauhkan diri dari berbagai kemudharatan dan kepedihan - maka hal tersebut layak disebut dengan masalahah.”

Sejumlah turunan kata dari kata kerja *saluha* dijumpai di dalam al-Qur'an, namun kata *masalahah* sendiri tidak ada ditemukan padanya. Di antara contohnya adalah kata *salaha* terdapat dua kali, *salihan* 36 kali, *al-salihun*, *al-salihin* dan *al-salihat* sejumlah 91 kali. Di kalangan ulama usul fiqh, *masalahah* atau *masalih* dipergunakan dalam konteks tujuan atau sasaran yang hendak dicapai oleh atau pembicaraan yang berhubungan dengan hukum, seperti pernyataan berikut<sup>103</sup>:

فَكَأَنَّ الْمَعْنَى مُنَاسَبٌ لِلْحُكْمِ مِنْ غَيْرِ فَرَضِ ذِكْرِ أَصْلٍ, نَظْرًا إِلَى الْمَصَالِحِ الْكُلِّيَّةِ, وَالْأَصْدُ

لُ يَعْنِي لِإِنْحِصَارِ الْمَصْلِحَةِ فِي أُصُولِ الشَّرِيعَةِ.

“Maka sepertinya makna (*'illat*) tersebut sesuai (*munasabah*) terhadap hukum tanpa ada kemestian untuk menyebutkan asal, karena memandang kepada *maslahat* yang absolut dan universal. Dan yang menjadi asalnya adalah keterikatan *maslahat* pada *usul al-syari'ah*.”

مَا يَتَعَلَّقُ مِنْهَا أَحْكَامَ بِمَصَالِحِ الْخَلْقِ ...

<sup>103</sup> Nawir Yuslem, *al-Burhan fi Ushul al-Fiqh KITAB INDUK USUL FIKIH Konsep Masalahah Ilam al-Haramain al-Juwayni dan Dinamika Hukum Islam* (Bandung: Citapustaka Media,2007), 136

“Hukum-hukum tersebut berhubungan dengan kemaslahatan manusia”<sup>104</sup>

Secara teknis, *maslahah* dipahami sebagai pemeliharaan terhadap makna atau prinsip-prinsip dari syariat yaitu memelihara kemanfaatan atau mencegah kemudharatan dalam kehidupan manusia. Namun, apabila terma *al-maslahah al-mursalah* dipergunakan, maka terma tersebut bermakna sebagai kepentingan (kemaslahatan) manusia yang tidak atau belum diatur ketentuannya oleh syara' dan tidak ditemukan nash yang menyatakan kebolehan atau ketidakebolehan.<sup>105</sup> Sebagai contoh apabila kegiatan menuntut ilmu dan berdagang adalah suatu *maslahah* maka dapat dikatakan bahwa menuntut ilmu dan berdagang merupakan penyebab diperolehnya manfaat lahir dan batin. Sedangkan secara Terminologi, terdapat beberapa definisi yang dijelaskan oleh para ulama *fiqh* diantaranya<sup>106</sup>:

1. Imam al-Ghazali mengartikan *maslahah* sebagai sesuatu yang mendatangkan manfaat dan menolak *mudharat*. Pada hakikatnya *maslahah* memelihara tujuan syara' dan tujuan dari syara' tercermin dalam lima hal *maqashid al-syari'ah*.
2. Al-Thufi, menjelaskan bahwa *maslahah* dapat ditinjau menggunakan dua pendekatan yakni adat dan syariat. Berdasarkan adat, *maslahah*

---

<sup>104</sup> Nawir Yuslem, *al-Burhan fi Ushul al-Fiqh KITAB INDUK USUL FIKIH Konsep Maslahah Ilam al-Haramain al-Juwayni dan Dinamika Hukum Islam* (Bandung: Citapustaka Media,2007), 136

<sup>105</sup> Nawir Yuslem, *al-Burhan fi Ushul al-Fiqh KITAB INDUK USUL FIKIH Konsep Maslahah Ilam al-Haramain al-Juwayni dan Dinamika Hukum Islam* (Bandung: Citapustaka Media,2007), 137

<sup>106</sup> Amiruddin Aminullah, “Urgensi Maslahat dalam Pengembangan Hukum Islam,” *Dirasat Islamiah: Jurnal Kajian Keislaman*, no.2(2021): 70  
<https://media.neliti.com/media/publications/370088-none-5828097d.pdf>

berarti sebab yang mendatangkan kebaikan, sedangkan menurut syariat *masalah* adalah ibarat dari sebab yang membawa syariat dalam bentuk ibadah.

3. Abdul Wahab khallaf menyebutkan, *masalah mursalah* merupakan suatu *kemaslahatan* dimana *syar'i* tidak mensyariatkan suatu hukum untuk merealisasikan *kemaslahatan* itu. Serta tidak ada dalil yang menunjukkan diakui atau tidaknya *kemaslahatan* tersebut.
4. Al-Syaitibi, ulama yang memiliki konsep *masalah* yang paling komprehensif khususnya *maqashid al-syari'ah*, dalam karyanya *al-Muwafaqat* menjelaskan bahwa *maslahat* dapat ditinjau dari dua bentuk, yaitu dari bentuk terjadinya *masalah* dalam kenyataan, dan ketergantungan tuntutan syariat terhadap *masalah*.
  - a) Dari bentuk terjadinya *masalah* dalam kenyataan, berarti sesuatu yang kembali kepada tegaknya kehidupan manusia, sempurna hidupnya, tercapai apa yang diinginkan oleh syahwat dan akalanya secara mutlak.
  - b) Dari bentuk tergantungnya tuntutan *syariat* kepada *masalah*, yaitu *kemaslahatan* yang merupakan tujuan dari penetapan hukum *syariat*. Untuk mewujudkan *kemaslahatan* tersebut, Allah menuntut manusia untuk melakukan sesuatu agar segala aturan-Nya berjalan sebagaimana mestinya.

Imam al-Ghazali, menjelaskan bahwa *masalah* adalah mengambil manfaat dan menolak kemudharatan yang bertujuan untuk

memelihara *syara'*. Imam al-Ghazali memandang bahwa suatu *kemashlahatan* haruslah satu arah dengan *syara'*, walaupun *kemashlahatan* itu pada akhirnya bertentangan dengan tujuan manusia. Menurut Imam al-Ghazali terkadang tujuan-tujuan manusia tidak didasari oleh *syara'* melainkan hanya berdasarkan hawa nafsu semata. Contohnya pada masa *jahiliyah* para wanita tidak diberikan harta warisan, menurut mereka ini adalah suatu *kemashlahatan* namun tidak sesuai *syara'*, oleh sebab itu dalam menentukan *masalah*, tujuan dan kehendak *syara'* lah yang dijadikan sebagai patokan.<sup>107</sup> Sedangkan *mursalah* memiliki pengertian sesuatu yang dipandang baik oleh pikiran, dan serah dengan tujuan *syara'* namun tidak ada hukum baik dari hadist maupun al-Qur'an yang mengaturnya. Al-Ghazali juga menjelaskan pengertian *masalah mursalah* dalam kitabnya yang berjudul *al-Mustashfa* bahwa :

من لم يشهد له من الشرع بالبطلان ولا بالاعتبار نص معين

Apa-apa (*masalah*) yang tidak ada bukti baginya dari *syara'* dalam bentuk *nash* tertentu yang membatalkannya dan tidak ada yang memperhatikannya.

## 2. Syarat-syarat *Maslahah Mursalah*

Para ulama ushul yang menyatakan legalitas terhadap penggunaan *masalah mursalah* ssebagai metode penentuan hukum, menekankan persyaratan terhadap penggunaan *masalah mursalah*. Ini bermakna bahwa

<sup>107</sup> Syarif Hidayatullah, "Maslahah Mursalah Menurut Al-Ghazali," *al-Mizan*, No.1(2012): 116 <https://www.ejurnal.iiq.ac.id/index.php/almizan/article/view/49>

*masalah mursalah* tidak dapat digunakan sekehendak hati. Hal ini bertujuan agar hukum yang dihasilkan dalam proses *masalah mursalah* tidak dipengaruhi oleh ego dan kecenderungan pada manfaat yang semu.

a. Syarat Imam al-Ghazali

Dalam menggunakan *masalah mursalah* sebagai suatu tinjauan Imam al-Ghazali memberikan beberapa syarat diantaranya<sup>108</sup>:

- 1) *Kemaslahatan* tersebut berada dalam kategori *dharuriyah* (kebutuhan pokok). Kebutuhan pokok sebagaimana yang telah dijelaskan di atas adalah lima kebutuhan (*al-maqashid al-syariah*) dengan demikian apabila *kemaslahatan* tersebut dalam rangkai memelihara atau menghindarkan *mmudharat* terhadap kebutuhan pokok tersebut, maka *masalah mursalah* tersebut dapat diterapkan.
- 2) *Kemaslahatan* tersebut harus diyakini secara pasti, bukan *kemaslahatan* yang bersifat dugaan. Apabila tidak dapat diyakini kepastiannya maka *kemaslahatan* tersebut tidak dapat digunakan.
- 3) *Kemaslahatan* tersebut dipandang berlaku bagi masyarakat umum, bukan hanya untuk sekelompok orang atau individual.
- 4) *Kemaslahatan* tersebut harus sejalan dengan tujuan disyariatkannya hukum Islam.

Al-Syaitibi, ahli ushul yang datang belakangan dari al-Ghazali, menegaskan tiga syarat sebagai berikut<sup>109</sup>:

<sup>108</sup> Mukhsin Nyak Umar, *Al-Maslahah Al-Mursalah (Kajian Atas Relevansinya dengan Pembaharuan Hukum Islam* (Banda Aceh: Turats, 2017), 148

<sup>109</sup> Mukhsin Nyak Umar, *Al-Maslahah Al-Mursalah (Kajian Atas Relevansinya dengan Pembaharuan Hukum Islam* (Banda Aceh: Turats, 2017), 149

- 1) *Kemaslahatan* tersebut harus bersifat logis (*ma'qulat*) dan sesuai dengan kasus hukum yang dihadapi;
  - 2) *Kemaslahatan* tersebut harus menjadi acuan dalam memelihara sesuatu kebutuhan yang prinsip dalam kehidupan dan menghilangkan kesulitan;
  - 3) *Kemaslahatan* tersebut harus sejalan dengan ruh *syariat* dan tidak boleh bertentangan dengan *nash* yang *qath'i*.
3. Sejarah Perkembangan *Maslahah*

Pada masa sahabat, penentuan hukum yang berlandaskan *masalah* ditentukan dengan mudah tanpa adanya kebimbangan. Selama penentuan hukum tersebut berkaitan dengan *kemaslahatan* manusia dan didalamnya terdapat tujuan dari *syara'*. pembentukan hukum *masalah* ini semakin terlihat ketika perluasan daerah kekuasaan Islam terjadi, karena pada saat itu banyak ditemukan penentuan *masalah* yang belum ada ketika masa Rasulullah saw. Salah satu contohnya adalah tindakan Abu Bakar yang mengumpulkan Al-qur'an menjadi satu mushaf setelah terjadi perang Yamamah yang banyak menelan korban dari penghafal al-Qur'an.<sup>110</sup>

Memasuki masa *Tabi'in*, para *tabi'in* juga sudah melakukan amalan-amalan yang berkaitan dengan *masalah*, bahkan melebihi apa yang dilakukan oleh para sahabat. Hal ini dilakukan karena dorongan yang kuat untuk melakukannya. Salah satu contohnya, aktifitas para ulama pada masa khalifah Umar ibn 'Abd al-aziz, yang pada saat itu

---

<sup>110</sup> Nawir Yuslem, *al-Burhan fi Ushul Fiqh Kitab Induk Usul Fikih* (Bandung: Citapustaka Media, 2007), 140

melakukan pengumpulan Hadist dan ilmu-ilmu Hadist serta mengkoordinasikanya.<sup>111</sup>

Pada masa Ulama Mazhab, para Ulama Mazhab seperti Imam Malik, Imam Ahmad ibn Hanbal, Imam al-Syafi'i dan imam Abu Hanifah juga mempraktikkan *maslahah* dalam Mazhab mereka. Imam Malik merupakan Ulama Mazhab yang paling banyak menjadikan *maslahah* sebagai dasar penentuan hukum *syara'*. Selain Imam Malik, Abu Zahrah dalam bukunya menyatakan bahwa sesungguhnya para *fukaha* dari kalangan mazhab Hanbali memandang *maslahah* sebagai dasar dari perumusan suatu hukum. Imam al-Syafi'i walaupun dipandang sebagai imam yang tertib dalam menggunakan *maslahah* namun dinyatakan dalam penelitian al-Juwani, bahwa Imam al-Syafi'i membenarkan perumusan hukum yang berdasarkan pada *maslahah*. Sedangkan Abu Hanifa, Ulama Mazhab tertua jika dibandingkan dengan Ulama Mazhab lainnya lebih sering melakukan *ijtihad* dalam pembentukan hukum juga menggunakan *istislah*, Selain itu abu Hanifah juga terkadang mempertimbangkan *maslahah* dalam melakukan *ijtihad*.<sup>112</sup>

#### 4. Kehujahan *Maslahah Mursalah* Sebagai Dalil Hukum

Dalam menyikapi *maslahah mursalah* sebagai dalil hukum, terdapat empat kelompok yang berbeda di antaranya, kelompok pertama

---

<sup>111</sup> Nawir Yuslem, *al-Burhan fi Ushul Fiqh Kitab Induk Usul Fikih* (Bandung: Citapustaka Media, 2007), 143

<sup>112</sup> Nawir Yuslem, *al-Burhan fi Ushul Fiqh Kitab Induk Usul Fikih* (Bandung: Citapustaka Media, 2007), 150

adalah kelompok yang menolak eksistensi *masalah mursalah*. Kelompok ini diwakili oleh al-Qadi dan sebagian ulama usul fikih. Kelompok kedua menerima secara mutlak eksistensi dari *masalah mursalah*. Kelompok ini diwakili oleh Malik. Kelompok ketiga, dapat menerima eksistensi *masalah mursalah* namun dengan adanya syarat. Kelompok ini diwakilkan oleh al-Juwaini. Dan kelompok yang terakhir dipegang oleh al-Ghazali, yang menerima eksistensi *masalah mursalah* namun hanya pada permasalahan yang bersifat *daruri* (darurat).<sup>113</sup>

Menurut al-isnawi asy-Syafi'i memiliki pemikarn yang berbeda. Baginya ada tiga pendapat mengenai *masalah mursalah*. Pendapat pertama disuarakan oleh Ibn al-Hajib dan al-Amidi, menyatakan bahwa *masalah mursalah* tidak dapat diterima sebagai dalil untuk menyimpulkan hukum atas suatu masalah. Pendapat kedua menyatakan bahwa *masalah mursalah* dapat dijadikan sebagai dalil, pendapat ini disuarakan oleh Malik. Kemudian pendapat ketiga disuarakan oleh al-Ghazali dan al-Baidawi, bahwa *masalah murslah* itu hanya digunakan disaat darurat saja.<sup>114</sup>

---

<sup>113</sup> Imron Rosyadi, "Maslahah Mursalah Sebagai Dalil Hukum," *SUHUF*, No.1(2012): 23  
<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/2910/2.%20IMRON%20ROSYADI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<sup>114</sup> Imron Rosyadi, "Maslahah Mursalah Sebagai Dalil Hukum," *SUHUF*, No.1(2012): 23  
<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/2910/2.%20IMRON%20ROSYADI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaturan *Social Commerce* di Indonesia dan Malaysia**

##### **1. Pengaturan Perdagangan Elektronik di Indonesia**

Berkembang dan meluasnya kegiatan elektronik memberikan dampak positif kepada masyarakat Indonesia, mulai dari memberikan informasi kepada masyarakat juga mempermudah aktivitas sehari-hari seperti bekerja, dan memenuhi kebutuhan. Di samping memberikan dampak positif, perkembangan teknologi juga memberikan dampak negatif. Kekhawatiran akan adanya penyalahgunaan teknologi oleh oknum tidak bertanggung jawab lazim terjadi dalam kehidupan masyarakat. Oleh sebab itu peran pemerintah untuk melindungi masyarakat sangat dibutuhkan agar dapat merancang regulasi-regulasi yang dapat melindungi masyarakat, dalam memanfaatkan perkembangan teknologi. Indonesia memiliki beberapa regulasi yang mengatur jalannya transaksi dalam media elektronik, di antaranya:

##### **a. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik**

Dalam mengawasi jalannya perdagangan elektronik di Indonesia, pemerintah merancang Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dengan tujuan agar masyarakat Indonesia dapat mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkan teknologi tanpa khawatir tidak adanya perlindungan.

Undang-undang ini memiliki peran penting dalam perdagangan elektronik, untuk mengatur dan melindungi data pribadi masyarakat Indonesia selaku konsumen. Walaupun tidak hanya fokus pada perlindungan data pribadi, namun undang-undang ini memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai perlindungan terhadap data elektronik dan informasi-informasi pribadi yang digunakan dalam melakukan transaksi perdagangan elektronik.<sup>115</sup>

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disahkan pada tanggal 21 April 2008. Undang-undang ini terdiri dari 13 bab dan 54 pasal.<sup>116</sup> Adapun sistematikanya sebagai berikut<sup>117</sup>:

### 3.1 Beberapa bagian Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

BAB	MATERI	PASAL
BAB I	Menjelaskan pengertian beberapa kegiatan yang berhubungan dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta keberlakuan undang-undang ini bagi masyarakat Indonesia baik yang ada di dalam wilayah Indonesia dan yang berada di luar	Pasal 1 dan 2
BAB II	Pemanfaatan teknologi dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi, sedangkan tujuan dari pemanfatannya adalah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional, meningkatkan efektivitas dan efisiensi	Pasal 3 dan 4

<sup>115</sup> Sagdiyah Fitri Andani Tambunan, Muhammad Irwan Padli Nusantara, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Di E-Commerce," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, No.1(2023): 7 <https://jurnal.minartis.com/index.php/jemb/article/view/915>

<sup>116</sup> Ria Safitri, "Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Bagi Perguruan Tinggi," *SALAM: Jurnal Sosial 7 Budaya Syar-i*, No.3(2018): 201 <https://www.academia.edu/download/68386404/pdf.pdf>

<sup>117</sup> Undang-Undang nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik Lembaran Negara Republik indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843

	<p>pelayanan publik serta memberikan rasa aman, keadilan dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara teknologi informasi</p>	
BAB III	<p>Informasi dan/atau dokumen elektronik merupakan alat bukti yang sah apabila menggunakan sistem elektronik yang diatur dalam undang-undang ini apabila diwajibkan untuk memiliki dokumen asli atau tertulis maka dokumen tetap dianggap sah jika dokumen tersebut dapat diakses dan ditampilkan. Penerimaan dan pengiriman informasi elektronik ditentukan oleh waktu informasi tersebut sudah dikirim dan diterima dalam sistem elektronik yang sudah ditentukan.</p> <p>Pelaku usaha yang memperdagangkan produk melalui elektronik harus memberikan informasi berkaitan dengan produk dengan lengkap, setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi oleh lembaga sertifikasi keandalan.</p> <p>Syarat tanda tangan elektronik dianggap sah diantaranya data pembuatan tanda tangan elektronik terkait hanya kepada penanda tangan, Data p[enanda tangan pada saat membuat tanda tangan ada dalam kuasa penanda tangan, Semua perubahan terhadap tanda tangan elektronik dan informasi terkait tanda tangan setelah penanda tangan dapat diketahui, terdapat cara tertentu untuk mengidentifikasi siapa tanda tangan dan persetujuan pemberi tanda tangan elektronik yang terkait.</p> <p>Siapa pun pihak yang terlibat dalam penanda tangan elektronik wajib mengamankan tanda tangan yang ia gunakan, meliputi sistem yang tidak diakses oleh orang lain, prinsip kehati-hatian agar data pemilik tanda tangan tidak digunakan secara tidak sah, apabila terjadi pembobolan, penanda tangan harus memberitahu secepatnya kepada sistem penyelenggara tanda tangan elektronik atau siapa pun yang mempercayai keabsahan tanda tangan elektronik tersebut.</p> <p>Penanda tangan harus memastikan bahwa tanda tangan yang dibubuhi dalam sertifikat elektronik memiliki informasi yang benar.</p>	<p>Pasal 5 hingga Pasal 12</p>
BAB IV	<p>Semua orang berhak menggunakan jasa sertifikasi elektronik untuk membuat tanda tangan elektronik, tanda tangan elektronik harus sesuai dengan identitas pemiliknya, terdapat dua penyelenggara sertifikasi elektronik di Indonesia yaitu Penyelenggara</p>	<p>Pasal 13 hingga Pasal 16 Bagian 1 Penyelenggaraan Sertifikasi</p>

	<p>Sertifikasi Elektronik Indonesia dan Penyelenggara Sertifikasi Elektronik Asing, Penyelenggara Sertifikasi Elektronik harus berbadan hukum, berdomisili dan terdaftar di Indonesia.</p> <p>Penyelenggara sertifikasi elektronik harus menyediakan informasi yang akurat mengenai metode yang digunakan untuk mengidentifikasi penanda tangan, hal yang dapat digunakan untuk mengetahui data diri pembuat tanda tangan elektronik dan hal yang dapat digunakan untuk menunjukkan keberlakuan dan keamanan tanda tangan elektronik.</p> <p>Setiap penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman, serta bertanggung jawab dengan penyelenggaraan sistem elektroniknya.</p> <p>Penyelenggaraan sistem elektronik wajib mengoperasikan sistem elektronik yang memenuhi persyaratan yang telah diatur dalam undang-undang ini.</p>	<p>Elektronik (Pasal 13 dan 14)</p> <p>Bagian 2</p> <p>Penyelenggaraan Sistem Elektronik (Pasal 15 dan 16)</p>
BAB V	<p>Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan secara publik dan privat dalam melakukan transaksi elektronik harus beritikad baik.</p> <p>Transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak dianggap mengikat para pihak, sistem hukum transaksi internasional yang dilakukan dapat dipilih oleh para pihak, para pihak juga berwenang menetapkan forum pengadilan, arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa, apabila sistem hukum tidak dipilih maka hukum yang diterapkan adalah hukum yang berlaku pada asas Hukum Perdata Internasional. Selain itu sistem elektronik yang akan digunakan dalam transaksi harus disepakati oleh kedua belah pihak</p>	<p>Pasal 17 hingga Pasal 22</p>
BAB VI	<p>Masyarakat dan pemerintah dapat mengelola nama domain, apabila terjadi perselisihan pengelolaan nama domain oleh masyarakat pengelolaan nama domain akan diserahkan kepada pemerintah untuk sementara sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan pengelolaan nama domain yang berada di luar Indonesia dan nama domain yang diregistrasi siaku keberadaannya,.</p> <p>Informasi elektronik yang yang disusun menjadi karya intelektual dilindungi sebagai hak kekayaan intelektual.</p> <p>Penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus</p>	<p>Pasal 23 hingga Pasal 26</p>

	dilakukan atas persetujuan pemilik data.	
BAB VII	<p>Perbuatan yang dilarang diantaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mendistribusikan atau membuat dapat diaksesnya dokumen elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan, dokumen elektronik yang memiliki muatan perjudian, dokumen elektronik yang bermuatan penghinaan atau pencemaran nama baik, dokumen elektronik yang berisi pemerasan atau pengancaman.</li> <li>✓ Secara sengaja menyebarkan berita bohong yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik dan secara sengaja menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian tertentu.</li> <li>✓ Secara sengaja mengirimkan informasi elektronik berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti.</li> <li>✓ Secara sengaja mengakses komputer milik orang lain dengan cara apapun dengan tujuan untuk memperoleh informasi elektronik dan dengan cara melanggar, menerobos atau melampaui sistem pengamanan.</li> <li>✓ Secara sengaja melakukan penyadapan atas informasi elektronik pada komputer orang lain, dan membagikan informasi elektronik yang tidak bersifat publik kecuali untuk mengakkan hukum.</li> <li>✓ Dengan sengaja melakukan pemindahan, perubahan, menghilangkan atau menyembunyikan suatu informasi elektronik milik orang lain atau publik, memindahkan atau membagikan informasi elektronik orang lain kepada pihak lain yang tidak memiliki hak atas informasi tersebut.</li> <li>✓ Secara sengaja melakukan tindakan apapun yang mengakibatkan sistem elektronik tidak bekerja sebagaimana mestinya.</li> <li>✓ Secara sengaja memproduksi dan menjual perangkat keras atau lunak komputer yang digunakan untuk melakukan tindak pidana yang telah disebutkan sebelumnya.</li> <li>✓ Secara sengaja melakukan penipuan atau manipulasi terhadap informasi teknologi agar dianggap informasi yang otentik.</li> <li>✓ Secara sengaja melakukan tindak pidana yang telah disebutkan sebelumnya baik di luar maupun di Indonesia yang mengakibatkan kerugian bagi orang lain.</li> </ul>	Pasal 27 hingga Pasal 37

BAB VIII	<p>Penyelesaian Sengketa</p> <p>Gugatan dapat diajukan setiap orang kepada pihak penyelenggara sistem elektronik yang menimbulkan kerugian, gugatan juga dapat diwakilkan. Gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, selain penyelesaian melalui gugatan, sistem arbitrase atau lembaga penyelesaian alternatif juga dapat diterapkan</p>	Pasal 38 dan 39
BAB IX	<p>Peran Pemerintah dan Peran Masyarakat</p> <p>Pemerintah memberikan fasilitas pemanfaatan teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik, melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi dan Transaksi Elektronik, menetapkan instansi atau institusi yang memiliki data elektronik strategis yang wajib dilindungi.</p> <p>Masyarakat dapat berperan meningkatkan pemanfaatan Teknologi Informasi melalui penggunaan dan Penyelenggaraan Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik sesuai dengan ketentuan undang-Undang ini.</p>	Pasal 40 dan 41
BAB X	<p>Penyidikan terhadap tindak pidana sebagaimana dimaksud Undang-Undang ini dilakukan berdasarkan ketentuan dalam Hukum Acara Pidana dan ketentuan dalam Undang-Undang ini.</p> <p>Penyidik dilakukan oleh Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan Pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik, penyidikan dilakukan dengan cara memperhatikan layanan publik, integritas data, atau keutuhan data sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, penggeledahan dan penyitaan terhadap sistem elektronik harus mendapatkan izin dari ketua pengadilan negeri setempat, penyidikan juga wajib menjaga terpeliharanya kepentingan pelayanan umum, mengenai penangkapan dan penahanan, penyidik melalui penuntut umum wajib meminta penetapan ketua pengadilan negeri setempat dalam waktu satu kali dua puluh empat jam.</p> <p>Alat bukti ditentukan oleh undang-undang ini.</p>	Pasal 42 hingga Pasal 44
BAB XI	<p>Ketentuan Pidana</p> <p>✓ Mendistribusikan informasi elektronik bermuatan yang melanggar kesusilaan, perjudian, pencemaran nama baik atau pengancaman dapat dipidana paling lama penjara 6 tahun atau denda</p>	Pasal 45 hingga Pasal 52

	<p>paling banyak 1 miliar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sengaja menyebarkan berita bohong dan ujaran kebencian dipidana penjara paling lama 6 tahun dan denda paling banyak 1000.000.000</li> <li>✓ Mengirim informasi berisi ancaman kekerasan secara pribadi dipidana paling lama 12 tahun dan denda paling banyak 2000.000.000.</li> <li>✓ Sengaja mengakses komputer atau sistem elektronik orang lain tanpa izin dipidana penjara paling lama 6 tahun dan denda paling banyak 600.000.000.</li> <li>✓ Sengaja mengakses komputer atau sistem elektronik orang lain untuk mendapatkan informasi elektronik dipidana penjara paling lama 7 tahun dan denda paling banyak 700.000.000.</li> <li>✓ Secara sengaja mengakses komputer atau sistem elektronik orang lain dengan cara menjebol sistem keamanan dipidana penjara paling lama 8 tahun dan denda paling banyak 800.000.000.</li> <li>✓ Secara sengaja melakukan penyadapan atas informasi elektronik dalam komputer milik orang lain dipidana penjara selama 10 tahun dan denda paling banyak 800.000.000.</li> <li>✓ Secara sengaja mengurangi, menghilangkan dan menyembunyikan suatu informasi elektronik dipidana penjara selama 8 tahun dan denda paling banyak 2000.000.000.</li> <li>✓ Secara sengaja memindahkan informasi elektronik kepada sistem elektronik milik orang lain dipidana penjara paling lama 9 tahun dan denda paling banyak 3000.000.000</li> <li>✓ Secara sengaja mengakibatkan terbukanya suatu informasi elektronik menjadi dapat diakses oleh publik dipidana penjara paling lama 10 tahun dan denda paling banyak 5000.000.000.</li> <li>✓ Secara sengaja memproduksi, menjual atau mendistribusikan perangkat keras atau lunak yang dirancang khusus untuk melakukan tindak pidana pasal 27 sampai 33 dipidana penjara paling lama 10 tahun dan denda paling banyak 10.000.000.000.</li> <li>✓ Secara sengaja melakukan manipulasi, perubahan, penghilangan informasi elektronik agar informasi tersebut dapat terlihat otentik dipidana paling lama 12 tahun dan didenda paling banyak 12.000.000.000.</li> </ul>	
--	--	--

	✓ Secara sengaja melakukan perbuatan sebagaimana yang dimaksud dari pasal 27 sampai 34 dan mengakibatkan kerugian bagi orang lain dipidana penjara paling lama 12 tahun dan denda paling banyak 12.000.000.000.	
BAB XII	Ketentuan Peralihan	Pasal 53
BAB XIII	Ketentuan Penutup	Pasal 54

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan undang-undang *cyberlaw* Indonesia. Diharapkan dari undang-undang ini dapat mengatur dan mengawasi dunia digital yang digunakan oleh masyarakat Indonesia juga memberikan hukuman jera kepada pelaku kejahatan *cyber*. Undang-undang ini tidak hanya ditujukan kepada individu tertentu melainkan juga ditujukan kepada setiap orang yang melanggar aturan yang tertera di dalam undang-undang tersebut.<sup>118</sup>

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, sudah mengalami beberapa perubahan, di antaranya perubahan pada tahun 2016 di mana dalam perubahan tersebut memberikan penjelasan dan pengaturan lebih rinci mengenai perlindungan data pribadi dalam melakukan perdagangan elektronik, serta memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk mengatur dan melindungi masyarakat selaku konsumen dari resiko penyalahgunaan data dan informasi pribadi. Kemudian pada awal tahun 2024 kembali disahkan perubahan terbaru Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sehingga menjadi Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024

<sup>118</sup> Wahyu Agus Winarno, "Sebuah Kajian Pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)," *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, No.1(2011): 44  
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1207>

tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pada perubahan tersebut terdapat beberapa norma pasal yang berhubungan dengan elektronik seperti alat bukti, sertifikat elektronik, transaksi serta perbuatan-perbuatan yang dilarang dalam menggunakan elektronik, yang disempurnakan agar tidak menimbulkan kebingungan. Perubahan terhadap undang-undang ini diharapkan agar dapat menciptakan ruang digital yang bersih dan sehat bagi masyarakat Indonesia.<sup>119</sup>

#### **b. Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi**

Di Indonesia, regulasi terkait perlindungan data pribadi saat ini telah diatur dalam berbagai undang-undang, termasuk Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah mengalami perubahan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1971 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Kearsipan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang

---

<sup>119</sup> Leski Rizkinaswara, "Perubahan Kedua atas UU IE Wujudkan Kepastian Hukum Ruang Digital," *KOMINFO*, 5 Desember 2023, diakses 21 Februari 2024 <https://aptika.kominfo.go.id/2023/12/perubahan-kedua-atas-uu-ite-wujudkan-kepastian-hukum-ruang-digital/>

Kesehatan, dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan.<sup>120</sup>

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 mengenai Perlindungan Data Pribadi telah dibentuk dan disetujui oleh Presiden Republik Indonesia pada 17 Oktober 2022. Dibentuknya Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi bertujuan untuk melindungi data pribadi masyarakat yang dikelola oleh penyelenggara sistem elektronik, seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), serta untuk mencegah penyalahgunaan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Pentingnya menangani masalah kebocoran data harus menjadi fokus utama, serta solusi yang pasti dan aman harus segera ditemukan. Ini karena perkembangan terus-menerus dalam teknologi dan internet yang seringkali disertai dengan kejahatan. Perlindungan data menjadi penting bagi masyarakat untuk memastikan keamanan saat berinteraksi dengan teknologi dan internet. Kejahatan siber memiliki dampak yang signifikan pada individu, kelompok, dan bahkan negara, termasuk dalam bidang ekonomi, perbankan, politik, dan keamanan nasional.<sup>121</sup>

---

<sup>120</sup> Teddy Lesmana, Eva Elis dan Siti Hamimah, "Urgensi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Dalam Menjamin Keamanan Data Pribadi Sebagai Pemenuhan Hak Atas Privasi Masyarakat Indonesia," *Jurnal Rechten: Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia*, No.2(2022): 3 <https://rechten.nusaputra.ac.id/article/view/78>

<sup>121</sup> Muhammad Yudistira dan Ramadani, "Tinjauan Yuridis Terhadap Efektivitas Penanganan Kejahatan Siber Terkait Pencurian Data Pribadi Menurut Undang-Undang No.27 Tahun 2022 Oleh Kominfo," *UNES LAW REVIEW*, No.4(2023): 3808 <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/698>

Adapun sistematika penulisan Undang-Undang Nomor 27

Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi<sup>122</sup>:

### 3.2 Beberapa bagian Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi

BAB	MATERI	PASAL
BAB I	Ketentuan Umum Menjelaskan definisi dari Data Pribadi, Perlindungan Data Pribadi, Informasi, Pengendali Data Pribadi, Prosesor Data Pribadi, Subjek Data Pribadi, Setiap Orang, Korporasi, Badan Publik, Organisasi, Pemerintah Pusat. Pemberlakuan undang-undang ini bagi setiap pihak yang melakukan perbuatan hukum baik di Indonesia maupun di luar wilayah Indonesia.	Pasal 1 dan 2
BAB II	Asas terdiri dari: ✓ Perlindungan ✓ Kepastian hukum ✓ Kepentingan Umum ✓ Kemanfaatan ✓ Kehati-hatian ✓ Keseimbangan ✓ Pertanggungjawaban ✓ Kerahasiaan	Pasal 3
BAB III	Jenis Data Pribadi bigadi menjadi dua jenis yaitu data pribadi spesifik dan data pribadi umum. ✓ Data pribadi spesifik terdiri dari : Data dan informasi kesehatan, Data biometrik, Data Genetika, Catatan Kejahatan, Data anak, Data keuangan pribadi,. ✓ Data umum terdiri dari : Nama lengkap, Jenis kelamin, Kewarganegaraan, agama, Status perkawinan,.	Pasal 4
BAB IV	Hak Subjek Data Pribadi terdiri dari : Hak mendapatkan informasi tentang kejelasan identitas, dasar kepentingan hukum, tujuan permintaan dan pengguna data pribadi dan akuntabilitas pihak yang meminta data pribadi,. Hak untuk melengkapi, memperbaharui dan memperbaiki daya pribadi tetang dirinya. Hak mendapatkan akses dan salinan dari data	Pasal 5 hingga Pasal 15

<sup>122</sup> Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6820

	<p>pribadinya,  Hak untuk mengakhiri pemrosesan data.  Hak menarik kembali persetujuan pemrosesan data pribadi miliknya.  Hak mengajukan keberatan atas tindakan pengambilan putusan oleh pemrosesan otomatis.  Hak menunda atau membatasi pemrosesan data pribadi miliknya.  Hak untuk menggugat dan menerima ganti rugi atas pelanggaran pemrosesan data pribadi miliknya.  Hak mendapatkan atau menggunakan da pribadinya.</p>	
BAB V	<p>Pemrosesan Data Pribadi terdiri dari :  Pemerolehan dan pengumpulan data, pengolahan dan penganalisisan data, penyimpanan, perbaikan dan pembaruan, penampilan, pengumuman, transfer, penyeluruhan atau pengungkapan, serta penghapusan atau pemusnahan.  Pemasangan alat pemrosesan atau pengolah data visual diempat umum atau pada fasilitas pelayanan publik dilakukan dengan ketentuan dibuat untuk tujuan keamanan, harus menampilkan informasi pada area yang telah dipasang alat pemroses data dan tidak digunakan untuk mengidentifikasi orang.  Pemrosesan data pribadi dapat dilakukan oleh dua atau lebih pengendali data yang sudah memenuhi persyaratan sesuai dengan yang ada di dalam undang-undang ini.</p>	<p>Pasal 16 hingga  Pasal 18</p>
BAB VI	<p>Kewajiban Pengendali Data Pribadi Dan Prosesor Data Pribadi Dalam Pemrosesan Data Pribadi  Pengendali data dan prosesor data pribadi meliputi, setai orang, badan publik dan organisasi internasional. Adapun kewajiban pengendali data di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ wajib memiliki dasar pemrosesan data pribadi</li> <li>✓ Wajib menyampaikan informasi mengenai legalitas dari pemrosesan data, tujuan pemrosesan data, jenis dan relevansi data yang akan diproses, jangka waktu retensi dokumen yang memuat data pribadi, rincian mengenai informasi yang dikumpulkan. Jangka waktu pemrosesan data pribadi dan hak subjek data.</li> <li>✓ Wajib mendapatkan persetujuan sebelum</li> </ul>	<p>Pasal 19 (Umum)  Pasal 20 hingga  Pasal 50  (Kewajiban Pengendali Data Pribadi)  Pasal 51 hingga  Pasal 54  (Kewajiban Proses Data Pribadi)</p>

	<p>melakukan pemrosesan data</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wajib menunjukkan bukti persetujuan yang telah diberikan oleh subjek data</li> <li>✓ Wajib memproses data secara terbatas, sah dan transparan</li> <li>✓ Wajib melakukan pemrosesan data sesuai dengan tujuan pemrosesan data</li> <li>✓ Wajib melakukan verifikasi untuk memastikan kelengkapan data</li> <li>✓ Wajib memperbaharui atau memperbaiki kesalahan data pribadi paling lambat 3 x 24 jam</li> <li>✓ Wajib melakukan perekaman terhadap seluruh kegiatan pemrosesan data</li> <li>✓ Wajib memberikan akses kepada subjek data terhadap data pribadinya</li> <li>✓ Wajib menolak memberikan akses perubahan terhadap data pribadi apabila membahayakan keamanan, atau kesehatan subjek data pribadi, berdampak pengungkapan data dan bertentangan dengan kepentingan pertahanan keamanan nasional</li> <li>✓ Wajib melakukan penilaian dampak perlindungan data pribadi</li> <li>✓ Wajib melindungi dan memastikan data pribadi yang diproses</li> <li>✓ Wajib menjaga kerahasiaan data</li> <li>✓ Wajib melakukan pengawasan terhadap setiap pihak yang terlibat</li> <li>✓ Wajib melindungi data pribadi dari pemrosesan yang tidak sah</li> <li>✓ Wajib mencegah data pribadi diakses secara tidak sah</li> <li>✓ Wajib menghentikan pemrosesan data pribadi dalam hal subjek data pribadi menarik kembali persetujuan pemrosesan</li> <li>✓ Wajib melakukan penundaan dan pembatasan pemrosesan data pribadi yang ditarik persetujuannya paling lambat 3 x 24 jam</li> <li>✓ Wajib mengakhiri pemrosesan data apabila masa retensi habis, tujuan pemrosesan data telah tercapai atau permintaan dari subjek data</li> <li>✓ Wajib menghapus dan memusnahkan data pribadi apabila sudah tidak diperlukan, telah terjadi penarikan persetujuan, permintan</li> </ul>	
--	---	--

	<p>subjek data dan data pribadi diperoleh dengan cara melawan hukum</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Wajib memberitahukan penghapusan data kepada subjek data</li> <li>✓ Wajib bertanggungjawab atas pemrosesan data</li> <li>✓ Wajib melaksanakan perintah lembaga dalam rangka penyelenggara perlindungan data pribadi</li> </ul> <p>Adapun kewajiban prosesor data di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Melakukan pemrosesan data sesuai dengan arahan pengendali data</li> <li>✓ Kewajiban pengendali data pribadi pada pasal 29, 31, 35, 36, 37, 38 dan 39 berlaku juga bagi prosesor data pribadi</li> </ul>	
BAB VII	<p>Transfer Data Pribadi</p> <p>Pengendali data pribadi dapat melakukan transfer data pribadi kepada pengendali data pribadi di luar wilayah hukum negara Indonesia dengan ketentuan pengendali data harus memastikan bahwa negara pengendali lain tersebut aman</p>	<p>Pasal 55 (Transfer Data Pribadi Dalam Wilayah Hukum Negara Republik Indonesia)</p> <p>Pasal 56 (Transfer Data ke Luar Wilayah Hukum Negara Republik Indonesia)</p>
BAB VIII	<p>Sanksi Administratif yang diberikan terdiri dari : Peringatan tertulis, penghentian sementara kegiatan pemrosesan data pribadi, penghapusan data pribadi dan denda administratif</p>	Pasal 57
BAB IX	<p>Kelembagaan</p> <p>Untuk mewujudkan penyelenggaraan Perlindungan Data Pribadi oleh Pemerintah dibentuklah suatu lembaga yang ditetapkan oleh Presiden yang ketentuan tugas dan wewenangnya diatur dalam undang-undang ini</p>	Pasal 58 hingga Pasal 61
BAB X	<p>Kerja sama Internasional dilakukan oleh Pemerintah dengan Pemerintah dari negara lain atau Organisasi Internasional terkait dengan Perlindungan Data Pribadi, dalam hal pelaksanaan dilakukan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan prinsip hukum internasional</p>	Pasal 62
BAB XI	<p>Partisipasi Masyarakat dapat dilakukan dengan melalui pendidikan, pelatihan advokasi,</p>	Pasal 63

	sosialisasi dan pengawasan	
BAB XII	Penyelesaian Sengketa dan Hukum Acara dapat dilaksanakan melalui arbitrase, pengadilan, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif, penyelesaian dilaksanakan dengan hukum acara yang berlaku sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, persidangan dalam penyelesaian sengketa dilakukan secara tertutup	Pasal 64
BAB XIII	Larangan Dalam Penggunaan Data Pribadi di antaranya : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Larangan memperoleh data pribadi yang bukan miliknya dengan tujuan menguntungkan diri atau merugikan subjek data</li> <li>✓ Larangan mengungkapkan data pribadi yang bukan miliknya</li> <li>✓ Larangan menggunakan data pribadi yang bukan miliknya</li> <li>✓ Larangan membuat data pribadi palsu dengan tujuan menguntungkan diri atau merugikan orang lain</li> </ul>	Pasal 65 dan 66
BAB XIV	Ketentuan Pidana : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Secara sengaja memperoleh data pribadi yang bukan miliknya untuk menguntungkan diri sendiri yang merugikan subjek pemilik data dipidana penjara paling lama 5 tahun dan denda paling paling banyak 5000.000.000</li> <li>✓ Secara sengaja mengungkapkan data pribadi yang bukan miliknya dipidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak 4000.000.000</li> <li>✓ Secara sengaja menggunakan data pribadi yang bukan miliknya dipidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak 5000.000.000</li> <li>✓ Secara sengaja membuat data pribadi palsu dengan maksud menguntungkan diri sendiri dan merugikan orang lain dipidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau pidana denda paling banyak 6000.000.000</li> </ul>	Pasal 67 hingga Pasal 73
BAB XV	Ketentuan Peralihan	Pasal 74 dan 75
BAB XVI	Ketentuan Penutup	Pasar 76

Namun, tampaknya ketentuan-ketentuan hukum tersebut masih terlalu umum dan belum memadai dalam memberikan

perlindungan yang optimal terhadap data pribadi sebagai bagian dari hak privasi, hal ini bisa dilihat dari belum adanya ketentuan mengenai pembatasan informasi atau dokumen terkait data pribadi yang akan digunakan atau diproses nantinya, kemudian belum adanya ketentuan mengenai data sensitif seseorang yang boleh diproses dan digunakan oleh para pengguna data. Selain itu kurangnya penegakan dan sanksi yang efektif bagi oknum-oknum yang melakukan tindak pidana juga menjadi alasan kurang optimalnya perlindungan terhadap data pribadi masyarakat. Akibat dari umumnya peraturan tersebut memunculkan berbagai insiden kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi. Belakangan ini kebocoran data pribadi dan peretasan sangat mengkhawatirkan, di mana data pribadi menjadi target menarik bagi pihak yang tidak bertanggung jawab. Terutama dengan peningkatan penggunaan perangkat elektronik selama pandemi Covid-19. Beberapa kasus yang tercatat meliputi kasus terbaru pada Januari 2022 di mana data dari Bank Indonesia diretas oleh grup *Ransomware Conti*<sup>123</sup> melalui platform keamanan siber *Dark Tracer*<sup>124, 125</sup>. Dilanjutkan dengan kasus selanjutnya pada tanggal 18 Agustus 2022, terjadi kasus kebocoran data pelanggan Perusahaan

---

<sup>123</sup> Kelompok peretas Rusia yang mendukung Rusia dalam melawan Ukraina, menurut informasi yang bocor ke publik kelompok ini berbentuk seperti sebuah perusahaan yang beroperasi dan diatur layaknya perusahaan teknologi biasa

<sup>124</sup> Perusahaan keamanan siber inovatif yang didirikan untuk memenuhi kebutuhan akan layanan keamanan siber yang lebih baik, lebih andal, dan lebih dapat ditindaklanjuti pada tahun 2013

<sup>125</sup> Teddy Lesmana, Eva Elis dan Siti Hamimah, "Urgensi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Dalam Menjamin Keamanan Data Pribadi Sebagai Pemenuhan Hak Atas Privasi Masyarakat Indonesia," *Jurnal Rechten: Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia*, No.2(2022): 4 <https://rechten.nusaputra.ac.id/article/view/78>

Listrik Negara (PLN), dimana hampir sekitar 17 juta data pelanggan PLN berupa informasi ID pelanggan, nama pelanggan, alamat hingga informasi besarnya penggunaan listrik bocor dan dijual bebas di *Breached Forums*<sup>126</sup> oleh seorang pengguna yang memiliki inisial “Loliyta”. Dua hari setelah kebocoran data tersebut, tepat pada 20 Agustus 2022, terjadi kembali kebocoran data pengguna indihome. Hampir 26 juta riwayat pencarian milik pelanggan indihome diretas oleh “Bjorka” dan dijual bebas di *Breached Forums*.<sup>127</sup> Kebocoran data terus terjadi di Indonesia hingga tahun 2023, dari kebocoran data pengguna BPJS, kebocoran data Bank Syariah, kebocoran data paspor WNI hingga data KPU.<sup>128</sup> Hal ini membuktikan bahwa pengaturan Perlindungan Data Pribadi masih belum cukup untuk mengawasi dan menangani pencurian data pribadi masyarakat Indonesia.

Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi menetapkan sanksi hukum yang tegas bagi pelanggar perlindungan Data Pribadi, sebagaimana diatur dalam Pasal 67 ayat (1), (2), dan (3). Ayat (1) menyatakan bahwa setiap individu yang dengan sengaja dan melanggar hukum dengan memperoleh atau mengumpulkan Data Pribadi yang bukan miliknya untuk keuntungan pribadi atau orang

---

<sup>126</sup> Suatu situs yang digunakan sebagai media untuk diskusi secara daring yang diisi oleh para pengguna internet, namun situs ini juga sering dimanfaatkan oleh para peretas untuk melancarkan aksinya terkait pembobolan data pribadi, menjualnya serta membagikannya dalam situs tersebut

<sup>127</sup> Bill Clinton dan Yudha Pratomo, “Kasus Data Bocor di Indonesia Sepanjang 2022, dari PLN, Pertamina, Hingga aksi,” *Kompas.com*, 29 Desember 2022, diakses 2 Maret 2024 [https://tekno.kompas.com/read/2022/12/29/09020067/kasus-data-bocor-di-indonesia-sepanjang-2022-dari-pln-pertamina-hingga-aksi?page=all&lgn\\_method=google](https://tekno.kompas.com/read/2022/12/29/09020067/kasus-data-bocor-di-indonesia-sepanjang-2022-dari-pln-pertamina-hingga-aksi?page=all&lgn_method=google)

<sup>128</sup> Tangguh Yudha, “4 Kasus Kebocoran Data Paling Heboh di Tahun 2023,” *Okezone.techno*, 18 Desember 2023, diakses 3 Maret 2024 <https://techno.okezone.com/read/2023/12/18/54/2940876/4-kasus-kebocoran-data-paling-heboh-di-tahun-2023?page=all>

lain, sesuai dengan Pasal 65 ayat (1), dapat dihukum dengan pidana penjara maksimal 5 tahun dan/atau denda maksimal Rp5.000.000.000,00. Demikian juga, ayat (2) dan (3) mengatur sanksi hukum yang serupa untuk pelanggaran terhadap Pasal 65 ayat (2) dan (3), dengan pidana penjara maksimal 4 tahun dan/atau denda maksimal Rp4.000.000.000,00 serta pidana penjara maksimal 5 tahun dan/atau denda maksimal Rp5.000.000.000,00, berturut-turut.<sup>129</sup>

Sanksi hukum ini diberlakukan untuk menegakkan perlindungan hukum terhadap Data Pribadi warga negara dan menegakkan komitmen negara terhadap keadilan bagi seluruh warga negaranya. Sanksi pidana yang berat diharapkan dapat memberikan efek jera kepada pelaku pelanggaran penyalahgunaan Data Pribadi. Selain itu, regulasi ini bertujuan untuk mendukung dan memfasilitasi kegiatan masyarakat Indonesia yang berpotensi terkena dampak penyebaran Data Pribadi, sambil memastikan perlindungan hukum yang memadai.

### **c. Undang-Undang Perlindungan Konsumen**

Pengaturan mengenai perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan dalam pasal 1 bahwa perlindungan konsumen merupakan segala tindakan dan upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk

---

<sup>129</sup> Evelyn Angelita Pinondang Manurung dan Emmy Febriani Thali, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Data Pribadi Berdasarkan UU Nomor 27 Tahun 2022," *Jurnal Hukum Saraswati*, No.2(2022): 147 <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/JHS/article/view/5941>

memberikan perlindungan dan kepastian hukum terhadap konsumen. Kepastian hukum serta perlindungan yang diberikan berupa perlindungan undang-undang kepada para konsumen agar para pelaku usaha tidak sewenang-wenang dan merugikan hak-hak konsumen.<sup>130</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai disahkan pada tanggal 20 April tahun 1999. Undang-undang ini dibuat agar dapat melindungi konsumen, dan memberikan informasi-informasi penting bagi konsumen agar dapat menggunakan hak-hak mereka serta menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum yang lebih baik. Namun hingga saat ini Undang-Undang Perlindungan konsumen belum mengalami perubahan sejak tahun 1999, padahal semakin berkembangnya zaman, permasalahan mengenai perlindungan konsumen semakin berkembang dan membutuhkan peraturan yang lebih baik. Berikut sistematika penulisan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen<sup>131</sup>.

---

<sup>130</sup> Yanci Libria Fista, Aris Machmud dan Suartini, "Perlindungan Hukum konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum*, No.1(2023): 181  
<https://ejournal.hukumunkris.id/index.php/binamulia/article/view/599>

<sup>131</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

### 3.3 Beberapa bagian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

BAB	MATERI	PASAL
BAB I	Ketentuan umum menjelaskan definisi dari beberapa kalimat di antaranya perlindungan konsumen, konsumen, pelaku usaha, barang, jasa, promosi, impor, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, klausula baku, badan penyelesaian sengketa konsumen, badan perlindungan konsumen nasional, menteri yang ruang lingkup tugasnya meliputi bidang perdagangan	Pasal 1
BAB II	Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen bertujuan : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri</li> <li>✓ Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa</li> <li>✓ Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen</li> <li>✓ Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi</li> <li>✓ Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen</li> <li>✓ Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa</li> </ul>	Pasal 2 dan 3
BAB III	Hak dan Kewajiban <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hak konsumen mencakup kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang/jasa, pilihan barang/jasa yang sesuai dengan nilai tukar dan jaminan yang dijanjikan, informasi yang jelas tentang kondisi barang/jasa, pendengaran atas keluhan, advokasi dan perlindungan dalam penyelesaian sengketa, pembinaan konsumen, pelayanan yang jujur dan tidak diskriminatif, kompensasi jika barang/jasa tidak sesuai dengan kesepakatan, serta hak-hak lain yang diatur oleh undang-undang. Sedangkan Kewajiban konsumen meliputi</li> </ul>	Pasal 4 dan 5 (Hak dan Kewajiban konsumen) Pasal 6 dan 7 (Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha)

	<p>membaca dan mengikuti petunjuk pemakaian barang/jasa untuk keamanan, bertransaksi dengan itikad baik, membayar sesuai kesepakatan, dan mengikuti proses penyelesaian sengketa hukum dengan benar.</p> <p>✓ Hak pelaku usaha meliputi hak untuk menerima pembayaran sesuai kesepakatan, perlindungan hukum dari konsumen yang tidak beritikad baik, pembelaan diri dalam penyelesaian sengketa hukum, rehabilitasi nama baik jika kerugian konsumen tidak disebabkan oleh barang/jasa yang diperdagangkan, dan hak-hak lain yang diatur oleh undang-undang. Sedangkan Kewajiban pelaku usaha meliputi beritikad baik dalam kegiatan usaha, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi barang/jasa serta memberikan penjelasan tentang penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Mereka juga harus memperlakukan konsumen dengan benar, jujur, dan tanpa diskriminasi, menjamin mutu barang/jasa sesuai standar yang berlaku, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang/jasa, memberikan jaminan atau garansi, serta memberikan kompensasi atau penggantian atas kerugian yang timbul dari penggunaan barang/jasa yang mereka tawarkan, termasuk ketika barang/jasa tersebut tidak sesuai dengan perjanjian.</p>	
BAB IV	<p>Adapun larangan-larangan yang ditujukan kepada pelaku usaha diantaranya:</p> <p>✓ Pelaku usaha dilarang memproduksi dan memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan ketentuan undang-undang ini.</p> <p>✓ Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, persediaan farmasi yang rusak dan mempromosikan serta menjual barang atau jasa yang tidak benar keadaannya.</p> <p>✓ Pelaku usaha dilarang menawarkan atau mempromosikan barang atau jasa dengan harga khusus pada waktu tertentu namun tidak bermaksud menyediakannya seperti yang dikatakan</p> <p>✓ Pelaku usaha dilarang melakukan penipuan dengan janji memberikan hadiah namun tidak</p>	Pasal 8 hingga Pasal 17

	<p>diberikan serta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pelaku usaha dilarang menawarkan barang dengan cara undian namun tidak memberikan hadiah undian setelah batas waktu, tidak mengumumkan hasilnya di media massa, memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan, serta mengganti hadiah dengan hadiah yang tidak dijanjikan</li> <li>✓ Pelaku usaha dilarang untuk tidak menepati pesanan barang yang buat</li> <li>✓ Pelaku usaha periklanan dilarang membuat iklan yang menyesatkan tentang kualitas, jumlah, bahan, harga, atau waktu pengiriman barang dan jasa, jaminan, informasi yang tidak benar, atau yang tidak memberikan informasi tentang risiko penggunaan. Mereka juga dilarang menggunakan kejadian atau orang tanpa izin yang berwenang. Pelaku usaha periklanan juga tidak boleh menyebarkan iklan yang telah melanggar aturan tersebut.</li> </ul>	
BAB V	<p>Ketentuan Pencantuman Klausula Baku :</p> <p>Pelaku usaha dilarang menggunakan klausula baku dalam dokumen atau perjanjian yang mengalihkan tanggung jawab, menolak pengembalian barang atau uang, memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk tindakan sepihak, mengatur pembuktian atas kerugian, mengurangi manfaat atau kekayaan konsumen, menetapkan aturan baru tanpa persetujuan konsumen, atau memberikan kuasa untuk pembebanan hak atas barang yang dibeli secara angsuran. Selain itu Pelaku usaha tidak boleh menggunakan klausula baku yang sulit terlihat, sulit dibaca, atau sulit dimengerti. Klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang dinyatakan batal. Pelaku usaha harus menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang.</p>	Pasal 18
BAB VI	<p>Tanggung Jawab Pelaku Usaha :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pelaku usaha harus mengganti rugi kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan barang atau jasa yang mereka hasilkan atau perdagangkan. Ganti rugi bisa berupa pengembalian uang, penggantian barang atau jasa setara, perawatan kesehatan, atau santunan sesuai dengan hukum yang berlaku. Pembayaran ganti rugi dilakukan dalam 7 hari setelah transaksi. Meskipun ganti</li> </ul>	Pasal 19 hingga Pasal 28

	<p>rugi diberikan, pelaku usaha masih bisa dituntut secara pidana jika ada bukti kesalahan. Namun, jika pelaku usaha dapat membuktikan kesalahan tersebut adalah kesalahan konsumen, ketentuan ini tidak berlaku.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bertanggung jawab atas iklan yang dibuat</li> <li>✓ Importir barang bertanggungjawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri</li> <li>✓ Pelaku usaha bertanggung jawab untuk membuktikan ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana ganti rugi yang dijelaskan sebelumnya, apabila pelaku usaha menolak dan tidak memberi angapan atau tidak memenuhi ganti rugi maka pelaku usaha akan digugat</li> <li>✓ Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas klaim ganti rugi dan tuntutan konsumen jika: (a) pelaku usaha lain menjual barang dan/atau jasa kepada konsumen tanpa mengubahnya sama sekali, atau (b) pelaku usaha lain tidak menyadari perubahan yang dilakukan pada barang dan/atau jasa dalam transaksi jual-beli atau jika perubahan tersebut tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi yang telah ditetapkan.</li> <li>✓ Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan atau garansi yang disepakati</li> <li>✓ Pelaku usaha yang memproduksi barang terbebas dari tanggung jawab atas kerugian konsumen jika: (a) barang seharusnya tidak dijual atau diedarkan; (b) cacat barang muncul setelah pembelian; (c) cacat terjadi karena mematuhi standar kualitas barang; (d) kesalahan dilakukan oleh konsumen; (e) klaim diajukan lebih dari 4 tahun setelah pembelian atau melewati batas waktu yang disepakati.</li> </ul>	
BAB VII	<p>Pembinaan dan Pengawasan terhadap perlindungan konsumen dilaksanakan oleh para menteri</p> <p>Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen</li> <li>✓ Perkembangan lembaga perlindungan konsumen</li> </ul>	<p>Pasal 29 (Pembinaan) Pasal 30 (Pengawasan)</p>

	<p>swadaya masyarakat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Meningkatkan kualitas sumber daya manusia</li> </ul> <p>Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang/jasa yang beredar di pasaran. Apabila ditemukan barang/jasa yang menyimpang dari ketentuan peraturan perundang-undang maka menteri akan langsung mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.</p>	
BAB VIII	<p>Badan Perlindungan Konsumen Nasional, berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada presiden, fungsi dari badan ini adalah memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen, dalam menjalankan fungsinya badan perlindungan konsumen bekerja sama dengan badan perlindungan konsumen internasional. Untuk susunan anggota dan organisasi diatur dalam undang-undang ini.</p>	<p>Pasal 31 hingga Pasal 34 (Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas) Pasal 35 hingga Pasal 43 (Susunan Organisasi dan Keanggotaan)</p>
BAB IX	<p>Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki beberapa tugas di antaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menyebarkan informasi untuk meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban konsumen dalam mengkonsumsi barang/jasa</li> <li>✓ Memberikan nasihat kepada konsumen</li> <li>✓ Bekerjasama dengan instansi terkait upaya mewujudkan perlindungan konsumen</li> <li>✓ Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, juga menerima keluhan dan aduan konsumen</li> <li>✓ Melakukan pengawasan bersama pemerintah</li> </ul>	<p>Pasal 44</p>
BAB X	<p>Penyelesaian Sengketa dapat ditempuh melalui pengadilan dan di luar pengadilan, apabila penyelesaian dilakukan di luar pengadilan tidak akan menghilangkan tanggung jawab pidana, apabila penyelesaian di luar pengadilan tidak berhasil boleh dipindahkan ke Pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen di luar Pengadilan dilakukan untuk mencapai kesepakatan mengenai besarnya ganti rugi atau tindakan untuk menjamin tidak terulangnya kerugian oleh konsumen. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan mengacu pada ketentuan peradilan umum yang berlaku.</p>	<p>Pasal 45 dan 46 (Umum) Pasal 47 (Penyelesaian Sengketa diluar Pengadilan) Pasal 48 (Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan)</p>
BAB XI	<p>Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dibentuk oleh pemerintah di Daerah Tingkat II untuk</p>	<p>Pasal 49 hingga Pasal 58</p>

	<p>menyelesaikan sengketa di luar pengadilan. Tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Melaksanakan penanganan dan penyelesaian perlindungan konsumen melalui mediasi atau arbitrase</li> <li>✓ Memberikan konsultasi perlindungan konsumen</li> <li>✓ Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku</li> <li>✓ Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran</li> <li>✓ Menerima pengaduan terjadinya pelanggaran</li> <li>✓ Melakukan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen</li> <li>✓ Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran</li> <li>✓ Memanggil dan menghadirkan saksi</li> <li>✓ Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli</li> <li>✓ Menilai alat bukti</li> <li>✓ Menetapkan ada tidaknya kerugian</li> <li>✓ Membertahukan putusan keada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran</li> <li>✓ Menjatuhkan sanksi administratif.</li> </ul> <p>Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat 21 hari kerja setelah gugatan diterima</p>	
BAB XII	<p>Penyidikan dilakukan oleh Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia dan Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen.</p> <p>Wewenang penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil meliputi Melakukan pemeriksaan kebenaran laporan dan keterangan terkait tindak pidana perlindungan konsumen; menyelidiki individu atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana perlindungan konsumen; meminta keterangan dan bukti dari individu atau badan hukum terkait kasus pidana perlindungan konsumen; memeriksa pembukuan, catatan, dan dokumen terkait tindak pidana perlindungan konsumen; melakukan inspeksi di lokasi yang diduga terdapat bukti dan menyita barang bukti terkait pelanggaran perlindungan konsumen; serta meminta bantuan ahli untuk penyelidikan tindak pidana perlindungan konsumen.</p>	Pasal 59

BAB XIII	Sanksi dibagi menjadi dua yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana Sanksi administratif dijatuhkan kepada pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26 berupa penetapan ganti rugi paling banyak 200.000.000 Sanksi Pidana : Bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak 2000.000.000 Bagi pelaku usaha yang melanggar Pasal 11, 12, 13 ayat (1), 14, 16 dan 17 ayat (2) huruf (d) dan (f) dipidana penjara paling lama 2 tahun dan/atau denda paling banyak 500.000.000	Pasal 60 (Sanksi administratif) Pasal 61 hingga Pasal 63 (Sanksi Pidana)
BAB XIV	Ketentuan Peralihan	Pasal 64
BAB XV	Ketentuan Penutup	Pasal 65

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pasal 2 disebutkan beberapa asas-asas perlindungan konsumen di antaranya<sup>132</sup>:

- 1) Asas Manfaat, asas ini merujuk kepada kemanfaatan yang harus didapatkan baik oleh konsumen juga pelaku usaha dalam segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha.
- 2) Asas Keadilan, asas ini mewajibkan agar konsumen maupun pelaku usaha harus memperoleh haknya dan juga melaksanakan kewajibanya secara adil.

<sup>132</sup> Alfina Maharani dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Letarature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, No.6(2021): 662 <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/607>

- 3) Asas Keseimbangan, asas ini berupaya untuk menyeimbangkan kepentingan konsumen, kepentingan pelaku usaha dan kepentingan pemerintah.
- 4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, dalam menggunakan layanan atau jasa serta pemakaian barang atau produk, pihak konsumen harus diberikan jaminan perlindungan dan keselamatan.
- 5) Asas Kepastian Hukum, dalam menjalankan transaksi penjualan dan pembelian, pelaku usaha dan konsumen harus saling menaati peraturan yang sudah dibuat agar memperoleh perlindungan yang adil dan kepastian hukum yang dilindungi oleh negara.

Terkadang dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian, konsumen memiliki posisi yang lemah dibandingkan pelaku usaha, hal ini sebenarnya disebabkan karena konsumen belum memahami dengan benar apa saja yang menjadi hak mereka, dan bagi para konsumen masalah-masalah kerugian yang terjadi kepada mereka hanyalah persoalan biasa saja. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan beberapa hak-hak konsumen di antaranya<sup>133</sup>:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa;

---

<sup>133</sup> Lihat Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dengan adanya hak-hak tersebut seharusnya para konsumen dapat mempelajari dan memahami hak-hak yang diberikan kepada mereka, apabila konsumen tidak memahami dengan baik apa saja yang menjadi hak mereka, maka akan menimbulkan permasalahan-permasalahan yang merugikan bagi mereka. Selain memahami hak-hak yang dimiliki, konsumen juga harus melakukan kewajiban-

kewajiban mereka agar terciptanya keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Adapun kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi oleh konsumen di antaranya<sup>134</sup>:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut;

Agar terciptanya keseimbangan dan keadilan antara konsumen dan para pelaku usaha, negara juga memberikan hak serta kewajiban bagi pelaku usaha. Hal ini dilakukan agar tidak memberikan keuntungan sepihak saja bagi para konsumen namun juga memberikan keuntungan yang sewajarnya bagi para pelaku usaha dan memberikan perlindungan yang sama seperti perlindungan yang diberikan kepada para konsumen. Adapun beberapa hak bagi pelaku usaha yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di antaranya<sup>135</sup>:

---

<sup>134</sup> Lihat Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

<sup>135</sup> Lihat Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun beberapa kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha di samping menerima hak-hak tersebut, di antaranya<sup>136</sup>:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatannya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

---

<sup>136</sup> Lihat Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

- 4) Menjamin mutu barang dan/jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pasal selanjutnya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mulai membahas aspek perlindungan konsumen yang berkaitan dengan tindakan yang dilarang bagi pelaku usaha terhadap konsumen. Larangan-larangan tersebut dijelaskan dalam Pasal 8 hingga Pasal 17. Apabila didapatkan barang atau produk yang tidak sesuai dengan apa yang terangkan dalam informasi produk, atau produk-produk yang melanggar ketentuan-ketentuan dalam undang-undang ini namun tetap diperdagangkan, maka hukum akan diterapkan sesuai ketentuan dalam pasal-pasal tersebut. Selain itu

dalam pasal-pasal tersebut juga menjelaskan larangan mengenai iklan-iklan produk menyesatkan dan merugikan konsumen.<sup>137</sup>

Kemudian diatur juga mengenai pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap barang atau produk serta layanan yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha. Hal ini berlaku apabila pelaku usaha menimbulkan kerugian berupa kerusakan barang atau produk yang telah ia janjikan kepada konsumen. Hal ini diatur dalam Pasal 19 hingga pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.<sup>138</sup>

Untuk mengoptimalkan perlindungan terhadap konsumen di Indonesia, pemerintah juga menyediakan Badan/Lembaga untuk membantu menegakkan keadilan bagi para konsumen. Badan/Lembaga tersebut diatur dengan jelas dalam pasal 31 hingga pasal 43. Kedua badan/lembaga tersebut adalah Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Badan Perlindungan Konsumen Nasional merupakan badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.<sup>139</sup> Sedangkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, merupakan lembaga non-

---

<sup>137</sup> Diky Pariadi, "Pengawasan *E Commerce* Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Hukum & Pembangunan*, No.3(2018): 654  
<https://scholarhub.ui.ac.id/jhp/vol48/iss3/10/>

<sup>138</sup> Diky Pariadi, "Pengawasan *E Commerce* Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Hukum & Pembangunan*, No.3(2018): 654  
<https://scholarhub.ui.ac.id/jhp/vol48/iss3/10/>

<sup>139</sup> Lihat Pasal 1 Ayat 12 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.<sup>140</sup>

Badan Perlindungan konsumen Nasional memiliki fungsi untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah guna mendukung upaya pengembangan perlindungan konsumen di Indonesia<sup>141</sup> Selain itu terdapat juga beberapa tugas yang dimiliki oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional di antaranya<sup>142</sup>:

- 1) Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- 2) Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- 3) Melakukan penelitian terhadap barang/jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- 4) Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;

---

<sup>140</sup> Lihat Pasal 1 Ayat 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

<sup>141</sup> Lihat Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

<sup>142</sup> Lihat Pasal 34 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

- 5) Menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
- 6) Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
- 7) Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Sedangkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat memiliki beberapa tugas di antaranya<sup>143</sup>:

- 1) Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- 3) Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- 4) Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan pengaduan konsumen;
- 5) Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Terkadang sengketa yang terjadi di antara konsumen dan pelaku usaha jarang diselesaikan di pengadilan, hal ini dikarenakan pihak konsumen yang menganggap bahwa kerugian yang dialami

---

<sup>143</sup> Lihat Pasal 44 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

dari persengketaan hanyalah kerugian yang cukup kecil sehingga tidak perlu untuk menyelesaikannya di pengadilan, dikarenakan biaya penyelesaian pengadilan yang lebih besar dibandingkan kerugian yang dialami oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu pemerintah membentuk badan khusus untuk menangani sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yang berada di luar pengadilan, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Diharapkan agar dengan adanya badan tersebut dapat memberikan keadilan yang seimbang terutama kepada para konsumen yang merasa dirugikan.<sup>144</sup>

Dari beberapa undang-undang yang telah diteliti oleh peneliti, dapat diambil beberapa peraturan perdagangan elektronik Indonesia yang berhubungan dengan pengaturan *social commerce* di antaranya beberapa pengaturan mengenai asas dan tujuan dalam ketiga undang-undang tersebut yang dapat diterapkan dalam perdagangan media sosial, ketentuan mengenai transaksi elektronik, beberapa ketentuan mengenai jenis data pribadi, hak subjek data, kewajiban bagi pengguna data pribadi, kelembagaan yang dibentuk untuk mendukung perlindungan data pribadi dan beberapa larangan dalam penggunaan data pribadi. Selain itu terdapat juga beberapa peraturan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berhubungan dengan pengaturan *social commerce* di antaranya seperti peraturan mengenai hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha beserta tanggung

---

<sup>144</sup> Sanria Yolanda Hasanah, "Komparasi Lembaga Pengawas Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Jepang," *UNES LAW REVIEW*, No.1(2023): 3987 <https://www.review-unes.com/index.php/law/article/view/1226>

jawabnya, ketentuan pembinaan dan pengawasan oleh pemerintah, dan pengaturan mengenai lembaga-lembaga yang mendukung perlindungan konsumen.

## 2. Pengaturan Perdagangan Elektronik di Malaysia

Malaysia mulai memperkenalkan peraturan khusus mengenai internet sejak tahun 1997. Peraturan tersebut oleh masyarakat dan pemerintah Malaysia disebut dengan Hukum *Cyber*. Hukum ini terdiri dari beberapa peraturan-peraturan yang mengatur dan mengawasi jalannya internet dan teknologi di Malaysia. Hukum *Cyber* terdiri dari beberapa peraturan, di antaranya seperti Undang-Undang Kejahatan Komputer 1997, Undang-Undang Tanda Tangan Digital tahun 1997, dan Undang-Undang Telemedis tahun 1997. Pada tahun 1998, Malaysia mulai memperkenalkan Undang-Undang Komunikasi dan Multimedia atau dikenal dengan sebutan CMA (*Communication and Multimedia Act*). Pada saat itu Malaysia juga membentuk Komisi Komunikasi dan Multimedia yang berfungsi untuk mengatur pembentukan undang-undang serta mengatur kegiatan komunikasi dan multimedia termasuk telekomunikasi dan penyiaran.<sup>145</sup>

Teknologi di Malaysia bukan hanya berkembang pada bidang internet dan telekomunikasi, namun juga dalam bidang perdagangan. Selain beberapa peraturan yang telah disebutkan di atas untuk mengatur

---

<sup>145</sup> Kiranjit Kaur, "Consumer Protection in E-Commerce in Malaysia: An Overview," *Papper of University of New England*, (2005):7  
<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=3b9cf624681e348820f8392c584cf07d4605b6f5>

kejahatan yang terjadi dalam internet, pemerintah Malaysia juga memperkuat peraturan-peraturan perdagangan elektronik melalui beberapa undang-undang seperti, Undang-Undang Perdagangan Elektronik tahun 2006, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi 2010, Undang-Undang Perlindungan konsumen 1999, Undang-Undang Perlindungan Pengguna 1999, Undang-Undang Perusahaan 2016 dan Undang-Undang Deskripsi Perdagangan tahun 2011. Undang-undang tersebut diharapkan dapat meminimalisir kejahatan di Malaysia yang terjadi dalam transaksi elektronik.<sup>146</sup>

#### a. Akta 658 Akta Perdagangan Elektronik 2006

Electronic Commerce Act, merupakan akta perdagangan elektronik milik Malaysia yang mengatur aktivitas perdagangan elektronik di Malaysia. Pemerintah Malaysia telah memberlakukan Akta Perdagangan Elektronik ini sejak tahun 2006. Peraturan ini memberikan pengakuan hukum atas pesan elektronik dalam transaksi komersial, penggunaan pesan elektronik untuk memenuhi persyaratan hukum dan untuk memungkinkan dan memfasilitasi transaksi komersial melalui penggunaan sarana elektronik.<sup>147</sup> Namun berdasarkan BAB II dalam Akta ini tidak termasuk transaksi elektronik yang berkaitan dengan sura berharga, pembentukan

---

<sup>146</sup> Ismail, N.A dan M.M. Masud, "Propects and Challenges in Improving E-Commerce8 Connectivity in Malaysia," *Economic Reasearch Institute for ASEAN*, (2020):80 [https://www.eria.org/uploads/media/E-commerce-Connectivity-in-ASEAN/9\\_Chapter-5\\_Prospects-and-Challenges-in-Improving-E-commerce-Connectivity-in-Malaysia.pdf](https://www.eria.org/uploads/media/E-commerce-Connectivity-in-ASEAN/9_Chapter-5_Prospects-and-Challenges-in-Improving-E-commerce-Connectivity-in-Malaysia.pdf)

<sup>147</sup> Ayyappan Palanissami, "Legal Issues in e-Commercial and e-Contracting - An Overview of Initiatives in Malaysia," *International Journal of e-Education, 3-Business, e-Management and e-Learning*, No.2(2013): 175 <http://www.ijecee.org/Papers/217-ET046.pdf>

perwalian, pembentukan wasiat, dan surat kuasa.<sup>148</sup> Adapun sistematika penulisan Akta Perdagangan Elektronik Malaysia sebagai berikut<sup>149</sup>:

### 3.4 Bagian-bagian Akta 658 Tahun 2006 (Pindaan 2012) tentang Perdagangan Elektronik

BAB	MATERI	PASAL
BAB I	Undang-undang ini berlaku untuk untuk setiap transaksi komersial yang dilakukan melalui sarana elektronik termasuk transaksi komersial oleh pemerintah federal dan negara bagian. Tidak ada ketentuan dalam undang-undang ini yang mewajibkan seseorang untuk menggunakan atau menerima pesan elektronik, persetujuan penggunaan dan pengiriman pesan elektronik bergantung kepada orang tersebut. Penerapan undang-undang ini hanya bersifat sebagai peraturan tambahan tidak menghapus au membatalkan undang-undang lain.	Pasal 1 hingga Pasal 5
BAB II	Setiap informasi berbentuk elektronik dianggap sah keberlakuannya. Pesan berisi informasi elektronik dapat berupa pembuatan suatu kontrak, komunikasi usulan, penerimaan proposal, dan pencabutan proposal serta penerimaan atau komunikasi terkait hal lainnya.	Pasal 6 dan 7
BAB III	Apabila setiap dokumen diwajibkan memiliki dokumen asli secara tertulis, maka informasi berupa dokumen elektronik masih dianggap sah selama dapat diakses dan dipahami. Dalam suatu dokumen elektronik harus terdapat tanda tangan elektronik yang memenuhi syarat sesuai undang-undang ini. Apabila dalam suatu dokumen harus terdapat stempel, maka dokumen berbentuk elektronik dapat membubuhi tanda tangan digital didalamnya. Dalam dokumen elektronik diwajibkan untuk pemenuhan syarat tanda tangan terkait saksi yang berhubungan dengan dokumen elektronik. Jika undang-undang mewajibkan penyimpanan dokumen, dokumen tersebut harus disimpan dalam	Pasal 8 hingga Pasal 16

<sup>148</sup> Muhammad Ilhamuddin arsad, "Akad yanf Dilaksanakan Dalam aplikasi FoodPanda: Satu Tinjauan," *Journal of Law & Governance*, No.1(2022): 96  
<https://unimel.edu.my/journal/index.php/JLG/article/view/1177/944>

<sup>149</sup> Undang-Undang Malaysia Nomor 658 Tahun 2006 tentang Perdagangan Elektronik (Pindaan 2012)

	bentuk pesan elektronik yang memenuhi persyaratan berikut: dibuat, dikirim, atau diterima dalam format yang tidak mengubah informasi aslinya; mudah diakses dan dimengerti untuk referensi selanjutnya; serta mencantumkan informasi tentang asal, tujuan, tanggal, dan waktu pengiriman atau penerimaan. Apabila diwajibkan suatu dokumen harus memiliki salinan, maka dokumen berbentuk elektronik dapat digunakan selama dokumen tersebut dapat disalin dan disimpan.	
BAB IV	Pesan elektronik dianggap milik pengirim apabila pesan tersebut disetujui oleh pengirim bahwa ia yang mengirimkannya. Mengenai isi pesan elektronik dapat diartikan maksud dari pesan elektronik sesuai dengan penafsiran yang diberikan oleh penerima pesan. Semua pesan elektronik dianggap terpisah. Waktu pengiriman, waktu penerimaan tempat pengiriman tempat penerimaan dan pengakuan penerimaan pesan diatur sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang ini	Pasal 17 hingga Pasal 24
BAB V	Aneka Ragam	Pasal 25

Dalam Akta Perdagangan Elektronik Malaysia, pengaturan yang diatur lebih mengarah kepada pesan elektronik yang digunakan sebagai sarana perjanjian berbentuk kontrak dalam suatu transaksi komersial. Menurut Akta Perdagangan Elektronik yang dimaksud dengan ‘Pesan Elektronik’ adalah informasi yang dihasilkan, dikirim, diterima atau disimpan melalui sarana elektronik.<sup>150</sup>

Dalam membuat suatu perjanjian atau kontrak dalam bentuk pesan elektronik, dijelaskan dalam akta tersebut diperlukan adanya tanda tangan elektronik, agar kontrak tersebut dapat dianggap sah berlaku. Tanda tangan elektronik merupakan setiap huruf, karakter, angka, suara atau simbol lain kombinasi yang digunakan oleh

<sup>150</sup> Lihat Pasal 5 Undang-Undang Malaysia Nomor 658 Tahun 2006 tentang Perdagangan Elektronik

seseorang untuk dijadikan sebagai tanda tangan.<sup>151</sup> Dalam Pasal 9 akta Perdagangan Elektronik juga dijelaskan bahwa jika suatu undang-undang mengamanatkan keberadaan tanda tangan individu pada suatu dokumen, maka ketentuan hukum tersebut akan terpenuhi jika dokumen tersebut berbentuk pesan elektronik, dengan tanda tangan elektronik yang memenuhi syarat-syarat di antaranya, tanda tangan tersebut melekat atau secara logis terkait dengan pesan elektronik. Tanda tangan tersebut memadai mengidentifikasi individu yang bersangkutan dan menunjukkan persetujuannya terhadap informasi yang terkait dengan tanda tangan. Serta tanda tangan tersebut dapat dipercaya dan sesuai dengan keperluan serta kondisi yang memerlukan tanda tangan.<sup>152</sup>

Mengenai tindak pidana, seperti pencurian data pribadi atau penipuan yang terjadi dalam perdagangan elektronik, serta sanksi yang diberikan kepada oknum tidak bertanggung jawab atas tindak pidana yang dilakukan tidak dijelaskan atau diatur dalam Akta Perdagangan Elektronik tersebut. Akta Perdagangan Elektronik tersebut lebih banyak menjelaskan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perdagangan elektronik seperti tanda tangan elektronik, dokumen perdagangan elektronik dan pesan-pesan berbentuk elektronik.

---

<sup>151</sup> Lihat Pasal 5 Undang-Undang Malaysia Nomor 658 tahun 2006 tentang Perdagangan Elektronik

<sup>152</sup> Lihat Pasal 9 Ayat 1, 2 dan 3 Undang-Undang Malaysia Nomor 658 Tahun 2006 tentang Perdagangan Elektronik

### b. Akta 709 Akta Perlindungan Data Pribadi 2010 (Pindaan 2016)

Peraturan perundang-undangan utama yang mengatur informasi keamanan data pribadi di Malaysia adalah Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (APDP) tahun 2010. APDP merupakan undang-undang yang mengatur mengenai pencatatan privasi terkait transaksi komersial. Dalam arti tertentu, tindakan ini hanya mencakup perlindungan privasi terkait transaksi komersial, tidak termasuk semua jenis kepentingan privasi lainnya dalam pengoperasiannya. Data pribadi harus sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Apabila terdapat pengguna yang tidak memenuhi ketentuan berdasarkan peraturan tersebut maka akan di berikan denda atau penjara.<sup>153</sup> Adapun beberapa bagian dari Akta Perlindungan Data Pribadi sebagai berikut<sup>154</sup>:

#### 3.5 Bagian-bagian Akta 709 Tahun 2010 Akta Perlindungan Data Pribadi (Pindaan 2016)

BAB	MATERI	PASAL
BAB I	Undang-Undang ini berlaku bagi setiap orang yang memproses data baik yang merupakan masyarakat asli Malaysia maupun pihak yang tidak tinggal di Malaysia namun menggunakan pemrosesan data di Malaysia, dan setiap orang yang memberi kendali untuk memproses data apapun yang berkaitan dengan transaksi komersial. Undang-undang ini tidak berlaku bagi pemerintah federal dan pemerintah negara bagian dan tidak berlaku bagi data pribadi yang diproses di luar negara Malaysia kecuali data tersebut nantinya akan dilanjutkan untuk di proses di Malaysia.	Pasal 1 hingga Pasal 4
BAB II	Prinsip perlindungan data pribadi terdiri dari :	Pasal 5 hingga

<sup>153</sup> Fadhilah Abdul Ghani, Nurulhuda Ahmad Razali dan Syahirah Mohd Shabri, "Akta Perlindungan Data Pribadi 2010: Satu Tinjauan," *Jurnal Dunia Pengurusan*, No.1(2021): 3 <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/jdpg/article/view/12529>

<sup>154</sup> Undang-Undang Malaysia Nomor 709 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Prinsip Umum</li> <li>✓ Prinsip Pemberitahuan dan Pilihan</li> <li>✓ Prinsip Pengungkapan</li> <li>✓ Prinsip Keselamatan</li> <li>✓ Prinsip Penyimpanan</li> <li>✓ Prinsip Integritas Data dan</li> <li>✓ Prinsip Akses</li> </ul> <p>Apabila terdapat pihak yang melanggar prinsip-prinsip tersebut akan didenda paling banyak tiga ratus ribu ringgit dan dipenjara paling lama dua tahun atau keduanya.</p> <p>Menteri, atas usul komisaris, melalui perintah yang diumumkan dalam Berita negara, dapat menetapkan kategori pengguna data yang wajib didaftarkan sebagai pengguna da berdasarkan undang-undang ini. Pendaftaran dimulai dengan pengajuan permohonan kepada komisaris oleh pihak yangingin menggunakan data, selain itu dalam permohonan setiap pihak harus memenuhi dokumen-dokumen serta informasi yang terkait dengan penggunaan kepada komisaris, apabila syarat dokumen serta informasi yang jelas mengenai pengan data idak dipenuhi maka permohonan akan ditolak. Apabila permohonan sudah diterima maka komisaris akan menerbitkan sertifikat pendaftaran yang akan digunakan sebagai pendaftaran pengguna data, sertifikat ini juga dapat diperpanjang selama 90 hari. Apabila pengguna data diketahui tidak memenuhi syarat sebagai pengguna data sesuai dengan ketentuan undang-undang ini maka komisioner akan menarik kembali sertifikat pendaftaran.</p> <p>Setelah pendaftaran selesai maka komisioner akan membuat daftar pengguna data resmi serta rincian lainnya sehubungan dengan pengguna data.</p> <p>Komisioner dapat menunjuk suatu badan sebagai forum pengguna data, dimana forum ini nantinya akan digunakan sebagai wadah praktik penggunaan data dan sebagai pengembangan serta pelatihan terkait keamanan penggunaan data pribadi.</p> <p>Adapun beberapa hak dari subjek data di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hak untuk mengakses data pribadi</li> <li>✓ Hak untuk mendapatkan pemberitahuan penolakan akses data</li> <li>✓ Hak untuk memperbaiki data pribadi</li> <li>✓ Hak untuk mendapatkan pemberitahuan penolakan mengenai pengoreksian data</li> <li>✓ Hak menarik persetujuan pemrosesan data pribadi</li> </ul>	Pasal 44
--	--	----------

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hak untuk tidak diprosesnya data pribadi sensitif (kecuali ketentuan yang diatur dalam akta ini)</li> <li>✓ Hak untuk mencegah pemrosesan yang dapat menyebabkan kerusakan atau kesusahan</li> <li>✓ Hak untuk mencegah pemrosesan untuk tujuan pemasaran langsung</li> </ul> <p>Hak pengguna data di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hak untuk menolak akses data (karena suatu alasan)</li> <li>✓ Hak untuk menolak pengoreksian data (karena suatu keadaan)</li> <li>✓ Hak untuk pengungkapan data pribadi</li> <li>✓ Hak untuk mengumpulkan data yang sama berulang kali</li> <li>✓ Pengguna data wajib untuk mencimpat catatan terkait permohonan, pemberitahuan, permintaan dan informasi apapun yang berkaitan dengan data pribadi atau yang sedang diproses olehnya.</li> </ul>	
BAB III	<p>Data pribadi seseorang hanya boleh diolah untuk kepentingan pribadi, keluarga dan rumah tangga. Pemrosesan yang berhubungan dengan informasi kesehatan fisik atau mental subjek data dikecualikan dari prinsip akses dan ketentuan lainnya terkait peraturan ini.</p> <p>Menteri memiliki kekuasaan untuk membuat pengecualian tambahan.</p>	Pasal 45 dan 46
BAB IV	<p>Pengangkatan komisaris melalui penunjukan oleh menteri sebagai komisaris perlindungan data pribadi. Fungsi komisaris yaitu memberikan nasihat kepada menteri mengenai kebijakan nasional untuk perlindungan data pribadi dan semua hal yang berkaitan, menetapkan dan menegakkan undang-undang perlindungan data pribadi dan bekerja sama dengan organisasi perusahaan atau instansi pemerintah dalam rangka menjalankan fungsinya, dan ketentuan lainya yang diatur lebih lanjut dalam undang-undang ini. Wewenang komisaris terdiri dari wewenang untuk melakukan semua hal yang perlu atau berguna untuk atau sehubungan dengan pelaksanaan fungsinya berdasarkan undang-undang ini.</p>	Pasal 47 hingga Pasal 60
BAB V	<p>Untuk tujuan Undang-Undang ini, dibentuk suatu dana yang dikenal sebagai “dana perlindungan data pribadi” , dana tersebut dikendalikan dan dikelola oleh komisaris. Dana tersebut dapat dipergunakan sebagai :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Membayar segala biaya yang dikeluarkan secara sah oleh komisaris</li> </ul>	Pasal 61 hingga Pasal 69

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Membayar segala biaya yang dikeluarkan untuk mengatur kampanye, penelitian, studi dan publikasi materi untuk perlindungan data pribadi</li> <li>✓ Membayar upah, tunjangan, bunga dan biaya-biaya lain untuk komisaris, wakil komisaris, asisten komisaris, anggota komite penasihat, anggota, pejabat, dan pegawai pengadilan banding serta pejabat dan pegawai komisaris</li> <li>✓ Secara umum, membayar segala biaya untuk melaksanakan ketentuan undang-undang ini.</li> </ul> <p>Ketentuan mengenai dana lebih lanjut seperti dana cadangan akun bak dan lain-lain diatur lebih lanjut dalam akta perlindungan data pribadi</p>	
BAB VI	Komite Penasihat Perlindungan Data Pribadi memiliki fungsi di antaranya memberi nasihat kepada komisaris mengenai semua hal yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi, dan administrasi serta penegakan undang-undang ini, serta memberi nasihat kepada komisaris mengenai masalah apa pun yang dirujuknya kepada komite penasihat	Pasal 70 hingga Pasal 82
BAB VII	<p>Pengadilan Banding dibentuk dengan tujuan untuk meninjau permasalahan apapun dalam banding sebagaimana dibentuk dalam bagian 93. wewenang pengadilan banding di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Memanggil para pihak dalam persidangan atau orang lain untuk hadir di hadapannya guna memberikan bukti sehubungan dengan suatu banding</li> <li>✓ Memperoleh dan menerima bukti-bukti melalui sumpah atau penegasan, baik tertulis maupun lisan, dan memeriksa semua orang sebagai saksi bila dianggap perlu oleh Mahkamah</li> <li>✓ Menerima bukti atau menolak bukti yang diajukan, baik lisan atau dokumenter</li> <li>✓ Menunda banding atau keputusan</li> </ul> <p>Pengadilan banding memiliki kekuasaan yang lebih rendah dalam hal memaksakan kehadiran saksi, mendengarkan kesaksian di bawah sumpah atau di bawah sumpah, dan menjatuhkan hukum karena penghinaan.</p> <p>Ketentuan lain mengenai keanggotaan, sekretaris, masa jabatan, pengunduran diri dan lain-lain diatur lebih lanjut dalam akta ini</p>	Pasal 83 hingga Pasal 100
BAB VIII	Komisaris dapat melakukan pemeriksaan terhadap sistem data pribadi apapun yang digunakan oleh pengguna data untuk tujuan menentukan informasi guna	Pasal 101 hingga Pasal 109

	<p>membantu Komisaris dalam membuat rekomendasi kepada pengguna data terkait dengan peningkatan kepatuhan terhadap ketentuan undang-undang ini, dan untuk tujuan menentukan informasi guna membantu komisaris dalam membuat rekomendasi kepada kelompok pengguna data. Jika komisaris telah menyelesaikan pemeriksaan sistem data pribadi, ia harus dengan cara apapun dan kapanpun memberitahu pengguna data atau kelompok pengguna data mengenai hasil pemeriksaan, setiap rekomendasi yang diperoleh dari pemeriksaan yang dianggap tepat dan komentar apapun yang timbul dari pemeriksaan tersebut.</p> <p>Setiap individu atau orang terkait boleh mengajukan keluhan secara tertulis kepada komisaris mengenai suatu tindakan, praktik, atau permintaan.</p> <p>Jika Komisaris menerima pengaduan berdasarkan pasal 104, Komisaris, sesuai dengan pasal 106, harus melakukan penyelidikan terhadap pengguna data terkait untuk memastikan apakah tindakan, praktik, atau permintaan yang disebutkan dalam pengaduan tersebut bertentangan dengan ketentuan. Undang-undang ini.</p> <p>Jika Komisaris mempunyai alasan yang masuk akal untuk meyakini bahwa suatu tindakan, praktik, atau permintaan telah dilakukan atau dibuat, atau sedang dilakukan atau dibuat, oleh pengguna data terkait sehubungan dengan data pribadi dan tindakan, praktik, atau permintaan tersebut dapat melanggar ketentuan Undang-undang ini, Komisaris dapat melakukan penyelidikan terhadap pengguna data yang bersangkutan untuk memastikan apakah tindakan, praktik atau permintaan tersebut melanggar ketentuan Undang-undang ini.</p> <p>Ketentuan lain diatur lebih lanjut dalam akta perlindungan data pribadi ini</p>	
BAB IX	<p>Pelaksanaan berisi ketentuan mengenai petugas yang berwenang untuk menjalankan kekuasaan penegakan hukum berdasarkan undang-undang ini, kartu daya berupa kartu wewenang yang dapat digunakan dalam melakukan kewenangan, kekuasaan investigasi, penggeledahan, dan penyitaan dengan surat perintah, penggeledahan dan penyitaan tanpa jaminan, akses ke data yang terkomputerisasi, surat perintah dapat dilaksanakan apapun yang terjadi walaupun surat dalam keadaan cacat, daftar komputer, buku rekening, dan lain-lain yang menjadi barang sitaan, tidak ada biaya atau kerusakan yang timbul dari penyitaan yang dapat</p>	Pasal 110 hingga Pasal 127

	dipulihkan, kekuasaan memerlukan kehadiran orang yang mempunyai pengetahuan tentang kasus tersebut, pemeriksaan orang-orang yang mengetahui kasus tersebut, diterimanya pernyataan sebagai bukti, kombinasi kesalahan, dan penangkapan kekuasaan	
BAB X	Berbagai-macam membahas ketentuan mengenai daftar registrasi, transfer data pribadi ke tempat di luar Malaysia, pengumpulan data pribadi yang melanggar hukum, membantu dan bersekongkol dapat dihukum sebagai pelanggaran, peracikan kesalahan, pelanggaran oleh korporasi, penuntutan, yurisdiksi untuk mengadili pelanggaran, pengiriman pemberitahuan atau dokumen lainnya, Undang-Undang Perlindungan Otoritas Publik tahun 1948, Pegawai negeri sipil, perlindungan terhadap tuntutan hukum dan proses hukum, perlindungan pelapor, kewajiban kerahasiaan, Hal yang dilakukan untuk mengantisipasi Undang-Undang ini dilakukan, kekuasaan untuk membuat peraturan, dan Pencegahan anomali	Pasal 128 hingga Pasal 144
BAB XI	Pengecualian dan Ketentuan Peralihan	Pasal 145 dan Pasal 146

Data Pribadi yang dimiliki baik oleh pemilik data pribadi itu sendiri dan para pengguna data pribadi, harus mengikuti aturan dan ketentuan dari Akta Perlindungan Data Pribadi, apabila terdapat pemilik data atau pengguna data yang tidak mengikuti ketentuan yang telah diatur tersebut maka akan dikenakan denda atau penjara. Yang dimaksud dengan ‘pengguna data’ merupakan seseorang yang baik sendiri atau bersama-sama atau bersama-sama dengan orang lain memproses data pribadi apa pun atau mempunyai kendali atas data pribadi tersebut atau mengizinkan pemrosesan data pribadi apa pun.<sup>155</sup> Jadi dapat dikatakan bahwa seorang pengguna data adalah seseorang atau kelompok yang menggunakan data pribadi seseorang

<sup>155</sup> Lihat Pasal 4 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi

untuk diproses dengan berbagai tujuan. Untuk menjadi seorang atau kelompok pengguna data di Malaysia, individu atau kelompok tersebut harus mendaftar terlebih dahulu kepada Komisaris untuk mendapatkan izin sebagai pengguna data pribadi masyarakat Malaysia.<sup>156</sup> Hal ini bertujuan agar, pengguna data secara jelas diketahui oleh negara dan dapat diatur oleh ketentuan-ketentuan dalam Akta Perlindungan Data Pribadi ini.

Dalam Akta Perlindungan Data Pribadi diatur 7 (tujuh) prinsip utama yang diberlakukan dalam melindungi data pribadi di antaranya<sup>157</sup>:

#### 1. Prinsip Umum

Pengguna data dilarang memproses data pribadi seseorang tanpa persetujuannya, Akta Perlindungan Data Pribadi, juga melarang pendataan pribadi tanpa tujuan yang sah, tanpa persetujuan individu dan informasi yang dikumpulkan tidak lebih dari yang diperlukan.

#### 2. Prinsip Pemberitahuan dan Pilihan

Pengguna data harus memberikan pemberitahuan terlebih dahulu kepada pemilik data pribadi mengenai tujuan pengumpulan data.

<sup>156</sup> Lihat Pasal 14 ayat 1 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi

<sup>157</sup> Fadhilah Abdul Ghani, Nurulhuda Ahmad Razali, dan Syahirah Mohd Shabri, "akta Perlindungan Data Pribadi 2010: Satu Tinjauan," *Jurnal Dunia Pengurusan*, No.1(2021): 4 <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/jdpg/article/view/12529>

### 3. Prinsip Penyingkapan

Pengguna data tidak boleh menggunakan data selain dari yang telah mereka izinkan. Jadi Pengguna data pribadi hanya menggunakan data yang sudah diizinkan untuk digunakan oleh pemilik data.

### 4. Prinsip Keamanan

Pengguna data harus mengambil tindakan untuk menghindari kehilangan, penyalahgunaan, perubahan, akses atau pengungkapan yang tidak sah atau tidak disengaja, perubahan atau kerusakan data pribadi selama pemrosesannya.

### 5. Prinsip Integritas Data

Pengguna data harus memastikan bahwa setiap data pribadi adalah akurat, tidak menyesatkan, terkini dan sesuai dengan tujuan pemrosesan data tersebut.

### 6. Prinsip Penyimpanan

Pengguna data bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua data pribadi tidak dapat disimpan lebih lama dari alasan pengumpulannya.

### 7. Prinsip Mengakses

Pengguna data akan memberikan hak kepada subjek data untuk melihat dan mengoreksi informasi mereka sendiri yang tidak benar, tidak mencukupi, tidak benar, atau kedaluwarsa.

Dalam Akta perlindungan Data Pribadi ini juga mengatur mengenai beberapa lembaga yang ditugaskan untuk mengawasi dan menangani perlindungan data pribadi masyarakat Malaysia. Lembaga-lembaga tersebut di antaranya seperti Lembaga Komisaris, Komite Penasihat Perlindungan Data dan Pengadilan Banding. Menurut Pasal 4 yang menjelaskan mengenai penafsiran, ‘lembaga komisaris’ merupakan komisaris perlindungan data pribadi. Sedangkan fungsi dari lembaga komisaris di antaranya<sup>158</sup>:

1. Memberi nasehat kepada menteri mengenai kebijakan nasional untuk perlindungan data pribadi dan semua hal terkait lainnya;
2. Menerapkan dan menegakkan undang-undang perlindungan data pribadi termasuk perumusan kebijakan dan prosedur operasional;
3. Mendorong Asosiasi atau badan yang mewakili pengguna data untuk mempersiapkan praktik dan menyebarkan praktik tersebut kepada anggotanya untuk tujuan undang-undang ini;
4. Bekerja sama dengan organisasi perusahaan atau instansi pemerintahan dalam rangka menjalankan fungsinya;
5. Menentukan sesuai dengan pasal 129 apakah suatu tempat di luar Malaysia mempunyai sistem perlindungan data pribadi yang secara substansial serupa dengan yang diatur dalam undang-undang ini atau yang dapat digunakan untuk tujuan serupa dengan undang-undang ini;

---

<sup>158</sup> Lihat Pasal 49 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi

6. Melakukan atau menyebabkan dilakukannya penelitian dan memantau perkembangan dalam pemrosesan data pribadi, termasuk teknologi, untuk mempertimbangkan kemungkinan dampak dari perkembangan tersebut terhadap privasi individu sehubungan dengan data pribadi mereka;
  7. Memantau dan mengawasi kepatuhan terhadap ketentuan-ketentuan undang-undang ini, termasuk penerbitan surat edaran, pemberitahuan penegakan hukum atau instrumen lainnya kepada siapapun;
  8. Meningkatkan kesadaran dan penyebaran informasi kepada masyarakat mengenai keabsahan undang-undang ini;
  9. Berhubungan dan bekerja sama dengan orang-orang yang melakukan fungsi perlindungan data pribadi serupa ditempat manapun di luar Malaysia sehubungan dengan hal-hal yang menjadi kepentingan bersama, termasuk hal-hal yang melibatkan privasi individu sehubungan dengan data pribadi mereka;
  10. Mewakili Malaysia melalui partisipasi dalam acara-acara yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi sebagaimana diizinkan oleh Menteri, baik di dalam atau di luar Malaysia;
- Dan
11. Melakukan kegiatan apapun dan melakukan segala sesuatu yang diperlukan, bermanfaat dan sesuai untuk penyelenggaraan

undang-undang ini, atau tujuan lain apa pun yang sesuai dengan undang-undang ini sebagaimana diarahkan oleh Menteri.

Selain komisaris yang melindungi data pribadi, adapun Komite Penasihat yang memiliki fungsi, memberi nasihat kepada Komisaris mengenai semua hal yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi, dan administrasi serta penegakan undang-undang ini serta memberi nasehat kepada Komisaris mengenai masalah apapun yang dirujuknya kepada Komite Penasihat.<sup>159</sup> Kemudian terdapat Pengadilan Banding yang dibentuk untuk meninjau permasalahan apapun dalam banding yang berkaitan dengan permasalahan perlindungan data pribadi.<sup>160</sup>

Pada ketentuan pasal 43 ayat 1 akta Perlindungan Data Pribadi, dijelaskan bahwa pemilik data memiliki hak untuk melarang penggunaan data pribadinya untuk tujuan komersial atau pemasaran dengan cara memberikan pemberitahuan tertulis kepada pengguna data pribadi. Apabila pengguna data tidak mengikuti pemberitahuan tersebut dan tetap ingin menggunakan data pribadi pemilik data untuk tujuan pemasaran, maka pemilik data pribadi tersebut dapat melaporkan kepada komisaris untuk meminta pengguna data agar tunduk pada pemberitahuan yang diberikan oleh pemilik data dan tidak menggunakan data pribadinya sebagai kepeningan

---

<sup>159</sup> Lihat Pasal 71 ayat 1 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 tentang Perlindungan Data Pribadi Tahun 2010

<sup>160</sup> Lihat Pasal 83 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 tentang Perlindungan Data Pribadi Tahun 2010

pemasaran.<sup>161</sup> Apabila pengguna data masih saja mengabaikan permohonan tersebut walau sudah ada perintah dari komisaris, maka pengguna data dianggap telah melakukan tindak pidana dan akan dikenakan denda kurang lebih RM 200.000 (dua ratus ribu ringgit malaysia) setara dengan Rp. 652.000.000 (enam ratus lima puluh dua juta rupiah) atau penjara kurang lebih selama 2 (dua) tahun atau dapat dikenakan kedua-duanya.<sup>162</sup>

Selain itu menurut Pasal 129 ayat 1, 2 dan 3 menyatakan bahwa data pribadi seseorang tidak dapat dipindahkan ke luar Malaysia, kecuali individu pemilik data pribadi tersebut telah menyetujui atau terikat kontrak. Jika terdapat oknum yang melanggar ketentuan ini maka akan dikenakan sanksi sesuai yang dijelaskan dalam Pasal 129 ayat 5 Akta Perlindungan Data Pribadi, yaitu akan didenda kurang lebih RM 300.000 (tiga ratus ribu ringgit malaysia) setara dengan kurang lebih Rp. 979.225.000 (sembilan ratus tujuh puluh sembilan juta dua ratus dua puluh lima ribu rupiah) atau dipenjara kurang lebih dua tahun, sanksi ini dapat diberlakukan kedua-duanya.<sup>163</sup>

---

<sup>161</sup> Lihat Pasal 43 ayat 2 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 tentang Perlindungan Data Pribadi Tahun 2010

<sup>162</sup> Lihat Pasal 43 ayat 4 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 tentang Perlindungan Data Pribadi Tahun 2010

<sup>163</sup> Muhammad Adnan Pitchan dan Siti Zobidah Omar, "Dasar Keselamatan Siber Malaysia: Tinjauan Terhadap Kesedaran Netizen dan Undang-Undang," *Jurnal Komunikasi: Malaysia Journal of communication*, No.1(2019): 116

<https://www.academia.edu/download/74414424/9178.pdf>

**c. Akta 599 Akta Perlindungan Pengguna Tahun 1999 (Pindaan 2019)**

Akta Perlindungan Pengguna dibentuk untuk melindungi hak-hak konsumen secara keseluruhan seperti dalam kegiatan jual beli barang, jasa, kontrak dan lain-lain termasuk juga transaksi yang dilakukan secara *online*, serta melindungi konsumen dalam memperoleh informasi suatu barang atau jasa, khususnya informasi yang berasal dari periklanan.<sup>164</sup>

**3.6 Bagian-bagian Akta 599 Tahun 1999 (Pindaan 2019) tentang Perlindungan Pengguna**

BAB	MATERI	PASAL
BAB I	<p>Undang-Undang ini berlaku terhadap semua barang dan jasa yang ditawarkan atau dipasok kepada satu atau lebih konsumen oleh perdagangan mencakup setiap transaksi komersial yang dilakukan melalui sarana elektronik.</p> <p>Undang-Undang ini tidak berlaku bagi surat berharga, kontrak berjangka, kontrak yang dibuat sebelum tanggal berlakunya undang-undang ini, sehubungan dengan tanah atau kepentingan tanah kecuali tanah yang sudah diatur dalam undang-undang ini, jasa yang dipegang oleh anggota profesional yang diatur oleh hukum tertulis, pelayanan kesehatan yang diselenggarakan atau akan diselenggarakan oleh tenaga kesehatan. Undang-undang ini hanya sebagai tambahan tidak menghapus undang-undang lainnya. Undang-undang ini akan berlaku terlepas dari syara-syarat kontrak apa pun yang berlaku atau dimaksudkan untuk menerapkan hukum negara lain.</p> <p>Menteri dapat menunjuk di antara pejabat publik, Pengawas Urusan Konsumen, dan sejumlah Wakil Pengawas Urusan Konsumen, Pembantu Pengawasan</p>	Pasal 1 hingga pasal 7

<sup>164</sup> Muhammad Adnan Pitchan dan Siti Zobidah Omar, "Dasar Keselamatan Siber Malaysia: Tinjauan Terhadap Kesedaran Netizen dan Undang-Undang," *Jurnal Komunikasi: Malaysia Journal of communication*, No.1(2019): 117  
<https://www.academia.edu/download/74414424/9178.pdf>

	Urusan Konsumen.	
BAB II	<p>Adapun beberapa larangan yang diatur dalam akta ini di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tidak sorangpun boleh melakukan penipuan terhadap barang ataupun layanan jasa yang dijual atau ditawarkan baik mengenai pembuatan, maupun karakteristik barang.</li> <li>✓ Tidak seorangpun boleh membuat pernyataan yang salah atau menyesatkan mengenai mutu barang, jenis layanan.</li> <li>✓ Larangan pernyataan yang salah dan praktik menyesatkan lainnya sehubungan dengan tanah.</li> <li>✓ Larangan menyatakan representasi harga yang keliru.</li> <li>✓ Larangan untuk membuat iklan tanpa maksud menyediakan barang.</li> <li>✓ Larangan menawarkan hadiah atau penawaran gratis tanpa ada maksud tanpa ada maksud untuk menyediakan.</li> <li>✓ Larangan untuk mengklaim bahwa barang terbatas kecuali sudah dijelaskan sebelum barang dijual atau ditawarkan.</li> <li>✓ Larangan untuk menuntut atau menyetujui untuk menerima pembayaran tanpa niat untuk menyediakan barang atau jasa atas pembayaran tersebut.</li> <li>✓ Tanggung jawab atas sebuah iklan jatuh pada pembuat iklan au orang yang mengaku sebagai pemasok barang atau jasa</li> </ul>	Pasal 8 hingga Pasal 18
BAB III	<p>Menteri melalui peraturan dapat menetapkan standar keselamatan mengenai barang dan layanan jasa. Standar keselamatan yang berkaitan dengan kinerja, komposisi, isi perbuatan, pengolahan, desain, konstruksi, penyelesaian akhir atau pengemasan barang.</p> <p>Tidak seorangpun yang boleh memasok atau menawarkan barang atau jasa yang tidak memenuhi standar keselamatan.</p> <p>Adapun beberapa persyaratan keselamatan barang di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cara dan tujuan keberadaan barang tersebut dipasarkan atau akan dipasarkan</li> <li>✓ Penyediaan barang</li> <li>✓ Penggunaan stempel sehubungan dengan barang;</li> <li>✓ Instruksi atau peringatan mengenai penyimpanan, penggunaan atau penggunaan</li> </ul>	Pasal 19 hingga Pasal 24

	<p>barang.</p> <p>Adapun beberapa syarat keamanan umum untuk layanan di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sifat layanan, dan komposisi serta caranya penyampaian layanan;</li> <li>✓ Dampak jasa terhadap kehidupan dan kesehatan manusia, serta harta benda;</li> <li>✓ Tampilan, desain, pelabelan, petunjuk pemasangan atau penggunaan, peringatan, petunjuk pembuangan properti yang berkaitan dengan layanan, dan informasi lain yang diberikan oleh penyedia layanan;</li> <li>✓ Apakah ada kategori orang yang mungkin beresiko saat menggunakan layanan.</li> </ul> <p>Barang atau jasa tidak dianggap gagal memenuhi persyaratan tergantung kasusnya jika terbukti bahwa kegagalan tersebut disebabkan oleh pemenuhan persyaratan yang ditetapkan berdasarkan hukum tertulis dan kegagalan tersebut adalah kegagalan untuk menyampaikan masalah apa pun melebihi yang disyaratkan.</p>	
BAB IIIA	<p>Ketentuan Tidak Adil</p> <p>Suatu kontrak atau syarat-syarat suatu kontrak tidak adil secara prosedural apabila kontrak atau syarat-syarat kontrak itu menimbulkan keuntungan yang tidak adil bagi pemasok atau kerugian yang tidak wajar. adil bagi pengguna sebagai akibat dari perilaku pemasok atau cara atau keadaan ketika kontrak atau syarat-syarat kontrak telah dibuat atau dicapai antara pengguna dan pemasok.</p> <p>Suatu kontrak atau syarat-syarat suatu kontrak secara substantif tidak adil</p> <p>jika kontrak atau syarat-syarat suatu kontrak dibuat sulit, bersifa menindas, tidak masuk akal, mengecualikan atau membatasi tanggung jawab atas kelalaian, atau mengecualikan atau membatasi tanggung jawab atas pelanggaran ketentuan kontrak yang tersurat maupun tersirat tanpa alasan yang kuat. Jika kontrak atau syarat-syarat kontrak mengecualikan atau membatasi tanggung jawab, atau mengecualikan hak, tugas dan tanggung jawab, pemasok bergantung pada pengecualian atau pembatasan tersebut untuk membuktikan bahwa pengecualian atau pembatasan tersebut tidak dilakukan tanpa</p>	Pasal 24A hingga 24J

	pembenaran yang kuat.	
BAB IIIB	<p>Transaksi Penjualan Kredit, pada bagian ini membahas mengenai beberapa hal di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Penerapan mengenai transaksi penjualan kredit</li> <li>✓ Interpretasi untuk tujuan transaksi penjualan kredit</li> <li>✓ Kekuasaan menteri untuk meresepkan barang</li> <li>✓ Persyaratan perjanjian penjualan kredit yaitu sebelum diadakan perjanjian jual beli kredit terhadap barang atau golongan barang apa pun, penjual atau penyedia fasilitas kredit, atau siapa pun yang bertindak atas nama penjual atau penyedia fasilitas kredit, atau distributor, yang melakukan perundingan yang mengarah pada sebelum pembuatan perjanjian jual beli kredit, calon pembeli harus menyampaikan pernyataan tertulis yang telah ditentukan mengenai ikhtisar kewajiban keuangan calon pembeli yang telah dilengkapi dan ditandatangani oleh penjual, pemberi fasilitas kredit, orang yang bertindak atas nama penjual atau penyedia fasilitas kredit, atau distributor tersebut, tergantung keadaannya.</li> <li>✓ Perjanjian penjualan kredit harus dibuat secara tertulis</li> <li>✓ Isi perjanjian penjualan kredit</li> <li>✓ Kepemilikan barang yang dibeli berdasarkan perjanjian jual beli kredit</li> <li>✓ Hak dan kewajiban pembeli</li> <li>✓ Hak dan kewajiban pemberi fasilitas kredit</li> <li>✓ Batasan biaya termal</li> <li>✓ Batasan jangka waktu pembayaran angsuransi dan biaya-biayanya</li> <li>✓ Kegagalan membayar cicilan oleh pembeli</li> <li>✓ Pengeembalian barang</li> <li>✓ Pembatasan pengungkapan atau distribusi data pribadi</li> <li>✓ Larangan penyitaan barang</li> <li>✓ Pelanggaran terhadap pasal 24X atau 24Y merupakan pelanggaran</li> <li>✓ Peraturan terkait transaksi penjualan kredit</li> </ul>	Pasal 24K hingga 24AA
BAB IV	<p>Pelanggaran, Pertahanan dan Perbaikan terkait Dengan Bagian II dan III, dalam bagian ini mengatur beberapa ketentuan di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pelanggaran terhadap pasal II dan III menjadi delik</li> <li>✓ Kesalahan yang disebabkan oleh tindakan atau</li> </ul>	Pasal 25 hingga Pasal 29

	<p>kelalaian orang lain</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pertahanan untuk kesalahan, kecelakaan, dan lain-lain</li> <li>✓ Itikad baik menyiarkan pembelaan iklan</li> <li>✓ Kekuasaan pengadilan untuk memberikan keringanan tambahan</li> </ul>	
BAB V	<p>Jaminan Terhadap Penyediaan Barang.  Jaminan tersirat berdasarkan Bagian ini akan berlaku baik barang yang dipasok berhubungan dengan layanan atau tidak.  Dalam bab ini dijelaskan mengenai beberapa ketentuan di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jaminan tersirat atas hak milik</li> <li>✓ Jaminan tersirat atas kualitas yang dapat diterima</li> <li>✓ Jaminan tersirat as kesesuaian untuk tujuan tertentu</li> <li>✓ Garansi tersirat bahwa barang sesuai dengan deskripsi</li> <li>✓ Jaminan tersirat bahwa barang dengan sempel</li> <li>✓ Garansi tersirat pada harga</li> <li>✓ Garansi tersirat untuk perbaikan dan pergantian</li> <li>✓ Gransi tersirat dari pabrik</li> </ul>	Pasal 30 hingga Pasal 38
BAB VI	<p>Bagian ini memberi konsumen hak untuk meminta ganti rugi terhadap pemasok barang jika barang tersebut gagal memenuhi jaminan tersirat berdasarkan bagian 31 hingga 37.</p>	Pasal 39 hingga Pasal 49
BAB VII	<p>Bagian ini memberikan konsumen ganti rugi terhadap produsen barang apabila barang tersebut gagal memenuhi jaminan tersirat mengenai kualitas yang dapat diterima</p>	Pasal 50 hingga Pasal 52
BAB VIII	<p>Garansi tentang persediaan jasa terdiri dari beberapa ketenuan di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Jaminan tersirat ata perawatan dan keterampilan yang wajar</li> <li>✓ Jaminan tersirat atas kesesuaian untuk tujuan tertentu</li> <li>✓ Jaminan tersirat mengenai waktu penyelesaian</li> <li>✓ Garansi tersirat pada harga</li> </ul>	Pasal 53 hingga Pasal 56
BAB IX	<p>Hak Terhadap Pemasok Tentang Jaminan Dalam Penyediaan Jas, pada bagian ini membahas beberapa hal di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hak konsumen untuk meminta ganti rugi terhadap pemasok</li> <li>✓ Pengecualian terhadap hak untuk mengganti kerugian pemasok sehubungan dengan layanan</li> <li>✓ Kontrak kerja dan material</li> </ul>	Pasal 57 hingga Pasal 65

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Opsi terhadap pemasok jika layanan tidak sesuai dengan jaminan</li> <li>✓ Hilangnya hak untuk membatalkan kontrak</li> <li>✓ Sebuah kegagalan besar</li> <li>✓ Aturan yang berlaku terhadap pembatalan kontrak</li> <li>✓ Dampak Pembatalan kontrak</li> <li>✓ Kekuasaan Pengadilan untuk memberikan keringanan tambahan</li> </ul>	
BAB X	<p>Kewajiban Keluaran (setiap barang)          Apabila terdapat barang yang dikeluarkan mengalami kecacatan maka orang-orang yang berkaitan dengan barang tersebut wajib bertanggung jawab atas kecacatan barang</p>	Pasal 66 hingga Pasal 72
BAB XI	<p>Menteri dapat membentuk Dewan Perlindungan Konsumen Nasional untuk memberikan nasihat mengenai hal-hal sehubungan dengan masalah konsumen dan pelaksanaan undang-undang ini, peningkatan perlindungan dan kesadaran konsumen dalam urusan konsumen dan hal-hal lain yang dapat dirujuk oleh Menteri demi terlaksananya undang-undang ini dengan baik. Untuk ketentuan lainnya diatur dalam undang-undang ini lebih lanjut.</p>	Pasal 73 hingga Pasal 84
BAB XIA	<p>Komite Periklanan memiliki beberapa fungsi di antaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Memberi nasihat kepada Menteri dalam segala aspek yang berkaitan dengan periklanan, termasuk iklan yang bertentangan dengan Bagian II Undang-undang ini;</li> <li>✓ Menyelidiki keluhan sehubungan dengan iklan;</li> <li>✓ Menerbitkan atau mempublikasikan informasi yang berkaitan dengan sifat dan karakteristik barang atau jasa yang dapat mempengaruhi hak atau menimbulkan kerugian bagi pengguna; Dan</li> <li>✓ Untuk melaksanakan hal-hal lain yang dianggapnya tepat untuk menjalankan fungsinya secara lebih efektif atau yang bersifat insidental terhadap pelaksanaan fungsinya.</li> </ul> <p>Untuk ketentuan lainnya diatur dalam undang-undang ini lebih lanjut.</p>	Pasal 84A hingga 84D
BAB XII	<p>Pengadilan Klaim Konsumen, dalam bagian ini mengatur mengenai beberapa ketentuan di antaranya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pembentukan pengadilan klaim konsumen</li> <li>✓ Keanggotaan Pengadilan</li> <li>✓ Kinerja sementara fungsi ketua</li> <li>✓ Lowongan</li> </ul>	Pasal 85 hingga Pasal 122

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pembatalan janji temu</li> <li>✓ Pengunduran diri</li> <li>✓ Pengisian lowongan</li> <li>✓ Kompensasi</li> <li>✓ Sekretaris pengadilan dan petugas lainnya</li> <li>✓ Pegawai negeri sipil</li> <li>✓ Tidak ada tindakan terhadap pengadilan</li> <li>✓ Sidang pengadilan</li> <li>✓ Dimulainya proses</li> <li>✓ Yurisdiksi pengadilan</li> <li>✓ Batasan yurisdiksi</li> <li>✓ Perluasan yurisdiksi melalui perjanjian</li> <li>✓ Kelalaian untuk membawa klaim ke yurisdiksi</li> <li>✓ Penyebab tindakan tidak dapat dibagi</li> <li>✓ Penghapusan yurisdiksi pengadilan</li> <li>✓ Pembuangan barang yang mudah rusak</li> <li>✓ Pemberitahuan klaim dan sidang</li> <li>✓ Negosiasi penyelesaian</li> <li>✓ Hak untuk hadir pada persidangan</li> <li>✓ Proses persidangan harus terbuka</li> <li>✓ Prosedur harus ditulis</li> <li>✓ Keterangan</li> <li>✓ Pengadilan dapat bertindak jika salah satu pihak tidak ada</li> <li>✓ Pengadilan penghargaan</li> <li>✓ Rujukan kepada hakim pengadilan tinggi mengenai permasalahan hukum</li> <li>✓ Alasan keputusan tersebut</li> <li>✓ Perintah dan penyelesaian harus dicatat secara tertulis</li> <li>✓ Keputusan pengadilan bersifat final</li> <li>✓ Hukuman pidana jika tidak mematuhi</li> <li>✓ Prosedur jika tidak ada ketentuan yang dibuat</li> <li>✓ Tidak adanya proses pengadilan, atau putusan atau dokumen lain dari pengadilan yang dapat dikesampingkan atau dibatalkan</li> <li>✓ Pembuangan dokumen</li> <li>✓ Tindakan atau kelalaian yang dilakukan dengan itikad baik</li> <li>✓ Peraturan yang berkaitan dengan pengadilan</li> </ul>	
BAB XIII	<p>Pelaksanaan membahas mengenai beberapa ketentuan di antaranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Kekuasaan investigasi</li> <li>✓ Pengaduan kepada asisten pengendali</li> <li>✓ Kartu wewenang</li> <li>✓ Kekuasaan asisten pengendali untuk meminta</li> </ul>	Pasal 123 hingga Pasal 139

	informasi yang diberikan ✓ Asisten pengendali dapat menyimpan dokumen ✓ Akses ke catatan ✓ Kekuasaan untuk memasuki lokasi, dan memeriksa barang dan dokumen ✓ Menangkap kekuasaan ✓ Inspeksi dengan surat perintah ✓ Penggeledahan dan penyitaan tanpa jaminan ✓ Surat perintah dapat diterima meskipun cacat ✓ Akses ke informasi yang direkam, data terkomputerisasi ✓ Penyitaan barang dan lain-lain ✓ Biaya penyimpanan barang ✓ Tidak ada biaya atau kerusakan yang timbul dari penyitaan yang dapat dipulihkan ✓ Perlindungan pelapor ✓ Kesaksian agen provokator dapat diterima ✓ Asumsi dan pemeriksaan mengenai sempel ✓ Hadiah untuk informasi ✓ Penyediaan informasi ✓ Pemusnahan, penyembunyian, mutilasi dan perubahan catatan ✓ Kesalahan mengenai informasi ✓ Hambatan ✓ Penggunaan informasi rahasia	
BAB XIV	Umum dan Lain-lain	Pasal 140 hingga Pasal 150

Terkadang para konsumen dapat mudah tertipu dengan iklan-iklan yang ditayangkan secara *online* hal ini juga timbul karena minimnya pengetahuan masyarakat Malaysia mengenai dasar pengaturan iklan serta kurangnya lembaga pengawasan terhadap iklan-iklan yang tersebut di dunia *online*. Terkadang iklan-iklan yang tersebar di internet juga tidak sesuai dengan pengaturan yang sudah di atur dalam akta komunikasi dan multimedia Malaysia, sebagian besar dari iklan-iklan tersebut merupakan iklan-iklan palsu dan meyesatkan

para konsumen. Berdasarkan Pasal 84A Akta Perlindungan Konsumen terdapat suatu Komite Periklanan yang dibentuk oleh para menteri dengan tugas untuk memeriksa pengaduan mengenai periklanan, mempublikasikan hak-hak konsumen dan yang lain. Iklan yang dimaksud berupa ucapan, tulisan, suara, sketsa atau gambar yang dipublikasikan melalui<sup>165</sup>:

- a. Pameran atau pemasangan pengumuman;
- b. Penggunaan media cetak seperti surat kabar, majalah atau bahan cetakan seperti katalog, daftar harga, surat edaran, label, kartu dan dokumen atau bahan lainnya;
- c. Mempertunjukkan film, gambar atau foto;
- d. Penggunaan media elektronik seperti radio, televisi atau telekomunikasi *online* dan juga sarana lainnya.

Untuk sangsi yang diberikan apabila melawan hukum tersebut, maka akan didenda dan di penjara berdasarkan ketentuan pada Pasal 25 Akta Perlindungan Pengguna. Apabila dalam melakukan tindak pidana tersebut melibatkan Badan Hukum maka akan diberikan denda kurang RM 250.000 (dua ratus lima puluh ribu ringgit Malaysia) setara dengan kurang lebih Rp. 816.021.207 (delapan ratus enam belas juta dua puluh satu ribu dua ratus tujuh rupiah). Apabila dalam melakukan tindak pidana melibatkan organisasi non-korporat maka denda paling banyak RM 100.00

---

<sup>165</sup> Lihat Pasal 84A Undang-Undang Malaysia Nomor 599 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pengguna

(seratus ribu ringgit Malaysia) setara dengan Rp. 326.408.482 (tiga ratus dua puluh enam juta empat ratus delapan ribu empat ratus delapan puluh dua rupiah) atau penjara paling lama tiga tahun atau kedua-duanya.<sup>166</sup>

Akta Perlindungan Pengguna juga melarang adanya perilaku-perilaku yang membingungkan dan menipu, pada pasal 9 dijelaskan bahwa tidak seorangpun diperbolehkan melakukan tindakan yang menyesatkan dan menipu konsumen demi keuntungannya sendiri.<sup>167</sup> Hal ini kembali ditekankan pada pasal berikutnya, yang melarang untuk menyesatkan konsumen, dengan cara memberikan informasi palsu mengenai barang atau layanan yang ditawarkan.<sup>168</sup>

Adapun beberapa lembaga yang dibuat untuk mengawasi dan menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan perlindungan pengguna. Lembaga tersebut di antaranya Dewan Pertimbangan Konsumen Nasional dan Pengadilan Klaim Konsumen. Dewan Pertimbangan Nasional berfungsi untuk memberikan nasehat seputar, konsumen dan pelaksanaan undang-undang, peningkatan perlindungan dan kesadaran konsumen dalam urusan konsumen; serta hal-hal lain yang dapat dirujuk oleh Menteri demi terlaksananya undang-undang ini dengan baik dan efektif serta demi perlindungan

---

<sup>166</sup> Muhammad Adnan Pitchan dan Siti Zobidah Omar, “Dasar Keselamatan Siber Malaysia: Tinjauan Terhadap Kesedaran Netizen dan Undang-Undang,” *Jurnal Komunikasi: Malaysia Journal of communication*, No.1(2019): 117

<https://www.academia.edu/download/74414424/9178.pdf>

<sup>167</sup> Lihat Pasal 9 Undang-Undang Malaysia Nomor 599 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pengguna

<sup>168</sup> Lihat Pasal 10 Undang-Undang Malaysia Nomor 599 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pengguna

konsumen.<sup>169</sup> Sedangkan Pengadilan Klaim Konsumen merupakan lembaga pengadilan yang menyelesaikan permasalahan-permasalahan terkait perlindungan pengguna.<sup>170</sup>

Selain melindungi dalam transaksi konvensional, Akta Perlindungan Pengguna ini juga mulai melindungi konsumen dalam transaksi elektronik. Pada tanggal 20 Desember 2012 berdasarkan ketentuan Pasal 150 ayat 2(a), menteri menambahkan peraturan baru yang dikenal dengan Peraturan Perlindungan Konsumen (transaksi perdagangan elektronik) 2012. Peraturan ini mulai diberlakukan pada 1 Juli 2013. Berdasarkan peraturan tersebut, pasar *online* merupakan perdagangan dengan menggunakan website tempat barang atau jasa dipasarkan oleh pihak ketiga, sedangkan penyelenggara pasar *online* berarti orang yang menyediakan pasar *online*. Berdasarkan definisi di atas jelas bahwa pedagang yang menjual barang di media sosial juga terkait dengan aturan ini. Oleh karena itu, berdasarkan aturan tersebut, pedagang *online* perlu menyampaikan nama, nomor registrasi usaha, alamat email, nomor telepon, alamat usaha, ciri-ciri barang dan jasa, harga barang secara lengkap, cara pembayaran, syarat dan ketentuan serta perkiraan waktu pengiriman. Apabila perdagangan tidak

---

<sup>169</sup> Lihat Pasal 73 Undang-Undang Malaysia Nomor 599 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pengguna

<sup>170</sup> Lihat Pasal 85 Undang-Undang Malaysia Nomor 599 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pengguna

mengikuti aturan ini maka pedagang tersebut telah melakukan pelanggaran dan hal ini dapat dilihat pada pasal 3 ayat 1 dan 2.<sup>171</sup>

Setelah meneliti beberapa akta Malaysia mengenai perdagangan elektronik, dapat diambil beberapa peraturan mengenai perdagangan elektronik Malaysia yang berhubungan dengan pengaturan *social commerce* di antaranya pengaturan mengenai prinsip-prinsip perlindungan data pribadi, dana perlindungan data pribadi, ketentuan mengenai lembaga komite penasihat perlindungan data pribadi, dan pengadilan banding. Selain itu terdapat juga beberapa pengaturan yang berhubungan dengan *social commerce* dalam akta perlindungan konsumen di antaranya pengaturan mengenai perilaku yang membingungkan dan menipu serta pernyataan yang salah dan praktik yang tidak adil, kemudian pengaturan mengenai keamanan barang dan jasa, ketentuan tidak adil, pengaturan mengenai jaminan dan garansi, serta beberapa pengaturan mengenai lembaga pendukung perlindungan konsumen seperti Komite Periklanan, Dewan Perawatan Konsumen Nasional dan Pengadilan Klaim Konsumen.

## **B. Perbandingan Pengaturan Indonesia dan Malaysia**

W. Ewald dalam bukunya yang berjudul '*Critical Comparative Law*' menjelaskan pengertian perbandingan hukum, menurutnya perbandingan hukum merupakan suatu kegiatan yang bersifat filosofis, dimana dalam kegiatan ini akan mengkaji perbandingan mengenai konsepsi-konsepsi

---

<sup>171</sup> Muhammad Adnan Pitchan dan Siti Zobidah Omar, "Dasar Keselamatan Siber Malaysia: Tinjauan Terhadap Kesedaran Netizen dan Undang-Undang," *Jurnal Komunikasi: Malaysia Journal of communication*, No.1(2019): 117  
<https://www.academia.edu/download/74414424/9178.pdf>

intelektual yang ada dibalik sebuah lembaga hukum yang pokok dari satu atau lebih sistem hukum asing. Sedangkan menurut Gutteridge perbandingan hukum merupakan suatu metode perbandingan yang dapat digunakan dalam semua cabang hukum. Dalam pemikirannya, Gutteridge membedakan dua metode perbandingan hukum yakni *Comparative law* dan *Foreign Law*. *Comparative law* digunakan untuk membandingkan dengan sistem hukum atau lebih, sedangkan *Foreign Law* digunakan sebagai metode yang digunakan untuk mempelajari hukum asing tanpa secara nyata membandingkan sistem hukum yang lain. Adapun penjelasan mengenai perbandingan hukum menurut Ole Lando, beliau menjelaskan bahwa perbandingan hukum merupakan suatu cabang ilmu hukum, hal ini dikarenakan menurutnya dalam melakukan suatu perbandingan hukum mencakup kegiatan analisis di antara hukum-hukum tersebut.<sup>172</sup>

Berdasarkan kedua pengertian para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa perbandingan hukum dapat dikelompokkan menjadi dua definisi yaitu, perbandingan hukum sebagai suatu metode serta perbandingan hukum sebagai cabang ilmu hukum. Tujuan dari perbandingan hukum sendiri adalah membantu pembuat hukum untuk menciptakan hukum yang lebih baik bagi masyarakatnya. Selain itu juga memberikan pengetahuan mengenai hukum-hukum yang berlaku pada negara lain.<sup>173</sup>

---

<sup>172</sup> Muhammad Agus Fajar Syaefudin, Fajar Ari Sudewo dan Kus Rizkianto, *Hukum Siber (Perbandingan Indonesia dan Malaysia)* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 20210, 9-10

<sup>173</sup> Muhammad Agus Fajar Syaefudin, Fajar Ari Sudewo dan Kus Rizkianto, *Hukum Siber (Perbandingan Indonesia dan Malaysia)* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 20210, 11

Untuk membentuk suatu peraturan yang lebih baik, peneliti akan membandingkan kedua peraturan yang telah dibuat di Indonesia dan di Malaysia, untuk menganalisis apa yang sudah diterapkan dan belum diterapkan pada Undang-Undang kedua negara tersebut.

### 3.7 Perbandingan Undang-Undang Indonesia dan Malaysia

NO	URAIAN	INDONESIA	MALAYSIA
1	Keabsahan Pesan atau Dokumen Elektronik	Sudah diatur dalam pasal 5 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa informasi, dokumen dan tanda tangan elektronik dianggap sah dan mengikat	Sudah diatur dalam pasal 6 Akta Perdagangan Elektronik bahwa setiap informasi yang dikirim melalui sistem elektronik dan menimbulkan efek hukum dianggap sah dan tidak dapat disangkal kekuatannya
2	Kontrak Elektronik	Diatur dalam pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa penyediaan informasi produk berupa kontrak dan barang diwajibkan, dan pada pasal 18 bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik dianggap sah dan mengikat para pihak	Diatur dalam pasal 7 Akta Perdagangan Elektronik bahwa Proses pembuatan kontrak seperti usulan dan pengajuan proposal dapat dilakukan melalui siste Akta Perdagagn m elektronik dan dianggap sah
3	Tanda Tangan Digital	Diatur dalam pasal 11 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengenai syarat-syarat tanda tangan digital yang dapat berakibat hukum dan memiliki kekuatan hukum, serta pasal 12 mengenai perlindungan keamanan tanda tangan digital	Diatur dalam pasal 9 dan pasal 10 Akta Perdagangan Elektronik mengenai keabsahan tanda tangan digital dalam dokumen elektronik dan persyaratan-persyaratan yang perlu dipenuhi agar tanda tangan digital dianggap sah penggunaannya
4	Sertifikasi Elektronik	Diatur dalam Pasal 13 Undang-Undang informasi dan Transaksi Elektronik mengenai penyelenggaraan Sertifikasi Elektronik	Belum diatur dalam pasal manapun pada Akta Perdagangan Elektronik Malaysia
5	Transaksi Elektronik	Diatur dalam beberapa pasal Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik di antaranya Pasal 17 mengenai Transaksi elektronik yang dapat dilakukan	Diatur dalam pasal 3 Akta Perdagangan Elektronik, mengenai ketidakwajiban seseorang untuk menggunakan sistem elektronik dalam

		dalam lingkup privat dan publik, serta dalam melakukannya harus diikuti itikad baik, pasal 18 mengenai pemilihan hukum bagi para pihak yang melakukan transaksi elektronik, Pasal 19 mengenai penggunaan sistem elektronik yang disepakati, pasal 20 pengiriman dan pernyataan penerimaan transaksi elektronik, serta pasal 21 mengenai akibat hukum yang ditimbulkan dalam transaksi elektronik	melakukan transaksi dan para pihak bebas memilih peraturan mana yang digunakan dalam transaksi elektronik yang akan dilakukan
6	Pesan Elektronik	Belum diatur dalam pasal manapun pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Indonesia	Diatur dalam beberapa pasal Akta Perdagangan Elektronik, di antaranya pasal 17 mengenai penerima dan pengirim pesan elektronik, pasal 18 mengenai isi pesan elektronik, pasal 19 mengenai pemisahan pesan elektronik, pasal 20 mengenai ketentuan waktu pengiriman pesan elektronik, pasal 21 mengenai ketentuan waktu penerimaan pesan elektronik, pasal 22 tentang ketentuan tempat pengiriman, pasal 23 tentang ketentuan tempat penerimaan pesan elektronik, serta pasal 24 mengenai pengakuan penerimaan pesan elektronik.
7	Perbuatan yang dilarang	Diatur dalam beberapa pasal Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, di antaranya pasal 27 ayat (4) tentang larangan mendistribusikan pemerasan. Pasal 28 ayat (1) larangan menyebarkan berita bohong yang menyesatkan dan merugikan konsumen dalam perdagangan elektronik. Pasal 30 mengenai larangan mengakses komputer sistem elektronik milik orang lain dengan cara apapun.	Belum diatur dalam pasal manapun pada akta perdagangan elektronik Malaysia

		<p>Pasal 31 mengenai larangan penyadapan dalam suatu komputer atau sistem elektronik orang lain dan membagikannya ke publik tanpa persetujuan pemilik data tersebut, kecuali dilakukan oleh Jaksa atau Polisi.</p> <p>Pasal 32 mengenai larangan membagikan, mengubah, merusak dan menghilangkan informasi elektronik milik orang lain. Pasal 33 mengenai larangan melakukan tindakan yang berakibat rusaknya sistem elektronik. Pasal 34 tentang larangan menjual, mendistribusikan, menyediakan perangkat lunak atau perangkat keras yang digunakan untuk melakukan kejahatan yang dilarang sebelumnya.</p> <p>Pasal 35 tentang larangan memanipulasi informasi elektronik dan dianggap informasi otentik.</p> <p>Pasal 36 tentang larangan melakukan seluruh perbuatan diatas dan mengakibatkan kerugian bagi orang lain.</p> <p>Pasal 37 tentang larangan melakukan seluruh perbuatan diatas di luar wilayah Indonesia.</p>	
8	Penyelesaian sengketa	<p>Diatur dalam beberapa pasal Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, di antaranya pasal 38 tentang pengajuan gugatan terhadap pihak penyelenggara sistem elektronik.</p> <p>Pasal 39 mengenai gugatan perdata dan penyelesaian sengketa.</p>	Belum diatur dalam pasal manapun pada akta perdagangan elektronik Malaysia
9	Prinsip perlindungan data pribadi	<p>Diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi mengenai asas perlindungan, bahwa setiap data pribadi dilindungi agar tidak disalahgunakan; asas kepastian hukum, bahwa setiap pemrosesan data pribadi dilakukan berdasarkan hukum; asas</p>	<p>Diatur dalam beberapa pasal dalam Akta Perlindungan Data Pribadi, di antaranya pasal 5 tentang prinsip perlindungan data pribadi yang terdiri dari 7 prinsip yang dibahas dalam 7 pasal selanjutnya.</p> <p>Pasal 6 tentang prinsip-prinsip</p>

		<p>kepentingan umum, bahwa dalam mengakkan perlindungan data pribadi harus memperhatikan kepentingan umum; asas kemanfaatan, bahwa perlindungan data pribadi harus bermanfaat bagi kepentingan nasional; asas kehati-hatian, bahwa para pihak terkait data pribadi harus memperhatikan aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian; asas keseimbangan, bahwa adanya keseimbangan antara hak as data pribadi dan hak negara berdasarkan kepentingan umum; asas pertanggungjawaban, bahwa semua pihak yang berkaitan dengan data pribadi bertanggungjawab atas penggunaan data pribadi dan asas kerahasiaan, bahwa data pribadi dilindungi kerahasiaannya dari pihak yang tidak berhak memproses data pribadi.</p>	<p>umum perlindungan data pribadi dimana dalam memproses data pribadi sensitif membutuhkan izin dari pemilik data.  Pasal 7 tentang prinsip pemberitahuan dan pilihan, dimana dalam hal menggunakan data, pengguna data wajib meminta izin secara tertulis dan memberikan pilihan kepada pemilik data untuk memilih dan membatasi penggunaan data.  Pasal 8 tentang prinsip wahyu, dimana data pribadi tidak diperbolehkan untuk diungkapkan tanpa persetujuan pemilik data.  Pasal 9 prinsip keamanan, dimana pengguna data harus benar-benar berupaya melindungi keamanan penggunaan data pribadi milik orang lain.  Pasal 10 tentang prinsip penyimpanan data, dimana penyimpanan data pribadi tidak boleh melebihi dari waktu yang sudah ditentukan, apabila waktu penggunaan telah berakhir maka data pribadi tersebut wajib dihapus atau dimusnahkan.  Pasal 11 tentang prinsip integritas data, dimana pengguna data harus berupaya memastikan bahwa data merupakan data yang akurat.  Pasal 12 tentang prinsip akses, dimana pemilik data pribadi diperbolehkan untuk mengakses data pribadinya yang sedang digunakan.</p>
10	Pendaftaran dan Registrasi Pengguna Data	Belum diatur dalam pasal manapun pada Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Indonesia	Diatur dalam beberapa pasal dalam Akta Perlindungan Data Pribadi, di antaranya Pasal 14 mengenai penetapan kategori pengguna data yang wajib didaftarkan sebagai pengguna data;

			<p>Pasal 15 mengenai aplikasi untuk pendaftaran;</p> <p>Pasal 16 tentang sertifikat pendaftaran;</p> <p>Pasal 17 tentang perpanjangan sertifikat pendaftaran;</p> <p>Pasal 18 tentang pembatalan pendaftaran;</p> <p>Pasal 19 tentang penyerahan sertifikat pendaftaran dan Pasal 20 mengenai daftar pengguna data.</p>
11	Forum Pengguna Data	<p>Belum diatur dalam pasal manapun pada Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Indonesia</p>	<p>Diatur dalam beberapa pasal dalam Akta Perlindungan Data Pribadi, di antaranya, Pasal 21 mengenai pembentukan forum pengguna data;</p> <p>Pasal 22 mengenai pendaftaran forum pengguna data;</p> <p>Pasal 23 praktik kegiatan forum pengguna data;</p> <p>Pasal 24 pengeluaran kode etik komisararis terhadap praktik forum pengguna data;</p> <p>Pasal 25 mengenai praktik forum pengguna data yang resmi berlaku;</p> <p>Pasal 26 mengenai pembatalan dan penghapusan praktik forum pengguna data;</p> <p>Pasal 27 mengenai presentasi praktik baru forum pengguna data;</p> <p>Pasal 28 mengenai daftar praktik dan Pasal 29 mengenai ketidakpatuhan terhadap praktik</p>
12	Hak Subjek Data	<p>Diatur dalam beberapa pasal Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, di antaranya, Pasal 5 mengenai hak mendapatkan informasi yang berkaitan dengan data pribadi;</p> <p>Pasal 6 mengenai hak untuk melengkapi, memperbaharui dan memperbaiki data pribadi;</p> <p>Pasal 7 mengenai hak untuk mengakses data pribadi dan memperoleh salinan data pribadi;</p>	<p>Diatur dalam beberapa pasal dalam Akta Perlindungan Data Pribadi, di antaranya, Pasal 30 mengenai hak untuk mengakses data pribadi; Pasal 31 mengenai kepatuhan pengguna data atas pengaksesan data milik subjek data;</p> <p>Pasal 32 mengenai penolakan pengguna data terhadap permintaan akses oleh pihak selain pemilik data;</p>

		<p>Pasal 8 mengenai hak penghapusan data pribadi;</p> <p>Pasal 9 mengenai hak menarik kembali persetujuan pemrosesan data pribadi miliknya;</p> <p>Pasal 10 mengenai hak untuk mengajukan keberatan atas tindakan pengambilan keputusan yang hanya didasarkan pada pemrosesan secara otomatis yang menimbulkan akibat hukum;</p> <p>Pasal 11 mengenai hak menunda atau membatasi pemrosesan data pribadi secara proporsional;</p> <p>Pasal 12 mengenai hak menggugat dan menerima ganti rugi atas pelanggaran pemrosesan data pribadi;</p> <p>Pasal 13 mengenai hak menggunakan dan mengirim data pribadinya.</p>	<p>Pasal 33 mengenai pemberitahuan penolakan pengaksesan data baik kepada pihak yang meminta dan kepada pemilik data asli;</p> <p>Pasal 34 mengenai hak untuk memperbaiki data pribadi;</p> <p>Pasal 35 mengenai kepatuhan pengguna data terhadap permintaan koreksi data;</p> <p>Pasal 36 mengenai penolakan koreksi data yang tidak berkaitan atau tidak diperlukan;</p> <p>Pasal 37 mengenai pemberitahuan tertulis penolakan koreksi data;</p> <p>Pasal 38 mengenai hak penarikan persetujuan untuk memproses data pribadi;</p> <p>Pasal 39 mengenai hak untuk pengungkapan data pribadi;</p> <p>Pasal 40 larangan pemrosesan data pribadi sensitif ;</p> <p>Pasal 41 mengenai pengumpulan data pribadi berulang kali;</p> <p>Pasal 42 mengenai hak untuk mencegah pemrosesan yang dapat menyebabkan kerusakan atau kesusahan;</p> <p>Pasal 43 mengenai hak untuk mencegah pemrosesan untuk tujuan pemasaran langsung;</p> <p>Pasal 44 mengenai kewajiban penyimpanan catatan permintaan atau permohonan mengenai data yang diajukan oleh pemilik data.</p>
13	Lembaga Penyelenggara dan Pengawasan Perlindungan Data Pribadi	<p>Diatur dalam beberapa pasal dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, di antaranya, Pasal 58 mengenai kelembagaan penyelenggaraan perlindungan data pribadi yang ditetapkan oleh presiden;</p> <p>Pasal 59 mengenai tugas lembaga yang telah ditentukan;</p> <p>Pasal 60 mengenai wewenang</p>	<p>Diatur dalam beberapa pasal Akta Perlindungan Data Pribadi di antaranya, Pasal 47 pengangkatan komisaris;</p> <p>Pasal 48 mengenai fungsi komisaris;</p> <p>Pasal 49 mengenai wewenang komisaris;</p> <p>Pasal 50 mengenai pengangkatan wakil dan asisten komisaris;</p>

		<p>lembaga; Pasal 61 mengenai tata cara pelaksanaan wewenang.</p>	<p>Pasal 51 mengenai pengangkatan perwira dan pelayanan lainnya untuk membantu komisaris; Pasal 53 masa jabatan komisaris; Pasal 54 pembatalan pengangkatan dan pengunduran diri komisaris; Pasal 55 pelaksanaan sementara fungsi dan wewenang komisaris; Pasal 56 lowongan jabatan komisaris; Pasal 57 kompensasi dan tunjangan komisaris; Pasal 58 pendelegasian fungsi dan wewenang komisaris; Pasal 59 Instruksi menteri; Pasal 60 Pernyataan, laporan, akun dan informasi;</p>
14	Dana Perlindungan Data Pribadi	Belum diatur dalam pasal manapun pada Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi	<p>Diatur dalam beberapa pasal dalam Akta Perlindungan Data Pribadi, di antaranya Pasal 61 mengenai pembentukan dana; Pasal 62 mengenai Biaya yang harus ditanggung dalam perlindungan data pribadi; Pasal 63 mengenai pemeliharaan dana; Pasal 64 mengenai dana cadangan; Pasal 65 mengenai tahun keuangan; Pasal 66 mengenai batasan kontrak; Pasal 67 mengenai akun bank; Pasal 68 mengenai akun dan audit; Pasal 69 mengenai pengeluaran dan persiapan anggaran;</p>
15	Komite Penasihat Perlindungan Data Pribadi	Belum diatur dalam pasal manapun pada Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi	<p>Diatur dalam beberapa pasal Akta Perlindungan Data Pribadi, di antaranya, Pasal 70 mengenai pembentukan komite penasihat; Pasal 71 mengenai fungsi komite penasihat; Pasal 72 mengenai anggota komite penasehat;</p>

			<p>Pasal 73 mengenai masa jabatan;  Pasal 74 mengenai pembatalan pengangkatan dan pengunduran diri;  Pasal 75 mengenai kinerja sementara fungsi ketua;  Pasal 76 mengenai lowongan anggota komite penasehat;  Pasal 77 mengenai tunjangan;  Pasal 78 mengenai waktu dan tempat pertemuan;  Pasal 79 mengenai komite penasehat dapat mengundang orang lain dalam menghadiri rapat;  Pasal 80 mengenai hasil rapat;  Pasal 81 mengenai prosedur;  Pasal 82 mengenai kewajiban anggota penasehat</p>
16	Transfer Data Pribadi	Diatur dalam dua pasal Undang-Undang Perlindungan Da Pribadi, yaitu, Pasal 55 mengenai transfer data pribadi dalam wilayah hukum Indonesia dan Pasal 56 mengenai transfer data ke luar wilayah hukum Indonesia	Diatur dalam Pasal 129 Akta Perlindungan Data Pribadi mengenai transfer data pribadi ke luar dari wilayah negara Malaysia
17	Penggunaan undang-undang bagi sarana elektronik	Belum diatur dalam pasal manapun pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen	Diatur dalam Pasal 2 Akta Perlindungan Pengguna, menjelaskan bahwa undang-undang ini sudah mencakup perdagangan yang dilakukan dalam sarana elektronik
18	Kelembagaan yang mendukung perlindungan konsumen	Diatur dalam dua pasal Undang-Undang perlindungan konsumen, yaitu Pasal 44 mengenai lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dan Pasal 31 hingga Pasal 43 mengenai Badan Perlindungan Konsumen Nasional	Diatur dalam beberapa pasal dalam Akta Perlindungan pengguna di antaranya, Pasal 7 mengenai pejabat publik yang diangkat sebagai pengawas urusan konsumen dan wakil pengawas urusan konsumen; Pasal 73 hingga Pasal 84 mengenai Dewan Penasehat Konsumen; Pasal 84A hingga Pasal 84D mengenai Komite Periklanan; Pasal 85 hingga Pasal 122 mengenai Pengadilan Klaim

			Konsumen
19	Perbuatan yang dilarang	<p>Diatur dalam beberapa pasal dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di antaranya , Pasal 8 yang mengatur larangan menjual atau memproduksi barang yang tidak sesuai beratnya, ukurannya, kondisinya, mutunya, dan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, larangan tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, larangan penjualan barang tidak halal, larangan tidak memasang label penjelasan barang, serta larangan tidak mencantumkan informasi petunjuk penggunaan;</p> <p>Pasal 9 mengenai larangan mempromosikan barang atau jasa secara tidak benar (penipuan);</p> <p>Pasal 10 mengenai larangan menyesatkan harga, kegunaan barang atau jasa, kondisi, dan bahaya penggunaan barang;</p> <p>Pasal 11 mengenai larangan penjualan berbentuk obral yang menyesatkan;</p> <p>Pasal 12 mengenai penipuan terhadap penawaran yang barang atau jasanya sebenarnya tidak disediakan;</p> <p>Pasal 13 mengenai larangan menawarkan hadiah gratis yang sebenarnya tidak ada;</p> <p>Pasal 14 mengenai larangan penipuan undian;</p> <p>Pasal 15 mengenai larangan penawaran menggunakan metode pemaksaan;</p> <p>Pasal 16 mengenai larangan tidak menepati janji baik berupa waktu pesanan barang maupun barang;</p> <p>Pasal 17 larangan mengenai iklan yang menipu dan merugikan konsumen.</p>	<p>Diatur dalam beberapa pasal dalam Akta Perlindungan Pengguna di antaranya, Pasal 10 mengenai larangan membuat pernyataan mengenai barang/jasa yang menyesatkan;</p> <p>Pasal 12 mengenai larangan mempresentasikan harga yang keliru;</p> <p>Pasal 13 mengenai larangan membuat iklan palsu;</p> <p>Pasal 14 mengenai larangan menawarkan atau mengiklankan atau menjanjikan hadiah gratis namun tidak ada;</p> <p>Pasal 15 larangan mengenai klaim suatu barang terbatas, kecuali sudah dijelaskan sebelum pemesanan;</p> <p>Pasal 16 larangan menerima atau menyetujui pembayaran tanpa niat memberikan barang atau jasa;</p> <p>Pasal 18 mengenai iklan yang dibuat.</p>
20	Keamanan barang dan jasa	Hanya diatur mengenai asas keamanan dan jasa, tidak dijelaskan	Diatur dalam beberapa pasal dalam Akta Perlindungan

		mengenai aturan keamanan suatu barang atau jasa	Pengguna, di antaranya Pasal 19 mengenai standar keselamatan barang maupun jasa; Pasal 20 mengenai kepatuhan standar keselamatan barang maupun jasa; Pasal 21 mengenai persyaratan keselamatan umum barang; Pasal 21A mengenai persyaratan keamanan umum untuk layanan; Pasal 22 mengenai pertahanan; Pasal 23 mengenai larangan terhadap barang dan jasa yang tidak aman; Pasal 24 mengenai larangan importasi barang atau jasa.
21	Badan penyelesaian sengketa	Diatur dalam Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa penyelesaian sengketa dapat dilakukan di pengadilan, atau di luar pengadilan; Pasal 47 mengenai penyelesaian sengketa di luar pengadilan; Pasal 48 mengenai penyelesaian sengketa di dalam pengadilan melalui peradilan umum; Pasal 49 hingga Pasal 58 mengenai penyelesaian sengketa yang dilakukan di luar pengadilan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen	Diatur dalam Pasal 85 akta Perlindungan Pengguna hingga Pasal 122 mengenai Pengadilan Klaim Konsumen

Dalam menyelesaikan permasalahan sengketa konsumen dengan pelaku usaha, Indonesia memiliki Badan Penyelesain Sengketa Konsumen, namun sangat disayangkan bahwa badan ini kurang efektif dalam menyelesaikan persengketaan. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih memilih untuk membiarkan permasalahan yang terjadi karena biaya yang tidak setara antara kerugian yang didapat dan biaya untuk menyelesaikan persengketaan. Malaysia sudah pernah menyelesaikan permasalahan persengketaan yang

terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen yang berhasil diselesaikan oleh Lembaga Pengadilan Klaim Konsumen Malaysia. Indonesia dapat belajar dari Malaysia dalam menyelesaikan persengketaan antara pelaku usaha dengan konsumen.<sup>174</sup>

### C. Pengaturan *Social Commerce* Perspektif Masalah Mursalah

Hukum merupakan sesuatu yang selalu berubah sesuai dengan kondisi tempat dan waktu hukum tersebut dibuat dan berjalan. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT.

مَا نَنْسَخُ مِنْ آيَةٍ أَوْ نُنسِهَا نَأْتِ بِخَيْرٍ مِنْهَا أَوْ مِثْلَهَا أَمْ تَعْلَمُونَ أَنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Ayat yang Kami nasakh (batalkan) atau Kami jadikan (manusia) lupa padanya, pasti Kami ganti dengan yang lebih baik atau yang sebanding dengannya. Apakah engkau tidak mengetahui bahwa Allah Mahakuasa atas segala sesuatu? (al-Baqarah; 106)”

Ahamd Mustafa al-Maraghi, menafsirkan ayat tersebut bahwa “sesungguhnya hukum-hukum itu diundangkan untuk kepentingan manusia, dan kepentingan manusia dapat berbeda-beda karena perbedaan waktu dan tempat. Apabila suatu hukum diundangkan yang pada waktu itu memang dirasakan kebutuhan akan adanya hukum itu, kemudian seiring berjalannya waktu kebutuhan tersebut berubah menjadi kepentingan yang lain yang posisinya lebih urgent, maka hukum yang sebelumnya akan dihapus dan hukum baru harus dibentuk.<sup>175</sup> Berdasarkan ayat tersebut maka dapat dikatakan bahwa Hukum dapat berubah sesuai dengan tempat dan waktu

<sup>174</sup> Ahmad Wahidi, Musataklima dan Nur Jannani, “Kewenangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dan Pengadilan Tuntutan Pengguna Malaysia (TTPM) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen,” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, No.1(2023): 92  
[https://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/dejure/article/download/3387/pdf\\_1](https://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/dejure/article/download/3387/pdf_1)

<sup>175</sup> Ahmad Mustafa al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi*, (Beirut: Dar al-Ihya al-Arabi, 1971), 136

hukum itu berada. Pengaturan *social commerce* merupakan suatu hal baru yang perlu dibuat hukumnya untuk mengatur dan mengawasi perkembangannya, maka sesuai dengan ayat tersebut pembentukan pengaturan *social commerce* sangat diperlukan.

Penerapan *maslahah* sebagai metode untuk menetapkan suatu ketentuan hukum sudah sering digunakan, terlebih bagi beberapa ketentuan yang tidak dijelaskan pengaturannya dalam Al-Qur'an maupun Al-Sunnah.<sup>176</sup> Imam al-Ghazali mengkaji *maslahah* dengan penelitian yang mendalam jika dibandingkan dengan ulama yang lain. Imam al-Ghazali mendefinisikan *maslahah* sebagai kegiatan mencari sesuatu yang bermanfaat, atau menyingkirkan sesuatu yang dianggap sebagai *mudharat*. Dengan kata lain *maslahah* adalah pemeliharaan dari maksud obyektif hukum yang terdiri dari lima unsur yaitu memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara keturunan dan yang terakhir memelihara harta. Setiap kegiatan yang mengandung kelima unsur tersebut disebut dengan *maslahah*.<sup>177</sup> Imam al-Ghazali menjelaskan dalam kitabnya yang berjudul *al-Mankul* (المنحول) bahwa *maslahah* terbagi menjadi dua jenis yaitu, *maslahah* yang sama sekali tidak ditemukan dalilnya di dalam hukum Islam yang disebut dengan *istidlal mursal* (استدلال المرسل) dan *maslahah* yang sejalan serta relevan dengan penetapan hukum Islam yang disebut *istidlal sahih* (استدلال الصحيح). *Maslahah*

<sup>176</sup> Risdianto, "Maslahah Mursalah al-Ghazali Sebagai Dasar Hukum Fatwa MUI No.14 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid 19," *Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, No.1(2021): 79  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/article/download/8608/5086>

<sup>177</sup> Nur Asiah, "Maslahah Menurut Konsep Imam al-Ghazali," *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*, No.1(2020): 123  
<https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/download/663/750/>

yang tidak ditemukan ketentuannya dalam hukum Islam (*syara'*) dianggap oleh Imam al-Ghazali sebagai *masalah* yang tidak terwujud, maka *masalah* ini biasanya tidak dapat dikatakan diterima atau ditolak. Sedangkan *masalah* yang sejalan dengan al-Qur'an, Sunnah, atau *Ijma'* dapat diterima.<sup>178</sup> Menurut Imam al-Ghazali *masalah* dapat digunakan sebagai metode atau dalil penetapan hukum, sedangkan *mursalah* sendiri merupakan *masalah* atau suatu hal tersebut tidak terdapat pengaturannya baik dari al-Qur'an, al-Sunnah maupun *ijma*. Namun ada beberapa syarat yang dikemukakan oleh Imam al-Ghazali agar *masalah* tersebut dapat digunakan sebagai metode atau dalil untuk menentukan hukum, syarat-syarat tersebut di antaranya<sup>179</sup>:

1. *Maslahah* tersebut sejalan dengan tindakan *syara'*;
2. *Maslahah* tersebut tidak meninggalkan atau bertentangan dengan *nas syara'*;
3. *Maslahah* tersebut termasuk dalam kategori *masalah* yang *dharuri*, baik yang mengangkuat kemaslahatan pribadi maupun orang banyak dan universal, yaitu berlaku sama untuk semua orang.

Dengan adanya pembentukan suatu desain peraturan *social commerce* bagi masyarakat Indonesia, hal ini selaras dengan konsep *masalah mursalah*. Peneliti menyimpulkan demikian karena pembentukan pengaturan *social commerce* akan membawa kemanfaatan bagi masyarakat. Kemanfaatan tersebut berwujud dengan adanya perlindungan bagi masyarakat terhadap

<sup>178</sup> Syarif Hidayatullah, "Maslahah Mursalah Menurut Al-Ghazali, *al-Mizan*, No.1(2012): 124 <https://ejurnal.iiq.ac.id/index.php/almizan/article/view/49>

<sup>179</sup> Safriadi, *Maqashid Al-Syari'ah Masalahah (Kajian Terhadap Pemikiran Ibnu'asyur Dan Said Ramadhan* (Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2021), 79

kejahatan-kejahatan yang dikhawatirkan akan dialami oleh masyarakat ketika melakukan transaksi pembelian di media sosial. Hal ini juga akan menjauhkan masyarakat Indonesia dari kemudharatan yang dapat terjadi di perdagangan dalam aplikasi media sosial.

Peraturan *social commerce* termasuk dalam kategori *masalah mursalah* dimana menurut Imam al-Ghazali, *masalah* yang dijadikan dalil atau *hujjah* ini tidak diatur ketentuannya baik dalam al-Qur'an maupun al-Sunnah.<sup>180</sup> Peraturan *social commerce* juga sudah memenuhi syarat-syarat *masalah* dapat dijadikan suatu *hujjah* yang dikemukakan oleh Imam al-Ghazali, yakni pembentukan peraturan *social commerce* sudah sejalan dan tidak bertentangan dengan tujuan *syara'*, hal ini dapat dilihat bahwa dengan pembentukan peraturan *social commerce* bertujuan agar masyarakat terlindungi dari penipuan dan hilangnya data pribadi akibat kejahatan yang bisa saja terjadi dalam transaksi perdagangan elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa, peraturan *social commerce* dapat melindungi harta benda milik masyarakat. Melindungi harta benda merupakan salah satu dari tujuan *syara'* yang lima, yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.<sup>181</sup> Hal ini sesuai dengan firman Allah yakni:

وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ ۗ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ ۗ

“Berjuanglah kamu pada (jalan) Allah dengan sebenar-benarnya. Dia telah memilih kamu dan tidak menjadikan kesulitan untukmu dalam agama..”

<sup>180</sup> Syarif Hidayatullah, “Masalah Mursalah Menurut Al-Ghazali, *al-Mizan*, No.1(2012): 124 <https://ejurnal.iiq.ac.id/index.php/almizan/article/view/49>

<sup>181</sup> Risdianto, “Masalah Mursalah al-Ghazali Sebagai Dasar Hukum Fatwa MUI No.14 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid 19,” *Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, No.1(2021): 79 <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/article/download/8608/5086>

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa Allah tidak menyalahkan kita dalam urusan kehidupan kita. Allah memberikan kemudahan bagi manusia untuk memenuhi kebutuhannya dan melindungi apa yang dimilikinya yakni hal yang pokok (5 hal tujuan *syara'*). Oleh sebab itu, pembentukan pengaturan *social commerce* sudah selaras dengan tujuan *syara'*. Selain sesuai dengan tujuan *syara'* pembentukan peraturan *social commerce* juga merupakan *masalah dharuri* atau *al-Maqashidal-Dharuriyyat* yang terdiri dari lima hal yaitu, *al-Din*, *al-Nafs*, *al-Nafs*, *al-Mal*, dan *al-Aql*<sup>182</sup> dimana dalam pembentukan peraturan tersebut memberi kemanfaatan bagi banyak orang yaitu masyarakat Indonesia.

Jika pembentukan peraturan *social commerce* ditinjau dari segi pembuat hukum (*syar'i*), maka pembuatan peraturan tersebut termasuk dalam kategori *masalah mursalah*. Dalam hukum Islam, meninjau suatu hal baru yang belum diatur oleh peraturan baik aturan umum maupun khusus dalam aturan Islam (al-Qur'an dan al-Sunnah), disebut *masalah mursalah*.<sup>183</sup> Peraturan *social commerce* belum diatur baik secara umum dan khusus dalam al-Qur'an maupun al-Sunnah dan juga belum ditemukan peraturan yang melarangnya, olehsebab itu pengaturan *social commerce* haruslah dibentuk karena dibutuhkannya hukum tersebut di masa sekarang, hal ini sesuai dengan ayat al-baqarah ayat 106 yang dibahas sebelumnya..

---

<sup>182</sup> Safriadi, *Maqashid Al-Syari'ah Masalah (Kajian Terhadap Pemikiran Ibnu'asyur Dan Said Ramadhan* (Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2021), 4

<sup>183</sup> Imron Rosyadi, "Masalah Mursalah Sebagai Dalil Hukum," *Jurnal SUHUF*, no.1(2012): 15-16

<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/2910/2.%20IMRON%20ROSYADI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Peraturan *social commerce* jika ditinjau dari perpektif *masalah mursalah* dapat disimpulkan bahwa pembentukan peraturan *social commerce* sesuai dengan konsep kemaslahatan, karena dengan adanya peraturan *social commerce* akan memberikan manfaat kepada masyarakat berupa perlindungan terhadap kejahatan perdagangan dalam media sosial.

#### **D. Desain Formulasi Pengaturan *Social Commerce* di Indonesia**

Beberapa peraturan yang berhubungan dengan perdagangan media sosial memang terdapat dalam beberapa ketentuan-ketentuan yang diatur dalam undang-undang Indonesia seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengatur mengenai perdagangan dalam media elektronik, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang mengatur ketentuan-ketentuan pengguna data untuk melindungi data pribadi yang digunakan, dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dibuat untuk melindungi konsumen dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa. Namun, pengaturan yang dibuat belum memadai untuk melindungi masyarakat dalam melakukan perdagangan dalam media sosial (*social commerce*). Hal ini dikarenakan masih banyak terjadi kasus-kasus kebocoran data yang masih terjadi di Indonesia. Dan dikhawatirkan akan semakin banyak kasus-kasus kebocoran data yang terjadi, terlebih pada saat ini, beberapa media sosial mulai mengembangkan aplikasinya untuk berbelanja. Banyak dari aplikasi tersebut memberikan fitur untuk berbelanja secara *online* layaknya *platform* perdagangan, salah satunya seperti TikTok, yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu pengaturan yang lebih

memadai sangat dibutuhkan untuk mengawasi perdagangan yang terjadi dalam aplikasi TikTok ini.

Dalam mendesain atau membentuk suatu peraturan yang lebih baik untuk menanggulangi permasalahan yang ada, dibutuhkan pendekatan. Pada permasalahan dalam penelitian ini, masalah yang diteliti adalah berupa hukum yang harus mengawasi perkembangan teknologi dimana perkembangan teknologi ini dikhawatirkan akan berdampak buruk bagi masyarakat. Pendekatan yang diperlukan adalah konvergensi hukum. Konsep dari konvergensi hukum berdasar pada pemahaman “walaupun sistem hukum yang diterapkan oleh setiap negara itu berbeda-beda namun pada intinya, hukum tersebut bertujuan untuk menanggulangi permasalahan yang sama di setiap negara”.<sup>184</sup> Terlihat pada negara Malaysia dan Indonesia memiliki beberapa pengaturan yang berbeda namun tujuan dari peraturan tersebut adalah melindungi masyarakat dalam melakukan transaksi perdagangan, baik secara konvensional maupun melalui elektronik.

Selain pendekatan konvergensi, dalam membentuk suatu peraturan di Indonesia diperlukan pengharmonisasian hukum, hal ini juga sangat penting dilakukan agar tidak terjadi pertentangan peraturan yang akan dibentuk dengan peraturan yang sudah ada sebelumnya. Untuk mendesain pengaturan *social commerce* di Indonesia, diperlukan beberapa analisis perbandingan peraturan, dengan melihat peraturan apa saja yang belum di atur dalam undang-undang perlindungan terkait perdagangan elektronik.

---

<sup>184</sup> Danrivanto Budhijanto, *Teori Hukum Konvergensi* (Bandung: PT Refika aditama, 2014), 102

Selain membandingkan kedua peraturan yang ada di Indonesia dan Malaysia, untuk membentuk pengaturan *social commerce* di Indonesia yang belum diatur dalam hukum manapun baik hukum secara umum dan khusus di butuhkan juga tinjauan menurut *maslahah mursalah*. Dalam menilai suatu peraturan yang bermanfaat bagi masyarakat harus mempertimbangkan apakah peraturan yang dibuat nantinya sesuai dengan *syara'* atau tidak. Keberadaan *maslahah mursalah* dapat diterapkan apabila tidak bertentangan dengan bentuk kemaslahatan lain. Apabila terdapat kontradiksi atau pertentangan dalam kemaslahatan, maka yang didahulukan adalah *maslahah* yang memiliki tingkat paling tinggi di antara *maslahah*, *Dharuriyah*, *Hajiyah* dan *Tahsiniah*.<sup>185</sup> Dalam mengimplementasikan *maslahah mursalah* dalam pembentukan peraturan *social commerce* dapat dilihat bahwa dalam pembentukan peraturan ini mengacu pada kemaslahatan masyarakat dengan tujuan melindungi harta benda berupa data pribadi dan kekhawatiran penipuan dalam melakukan transaksi melalui elektronik. Jadi peraturan yang dibentuk nantinya akan melindungi kemaslahatan sesuai *syara'*.

Setelah melakukan perbandingan dan meninjau permasalahan menggunakan perspektif *maslahah marsalah* terdapat beberapa usulan desain formulasi yang mungkin dapat dipertimbangkan untuk memperkuat perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan di media sosial. Desain formulasi pengaturan ini di bagi menjadi dua bentuk, yaitu dari segi substansi dimana pengaturan yang dibentuk berfokus pada aturan-aturan

---

<sup>185</sup> Muhajirin, dan May Dedu, "Maslahah Mursalah Dan Implementasinya Dalam Akad Muamalah," *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, No.1(2021): 198  
<https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/am/article/view/963>

yang akan mengatur permasalahan perlindungan masyarakat dalam perdagangan media sosial. Kemudian dari segi struktur akan membentuk ketentuan mengenai lembaga pendukung dalam melindungi masyarakat dan menyelesaikan masalah yang terjadi pada perdagangan media sosial.

### **1. Peraturan dari Segi Substansi**

Terdapat beberapa ketentuan yang dapat dipertimbangkan untuk membentuk pengaturan *social commerce* di antaranya :

#### **a. Pendaftaran Pengguna Data**

Dalam Akta Perlindungan Data Pribadi Malaysia terdapat ketentuan mengenai siapapun baik perorangan maupun kelompok yang akan menggunakan data pribadi harus mendaftar secara resmi ke aplikasi pendaftaran pengguna data. Hal ini dilakukan agar para pengguna data dapat diawasi oleh pemerintah dalam menggunakan data pribadi milik orang lain. Ketentuan mengenai proses pendaftaran juga diatur dalam akta tersebut, apabila pihak yang mendaftar diterima sebagai pengguna data maka pihak tersebut akan mendapatkan sertifikat resmi pengguna data. Di Indonesia sebenarnya sudah diatur namun hanya dalam peraturan menteri nomor 5 tahun 2020 yang menjelaskan kewajiban bagi penyelenggara sistem elektronik untuk mendaftar diri mereka sebelum menjalankan platform mereka. Agar lebih mendukung upaya perlindungan data terhadap penggunaan data maka peraturan ini dapat dipertimbangkan untuk dimasukkan ke dalam undang-undang yang lebih baik.

b. Pengaturan Data Sensitif

Dalam Akta Perlindungan Data Pribadi Malaysia, terdapat ketentuan mengenai pemrosesan data pribadi yang bersifat sensitif seperti informasi mengenai kondisi fisik dan kesehatan mental seseorang, opini politiknya, keyakinan agamanya, atau keyakinan lain yang serupa. Data yang berisi informasi sensitif ini dibatasi dan dilarang untuk diproses bagi para pengguna data kecuali memang dalam kondisi terpaksa dan diperlukan serta sudah disetujui oleh pemilik data. Hal ini dilakukan agar terjamin hak asasi para pemilik data dan memperketat keamanan agar tidak terjadi penyalahgunaan data. Ketentuan ini mungkin dapat dipertimbangkan untuk dimasukkan ke dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi atau dengan membentuk suatu aturan baru mengenai *social commerce*.

c. Ketentuan Sanksi Terhadap Prinsip

Baik dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia maupun dalam Akta Perlindungan Data Pribadi milik Malaysia, sudah diatur mengenai Asas dan Prinsip dalam menjalankan perlindungan data pribadi. Namun prinsip dan asas terbut dalam Undang-Undang Perlindungan Data Indonesia tidak terlalu ditekankan dalam pelaksanaannya, hal ini terlihat bahwa ketentuan sanksi terhadap asas dan prinsip yang disebutkan belum diatur dalam ketentuan pidana. Berbeda dengan Malaysia yang mekenkan 7 prinsip dalam penggunaan data pribadi, dimana ketika

prinsip-prinsip tersebut dilanggar tentunya akan mendapatkan sanksi. Hal ini baik dilakukan agar para pengguna da semakin berhati-hati dalam menggunakan atau memproses data. Ketentuan ini mungkin dapat dipertimbangkan untuk pengaturan *social commerce* selanjutnya.

Selain itu penambahan beberapa prinsip seperti prinsip pemberitahuan pilihan yang nantinya dapat memberikan hak kepada para konsumen untuk dapat membatasi data pribadi mana yang dapat diproses atau digunakan oleh pengguna data, serta penambahan prinsip integritas data, dimana nantinya data-data yang akan digunakan dapat diperiksa dan diketahui apakah data tersebut merupakan data asli atau palsu mungkin dapat dipertimbangkan.

d. Ketentuan Dana Perlindungan Data Pribadi

Untuk lebih mendukung perlindungan data pribadi yang lebih baik pastinya ada biaya-biaya yang diperlukan untuk meningkatkan keamanan. Dalam Akta Perlindungan Data Pribadi Malaysia, diatur mengenai ketentuan Dana Perlindungan Data Pribadi. Dalam ketentuan Dana ini, dijelaskan mengenai penyaluran dana yang diberikan kepada lembaga-lembaga pendukung perlindungan data pribadi untuk memfasilitasi atau meningkatkan sistem perlindungan data mereka. Dana ini juga nantinya dapat digunakan apabila ada biaya yang diperlukan untuk memperbaiki sistem atau melindungi data pribadi masyarakat Malaysia.

Ketentuan mengenai dana mungkin dapat dipertimbangkan untuk dimasukkan ke dalam undang-undang, agar pengaturan penyaluran dana lebih efisien, dana ini nantinya juga dapat digunakan untuk meningkatkan sistem perlindungan data pribadi, dan dapat diberikan kepada lembaga-lembaga perlindungan swadaya konsumen untuk melakukan penyuluhan, atau membiayai penyelesaian sengketa.

- e. Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk Media Elektronik.

Malaysia sudah membuat peraturan perlindungan konsumen dalam perdagangan yang dilakukan pada media elektronik, sehingga nantinya apabila terjadi kerugian terhadap konsumen ketika melakukan pembelian melalui media elektronik maka peraturan-peraturan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dapat digunakan. Sedang Indonesia belum mencantumkan peraturan mengenai Perlindungan Konsumen dalam perdagangan melalui media elektronik. Jadi peraturan-peraturan yang ada di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum dapat digunakan bagi konsumen yang melakukan pembelian melalui media elektronik.

## **2. Peraturan dari Segi Struktur**

Mengenai pembentukan struktur ini, dibutuhkan beberapa lembaga yang dapat digunakan untuk meningkatkan perlindungan data pribadi dan juga perlindungan konsumen. Di Indonesia terdapat lembaga pendukung perlindungan konsumen di antaranya seperti Badan Konsumen Nasional

yang bertugas memberikan saran dan pertimbangan dalam membantu upaya penegakan perlindungan konsumen. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang berfungsi untuk membantu masyarakat khususnya para konsumen dalam memahami hak-hak dan kewajiban mereka. Lembaga ini merupakan lembaga berbentuk non-pemerintah, yang diizinkan oleh pemerintah untuk menjalankan tugas memberi perlindungan kepada para konsumen. Selain itu ada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, dimana tugas lembaga ini adalah menyelesaikan persengketaan di luar pengadilan melalui cara mediasi atau arbitrase atau konsultasi. Sedangkan untuk lembaga atau badan pendukung perlindungan data pribadi belum dibentuk. Oleh sebab itu terdapat beberapa lembaga yang dapat dipertimbangkan untuk dibentuk membentuk pengaturan *social commerce* di antaranya agar dapat mendukung perlindungan data pribadi yang lebih baik di antaranya :

a. Forum Pengguna Data Pribadi

Forum pengguna data merupakan suatu badan atau lembaga yang ditunjuk oleh komisioner Malaysia sebagai forum atau kelompok pengguna data. Tujuan dibentuknya forum ini adalah untuk menyusun, mengembangkan dan menyediakan aturan yang akan melindungi hak pengguna data sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh Akta Perlindungan Data Pribadi tahun 2010.<sup>186</sup> Forum ini biasanya digunakan sebagai wadah diskusi setiap pihak pengguna

---

<sup>186</sup> Pejabat Perlindungan Data Pribadi Malaysia, "Forum Pengguna Data," Portal Resmi jabatan Perlindungan Data Pribadi, 2021 diakses 17 Maret 2024  
<https://www.pdp.gov.my/jpdpv2/mengenai-kami/maklumat-organisasi/forum-pengguna-data/>

data mengenai hal-hal yang berhubungan dengan peningkatan perlindungan sistem perlindungan data para pengguna data, yang nantinya akan menghasilkan pengembangan sistem yang lebih baik untuk melindungi data.<sup>187</sup>

Permasalahan-permasalahan yang sering dialami oleh para pengguna data juga dapat dibahas dalam forum ini. Selain itu forum pengguna data juga menyediakan website aduan, pertikaian dan rasa tidak puas. Untuk penyelesaian, forum ini juga akan menyarankan prosedur alternatif yang murah dan praktis untuk penyelesaian sengketa apapun. Forum ini sudah diatur dalam ketentuan akta Perlindungan Data Pribadi Malaysia. Lembaga ini mungkin dapat dipertimbangkan untuk dibentuk di Indonesia. Agar para pengguna data dan pemroses data dapat saling bergabung dan meningkatkan keamanan serta perlindungan data mereka.

b. Lembaga Pengawas Perlindungan Data Pribadi

Malaysia membentuk suatu lembaga komite penasihat perlindungan data pribadi, dimana fungsi dari komite ini adalah memberi nasihat kepada komisaris mengenai semua hal yang berkaitan dengan perlindungan data termasuk penyalahgunaan data dan masalah-masalah yang dialami pengguna data dan pemilik data.<sup>188</sup> Sedangkan di Indonesia masih sangat kurang lembaga

---

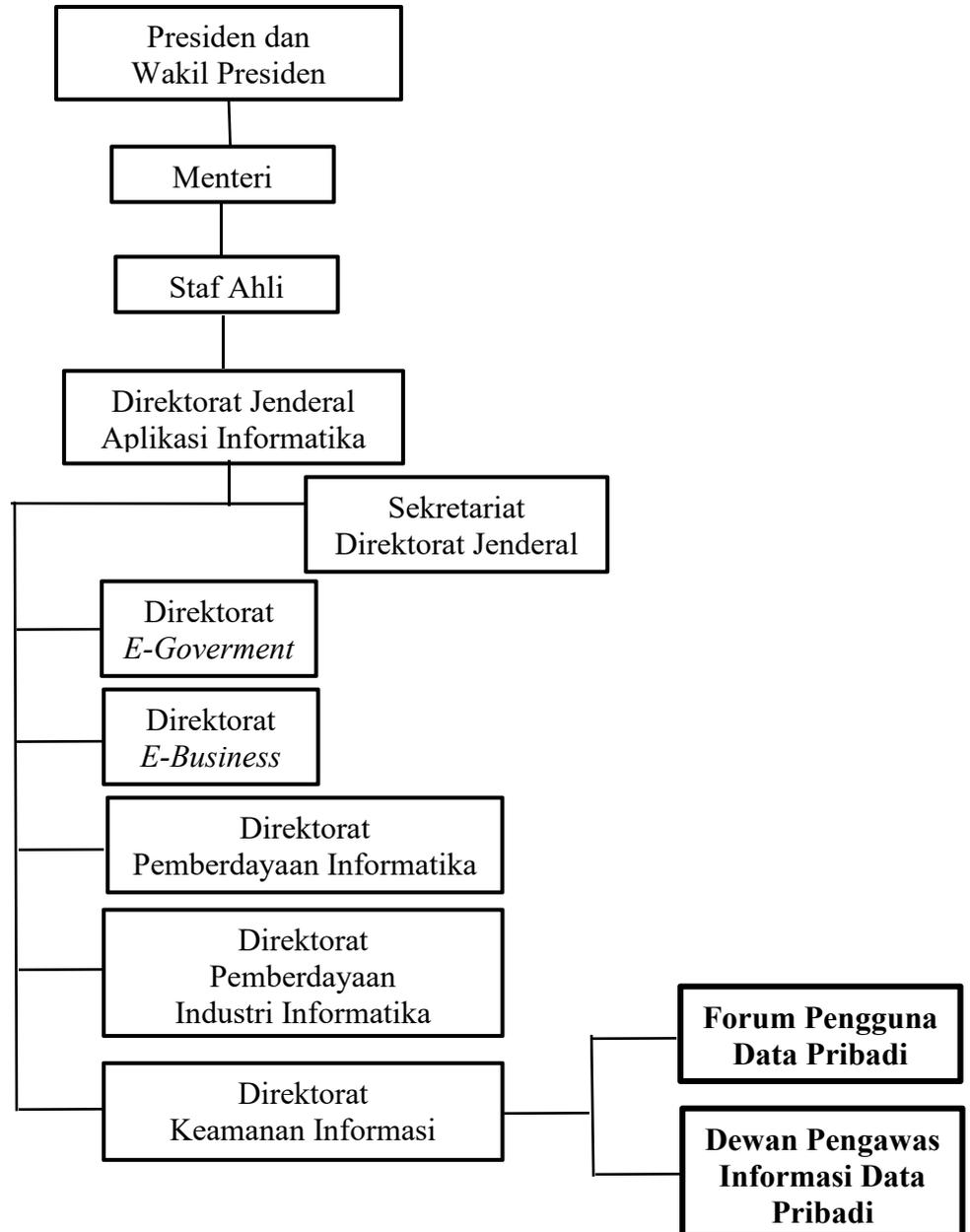
<sup>187</sup> Lihat Pasal 21 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 tahun 2010 Pindaan 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi

<sup>188</sup> Lihat Pasal 70 Undang-Undang Malaysia Nomor 709 Tahun 2010 Pindaan 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi

pendukung untuk melindungi data pribadi. Oleh karena itu pembentukan lembaga pengawas perlindungan data pribadi sangat diperlukan untuk dibentuk agar dapat lebih mengawasi penggunaan data pribadi oleh para pengguna data dan pemroses data pribadi di Indonesia.

Agar lebih jelas mengenai pembentukan lembaga Peradilan Konsumen, adapun struktur bagan yang dapat dibuat oleh peneliti :

### 3.1 Bagan Desain Lembaga Perlindungan Data Pribadi



Data Pribadi yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia tidak lepas dari kewenangan Menteri Komunikasi dan Informatika, oleh sebab itu, jika peneliti ingin memberikan desain bentuk lembaga

keamanan dan pengawasan data pribadi maka lembaga tersebut dapat dimasukkan ke dalam Direktorat Jenderal Keamanan Informasi.

c. Pengadilan Khusus Sengketa Konsumen

Perlindungan konsumen sebenarnya sudah cukup memadai ahk ini didasarkan dengan beberapa lembaga yang dibentuk untuk mendukung perlindungan konsumen di Indonesia. Lembaga-lembaga tersebut di antaranya seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dari ketiga lembaga tersebut sebenarnya sudah sangat mendukung upaya perlindungan konsumen, namun Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, merupakan lembaga non-pemerintah, dimana lembaga ini di jalankan oleh masyarakat namun dianggap sah oleh pemerintah.

Persengketaan yang terjadi di antara konsumen dan pelaku usaha terkadang diselesaikan melalui dua lembaga non-pemerintah tersebut, yang penyelesaian masalahnya dilalui dengan cara mediasi, konsultasi dan arbitrase.<sup>189</sup> Sedangkan untuk penyelesaian sengketa di tingkat peradilan, konsumen dan pelaku usaha dapat membawa persengketaannya ke peradilan umum.<sup>190</sup> Untuk memahami

---

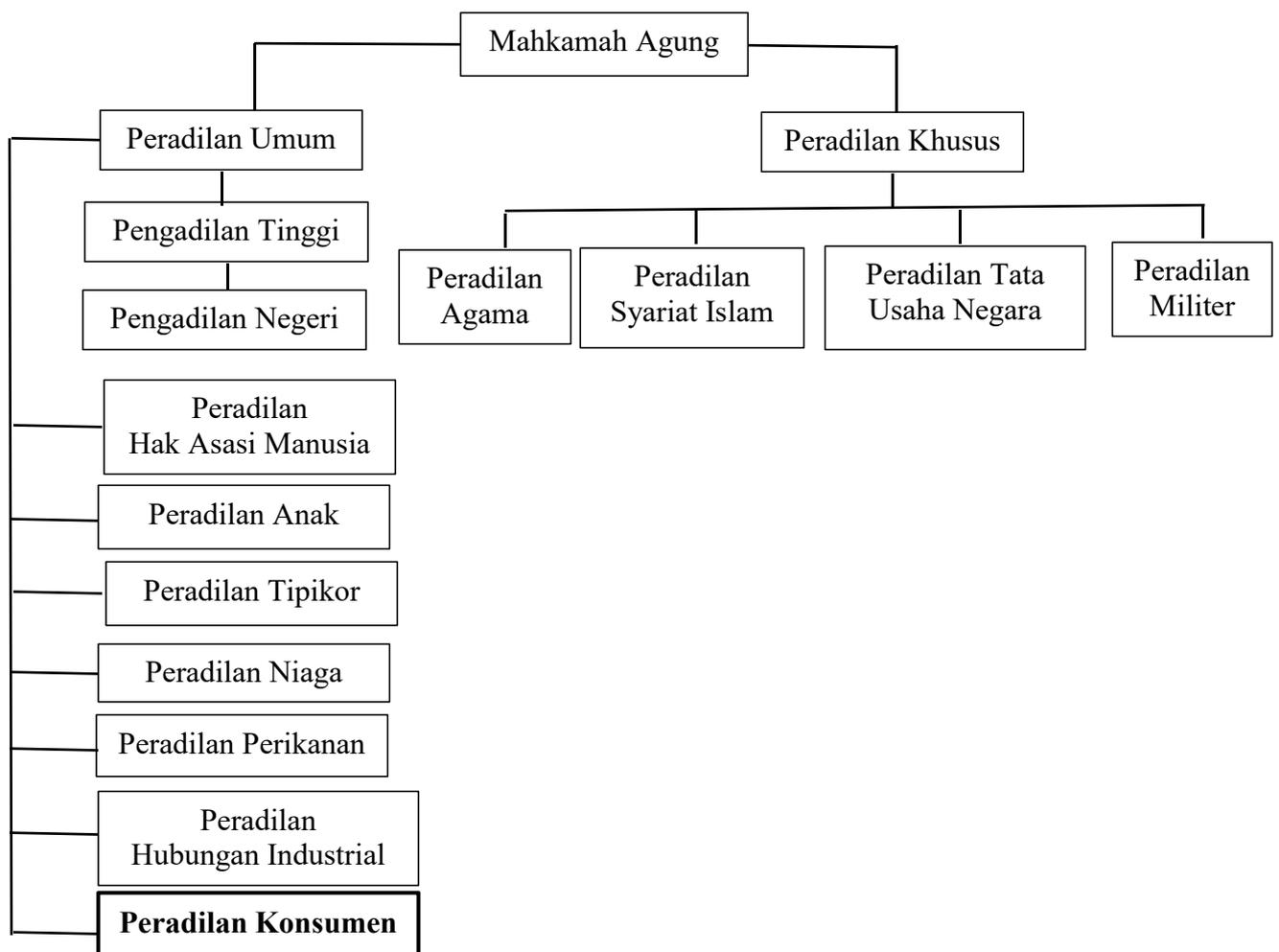
<sup>189</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821 Pasal 52 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>190</sup> Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821 Pasal 45 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

persengketaan yang di alami oleh konsumen dan pelaku usaha dibutuhkan hakim atau pihak yang paham mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, oleh sebab itu diperlukan pengadilan khusus untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi di antara konsumen dan pelaku usaha. Maka pembentukan Peradilan sengketa konsumen dapat dipertimbangkan untuk dibentuk di Indonesia.

Agar lebih jelas mengenai pembentukan lembaga Peradilan Konsumen, adapun struktur bagan yang dapat dibuat oleh peneliti :

### 3.2 Bagan Desain Lembaga Perlindungan Konsumen



Seperti yang telah dijelaskan bahwa dalam menangani persengketaan antara pelaku usaha dengan konsumen, pihak-pihak yang mengadili harus memahami mengenai konsumen dan pelaku usaha, baik dari segi kewajiban dan hak-hak mereka serta apapun yang berhubungan dengan konsumen dan pelaku usaha. Maka peneliti memberikan desain pembentukan lembaga peradilan baru yang berada dalam naungan peradilan umum yang mengurus sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.

Pengadilan ini nantinya dapat dijadikan sebagai pengadilan *ad hoc*, dimana pengadilan ini tidak permanen dan sejak semula dibentuk hanya untuk sementara dan dikhususkan untuk menangani perkara tertentu. Lembaga ini serupa dengan lembaga Pengadilan HAM *ad hoc* yang dibentuk khusus dalam lingkungan peradilan umum untuk memutus perkara pelanggaran HAM yang berat yang terjadi sebelum Undang-Undang Perlindungan HAM diundangkan. Jadi lembaga Peradilan Konsumen dibentuk menjadi lembaga *ad hoc* yang nantinya akan memutus perkara khusus yang tidak diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebelumnya.

Ketiga desain struktur lembaga yang telah diberikan dapat dipertimbangkan untuk dijadikan sebagai lembaga dalam menguatkan peraturan *social commerce*, desain lembaga-lembaga tersebut jika dikaitkan dengan *masalah mursalah* merupakan lembaga yang sangat penting dan bermanfaat bagi masyarakat, terlebih bagi

masyarakat Indonesia yang mayoritasnya beragama Islam. Selain desain tersebut tidak bertentangan dengan tujuan *syara'* desain tersebut dapat menjadi suatu terobosan baru yang sangat perlu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di masa kontemporer ini.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari pemaparan yang telah dilakukan penulis mengenai perbandingan hukum perdagangan elektronik di Indonesia dan Malaysia dan meninjau peraturan *social commerce* yang akan dibentuk menggunakan perspektif *masalah mursalah* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Peraturan-peraturan yang berkaitan dengan perdagangan elektronik di Indonesia berupa perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen dalam berbelanja atau dalam melakukan transaksi melalui media elektronik, belum sepenuhnya dapat melindungi masyarakat dari kekhawatiran akan kejahatan-kejahatan *cyber* dan juga penipuan dalam perdagangan melalui elektronik. Beberapa aturan mungkin sudah diatur dalam peraturan dibawah undang-undang. Namun akan lebih baik jika peraturan tersebut diatur lebih komprehensif dalam suatu undang-undang khusus mengenai *social commerce* atau melalui penambahan aturan dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi serta Transaksi Elektronik. Apabila dibandingkan dengan pengaturan Malaysia Pengaturan hukum Indonesia mengenai *social commerce* masih terbilang sangat kurang, dan dibutuhkan pengaturan yang lebih komprehensif. Penambahan berupa ketentuan mengenai pendaftaran para pengguna data, pengaturan data sensitif, pengaturan dana perlindungan data pribadi,

penambahan ketentuan sanksi terhadap ketidakpatuhan akan asas dan prinsip serta mengatur perlindungan konsumen dalam lingkup elektronik, ketentuan-ketentuan tersebut dapat dipertimbangkan untuk dibentuk menjadi undang-undang yang lebih memadai. Selain itu pembentukan lembaga-lembaga seperti Forum Pengguna Data Pribadi, Pengawas Perlindungan Data Pribadi serta Pengadilan Konsumen dapat juga dipertimbangkan agar lebih mendukung perlindungan konsumen dan data pribadi ketika melakukan aktifitas pembelian dalam media sosial di Indonesia.

2. Dalam tinjauan perspektif *masalah mursalah* pembentukan peraturan *social commerce* sudah sesuai dengan syarat-syarat dari *masalah mursalah* dimana peraturan *social commerce* yang dibentuk sejalan dan tidak bertentangan dengan tujuan *syara'* atau *nash* manapun dalam al-Qur'an maupun al-Hadits. Kemudian pembentukan peraturan *social commerce* juga termasuk dalam *masalah dharuri* dimana pembentukan peraturan ini sangat dibutuhkan untuk tujuan melindungi kehidupan masyarakat Indonesia sesuai yang diamanati oleh Allah, untuk membentuk suatu peraturan yang memudahkan kehidupan umat (al-Hajj: 78). Selain itu pembentukan peraturan ini mendatangkan kemanfaatan dan menolak kemudharatan bagi masyarakat secara luas.
3. Beberapa desain yang ditawarkan oleh peneliti diantaranya penambahan berupa ketentuan mengenai pendaftaran para pengguna data, pengaturan data sensitif, pengaturan dana perlindungan data pribadi, penambahan ketentuan sanksi terhadap ketidakpatuhan akan asas dan prinsip serta mengatur

perlindungan konsumen dalam lingkup elektronik, ketentuan-ketentuan tersebut dapat dipertimbangkan untuk dibentuk menjadi undang-undang yang lebih memadai. Selain itu pembentukan lembaga-lembaga seperti Forum Pengguna Data Pribadi, Pengawas Perlindungan Data Pribadi serta Pengadilan Konsumen dapat juga dipertimbangkan agar lebih mendukung perlindungan konsumen dan data pribadi ketika melakukan aktifitas pembelian dalam media sosial di Indonesia. Desain ini nantinya dapat dijadikan sebagai formulasi di era kontemporer saat ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka adapun saran yang dapat peneliti berikan diantaranya sebagai berikut:

1. Pembentukan peraturan *social commerce* perlu untuk dilakukan oleh pemerintah karena lemahnya peraturan-peraturan yang kini diterapkan untuk melindungi masyarakat Indonesia di era digital saat ini.
2. Pembentukan peraturan *social commerce* nantinya bukan saja untuk kepentingan pemerintah namun juga harus menjadi peraturan yang dapat menolak kemudharatan dan mendatangkan manfaat bagi masyarakat Indonesia.
3. Beberapa desain formulasi pengaturan *social commerce* yang ditawarkan oleh peneliti diharapkan dapat dipertimbangkan oleh pemerintah agar pembentukan pengaturan *social commerce* segera dapat direalisasikan untuk melindungi masyarakat.

Pembentukan aturan mengenai peraturan perdagangan media sosial sangatlah diperlukan, untuk melindungi masyarakat dari kejahatan elektronik, dimana pada saat ini media elektronik terus mengalami perkembangan. Untuk menjahterakan masyarakat pemerintah perlu menguatkan peraturan mengenai elektronik baik pada bidang pemerintahan itu sendiri dan juga pada bidang-bidang lain yang berkaitan dengan masyarakat seperti perdagangan, kesehatan dan juga pendidikan. Karena pada dasarnya penggunaan elektronik sangat bermanfaat bagi masyarakat. Oleh sebab itu pengaturan untuk mengawasi jalannya perkembangan elektronik tersebut sangatlah diperlukan, agar pemanfaatan elektronik dapat direalisasikan dengan aman.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- al-Maraghi, Ahmad Mustafa *Tafsir al-Maraghi*, Beirut: Dar al-Ihya al-Arabi, 1971
- Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum* Banten: UNPAM PRESS, 2018
- Budhijanto, Danrivanto *Teori Hukum Konvergensi* Bandung: PT Refika aditama, 2014
- Chen, Lurong dan Fukunari Kimura, *Developing The Digital Economy In ASEAN* New York: Routledge, 2019
- Effendi, H. Satria dan M. Zein, *Ushul Fiqh* Jakarta: Kencana, 2005
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* Mataram: Mataram University Press, 2020
- Purwati, Ani, *Metode Penelitian Hukum Teori & Praktek* Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020
- Safriadi, *Maqashid Al-Syari'ah Mashlahah "Kajian Terhadap Pemikiran Ibnu'asyur Dan Sa'id Ramadhan al-Buthi"* Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada, 2021
- Solikhin, Nur, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum* Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media, 2021
- Sunggono, Bambang. *Metode Penelitian Hukum* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016
- Syaefudin, Muhammad Agus Fajar, Fajar Ari Sudewo dan Kus Rizkianto, *Hukum Siber (Perbandingan Indonesia dan Malaysia)* Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021
- Umar, Mukhsin Nyak *Al-Maslahah Al-Mursalah (Kajian Atas Relevansinya dengan Pembaharuan Hukum Islam)* Banda Aceh: Turats, 2017
- Nawir Yuslem, *al-Burhan fi Ushul al-Fiqh KITAB INDUK USUL FIKIH Konsep Masalah Ilam al-Haramain al-Juwayni dan Dinamika Hukum Islam* (Bandung: Citapustaka Media,2007), 137

### Jurnal/Skripsi

- A, Ismail N. dan M.M. Masud, "Propects and Challenges in Improving E-Commerce8 Connectivity in Malaysia," *Economic Reasearch Institute for*

- ASEAN*, (2020):80 [https://www.eria.org/uploads/media/E-commerce-Connectivity-in-ASEAN/9\\_Chapter-5\\_Prospects-and-Challenges-in-Improving-E-commerce-Connectivity-in-Malaysia.pdf](https://www.eria.org/uploads/media/E-commerce-Connectivity-in-ASEAN/9_Chapter-5_Prospects-and-Challenges-in-Improving-E-commerce-Connectivity-in-Malaysia.pdf)
- Amiruddin Aminullah, “Urgensi Maslahat dalam Pengembangan Hukum Islam,” *Dirasat Islamiah: Jurnal Kajian Keislaman*, no.2(2021): 70  
<https://media.neliti.com/media/publications/370088-none-5828097d.pdf>
- Ardiansyah, dan Muthi’ah Maizaroh, “Pembaharuan Hukum Perlindungan Konsumen: Kesiapan Indonesia Menyambut Kehadiran Social Copmmerce,” *Jurnal Rechtsvinding (Media Pembinaan Hukum Nasional)*, no.2(2023): 319-340  
<https://rechtsvinding.bphn.go.id/ejournal/index.php/jrv/article/view/1267>
- Arsad, Muhammad Ilhamuddin “Akad yanf Dilaksanakan Dalam aplikasi FoodPanda: Satu Tinjauan,” *Journal of Law & Governance*, No.1(2022): 96 <https://unimel.edu.my/journal/index.php/JLG/article/view/1177/944>
- Ashoer, Muhammad, dan Syahnur Said, “The Impact of Perceived Risk on Consumer Purchase Intention in Indonesi; A Social Commerce Study,” *Inernational Conference on Accounting, Management, Economics and Social Sciences*, (2016): 2  
[https://www.researchgate.net/publication/318299668\\_The\\_Impact\\_of\\_Perceived\\_Risk\\_on\\_Consumer\\_Purchase\\_Intention\\_in\\_Indonesia\\_A\\_Social\\_Commerce\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/318299668_The_Impact_of_Perceived_Risk_on_Consumer_Purchase_Intention_in_Indonesia_A_Social_Commerce_Study)
- Asiah, Nur, “Maslahah Menurut Konsep Imam Al-Ghazali,” *Jurnal Syariah dan Hukum*, no.1(2020): 123  
<https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/download/663/750/>
- Ayub, Zainal Amin, Zuryati Mohamed Yusoff dan Nurretina Ahmad Shariff, “Malaysian Electronic Commerce Act 2006 and EU Directives: Consumer Protection Perspectives,” *Journal of Ethicks, Legal and Governance*, (2007): 70 <https://repo.uum.edu.my/id/eprint/11944/>
- Aziz, Muhammad Faiz dan Muhammad Arif Hidayah, “Perlunya Pengaturan Khusus Online Disoute Resolution (ODR) Di Indonesia Untuk Fasilitas Penyelesaian Sengketa E-Commerce,” *Jurnal Rechtsvending*, no.2(2020):

275-294

<https://rechtsvinding.bphn.go.id/ejournal/index.php/jrv/article/view/449/24>

8

Batoebara, Maria Ulfa, “Aplikasi Tik-Tok Seru-seruan Atau Kebodohan,” *Jurnal Network Media*, no.2(2020): 60

<https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/junetmedia/article/view/849>

Cholik, Cecep Abdul, “Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang,” *Jurnal Fakultas Teknik*, no.2(2021): 40-43

<https://jurnal.unisa.ac.id/index.php/jft/article/view/83/68>

Fista, Yanci Libria, Aris Machmud dan Suartini, “Perlindungan Hukum konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen,” *Binamulia Hukum*, No.1(2023): 181

<https://ejournal.hukumunkris.id/index.php/binamulia/article/view/599>

Ghani, Fadhilah Abdul, Nurulhuda Ahmad Razali dan Syahirah Mohd Shabri, “Akta Perlindungan Data Pribadi 2010: Satu Tinjauan,” *Jurnal Dunia Pengurusan*, No.1(2021): 3

<https://myjms.mohe.gov.my/index.php/jdpg/article/view/12529>

Hamzah, Mohd Amiruddin, Abdul Rahman Ahmad, Norhayati Hussin, dan Zaharuddin Ibrahim, “Personal Data Privacy Protection: A Review on Malaysia’s Cyber Security Policies,” *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, no12(2018): 1479

[https://www.semanticscholar.org/paper/Personal-Data-Privacy-](https://www.semanticscholar.org/paper/Personal-Data-Privacy-Protection%3A-A-Review-on-Cyber-)

[Protection%3A-A-Review-on-Cyber-](https://www.semanticscholar.org/paper/Personal-Data-Privacy-Protection%3A-A-Review-on-Cyber-)

[HamzahAhmad/8f9173e01b4d3debc9fe41a25a3ae8491c9bd9df?p2df](https://www.semanticscholar.org/paper/Personal-Data-Privacy-Protection%3A-A-Review-on-Cyber-HamzahAhmad/8f9173e01b4d3debc9fe41a25a3ae8491c9bd9df?p2df)

Hanim, Latifah, “Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian Dalam Perdagangan Secara Elektronik (*E-commerce*)

Di ERa Globalisasi,” *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol.11(2011): 61

<https://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/view/262>

Hasanah, Sanria Yolanda “Komparasi Lembaga Pengawas Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Jepang,” *UNES LAW REVIEW*, No.1(2023):

3987 <https://www.review-unes.com/index.php/law/article/view/1226>

- Hassanah, Hetty, "Analisis Hukum tentang Perbuatan Melawan Hukum Dalam Transaksi Bisnis Secara Online (E-Commerce) Berdasarkan *Burgelijke Wetboek* dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik," *Jurnal Wawasan Hukum*, no.1(2015): 40 <https://ejournal.sthb.ac.id/index.php/jwy/article/view/88>
- Hidayatullah, Syarif "Masalah Mursalah Menurut Al-Ghazali, *al-Mizan*, No.1(2012): 124 <https://ejurnal.iiq.ac.id/index.php/almizan/article/view/49>
- Juliana, Hellen, "Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop," *Journal Sinomika : Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi 7 Akuntansi*, no.6(2023): 1518 <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SINOMIKA/article/view/754>
- Kaur, Kiranjit "Consumer Protection in E-Commerce in Malaysia: An Overview," *Papper of University of New England*, (2005):7 <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=3b9cf624681e348820f8392c584cf07d4605b6f5>
- Kurniawan, Nalom dan Mery Christian Putri, "Konvergensi Hukum Dan Teknologi Dalam Proses Penegakan Hukum Di Mahkamah Konstitusi," *Laporan Penelitian Mahkamah Konstitusi*, (2021): 23 [https://www.mkri.id/public/content/infoumum/penelitian/pdf/hasilpenelitian\\_144\\_Laporan%20Penelitian%20Hukum%20dan%20Teknologi.pdf](https://www.mkri.id/public/content/infoumum/penelitian/pdf/hasilpenelitian_144_Laporan%20Penelitian%20Hukum%20dan%20Teknologi.pdf)
- Lesmana, Teddy, Eva Elis dan Siti Hamimah, "Urgensi Undang-Undang Data Pribadi Dalam Menjamin Keamanan Data Pribadi Sebagai Pemenuhan Hak Atas Privasi Masyarakat Indonesia," *Jurnal Rechten: Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia*, No.2(2022): 3 <https://rechten.nusaputra.ac.id/article/view/78>
- Maharani, Alfina dan Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Letarature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, No.6(2021): 662 <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/607>

- Mahmudi, Abdul Halim “*Konsep Masalah Mursalah Pada Kasus Presiden Wanita Menurut Imam Malik Dab Inan Najmuddin Al-Thufi*” (Under Graduate Thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009),35-36  
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/11307/1/ABDU L%20HALIM%20MAHMUDI-FSH.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/11307/1/ABDU%20HALIM%20MAHMUDI-FSH.pdf)
- Malaysia, Pejabat Perlindungan Data Pribadi “Forum Pengguna Data,” Portal Resmi jabatan Perlindungan Data Peribadi, 2021 diakses 17 Maret 2024  
<https://www.pdp.gov.my/jpdpv2/mengenai-kami/maklumat-organisasi/forum-pengguna-data/>
- Manurung, Evelyn Angelita Pinondang dan Emmy Febriani Thali, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Da Pribadi Berdasarkan UU Nomor 27 Tahun 2022,” *Jurnal Hukum Saraswati*, No.2(2022): 147 <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/JHS/article/view/5941>
- Mawardin, Noni Antika Khairunnisa dan Evi Rosdianti, “Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online TikTok Shop di Kota Mataram,” *Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi*, no.2(2023): 49-52  
<https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JIHAD/article/download/5995/4285>
- Meta, Karlivon, Alden Laloma dan Very Londa, “Formulasi Kebijakan Peraturan Desa Di Desa Bataka Kecamatan Ibu Selatan Kabupaten Halmahera Barat,” *Jurnal Administrasi Publik*, no.54(2018): 4  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/JAP/article/view/19253>
- Muhajirin, dan May Dedu, “Masalah Mursalah Dan Implementasinya Dalam Akad Muamalah,” *Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*, No.1(2021): 198  
<https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/am/article/view/963>
- Palanissami, Ayyappan “Legal Issues in e-Commercial and e-Contracting - An Overview of Initiatives in Malaysia,” *International Journal of e-Education, 3-Business, e-Management and e-Learning*, No.2(2013): 175  
<http://www.ijeeee.org/Papers/217-ET046.pdf>

- Pariadi, Dedy “Pengawasan *E Commerce* Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen,” *Jurnal Hukum & Pembangunan*, No.3(2018): 654  
<https://scholarhub.ui.ac.id/jhp/vol48/iss3/10/>
- Paryadi, Dedy, “Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia Dan Negara-Negara ASEAN” *Jurnal Era Hukum*, no.2(2016): 292-314  
<https://journal.untar.ac.id/index.php/hukum/article/view/525>
- Pasaribu, Muksana “Maslahat Dan Perkembangannya Sebagai Dasar Penetapan Hukum Islam,” *Jurnal Justitia*, no.4(2014): 353-355 <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Justitia/article/view/23>
- Pitchan, Muhammad Adnan dan Siti Zobidah Omar, “Dasar Keselamatan Siber Malaysia: Tinjauan Terhadap Kesedaran Netizen dan Undang-Undang,” *Jurnal Komunikasi: Malaysia Journal of communication*, No.1(2019): 116  
<https://www.academia.edu/download/74414424/9178.pdf>
- Ramadoni, Sofwan Rizko Sukarni dan Hanif Nur Widhiyanti, “Konvergensi Hukum Penentuan Suku Bunga Dalam Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi,” *Jurnal Magister Hukum Udayana*, no.4(2020): 824  
<https://www.academia.edu/download/83938704/38060.pdf>
- Ranto, Robero, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik,” *Jurnal Ilmu Hukum ALETHEA*, no.2(2019): 145-164  
<https://ejournal.uksw.edu/alethea/article/view/3552>
- Ridwan, “Kebijakan Formulasi Hukum Pidana Penanggulangan Tindak Pidana Korupsi,” *Jurnal Law Reform*, no.1 (2012): 81  
<https://doi.org/10.21456/vol%25viss%25ipp1-9>
- Risdianto, “Maslahah Mursalah al-Ghazali Sebagai Dasar Hukum Fatwa MUI No.14 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Ibadah Dalam Situasi Terjadi Wabah Covid 19,” *Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam Dan*

- Masyarakat*, No.1(2021): 79  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/article/download/8608/5086>
- Rosyadi, Imron “Masalah Mursalah Sebagai Dalil Hukum,” *Jurnal SUHUF*, no.1(2012): 15-16  
<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/2910/2.%20IMRON%20ROSYADI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Safitri, Ria “Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Bagi Perguruan Tinggi,” *SALAM: Jurnal Sosial 7 Budaya Syar-i*, No.3(2018): 201  
<https://www.academia.edu/download/68386404/pdf.pdf>
- Salma, “Masalah Dalam Perspektif Hukum Islam,”  
<https://media.neliti.com/media/publications/240260-masalah-dalam-perspektif-hukiim-islam-d0758bcd.pdf>
- Silalahi, Mesnan, Dermawan Napitupulu, dan Gulda Patria, “Kajian Konsep Dan Kondisi E-Goverment Di Indonesia,” *Jurnal Penerapan Ilmu-Ilmu Komputer*, no.1(2015): 11  
<https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/08/article/view/31>
- Sugiantri, Anak Agung Putu Wiwik, “Perkembangan Hukum Indonesia Dalam Menciptakan Unifikasi Dan Kodifikasi Hukum,” *Jurnal Advokasi*, no.2(2015): 118  
<https://media.neliti.com/media/publications/29392-ID-perkembangan-hukum-indonesia-dalam-menciptakan-unifikasi-dan-kodifikasi-hukum.pdf>
- Sumardi, Lukman “Sistem Informasi Dan Verifikasai Pengolahan Data Guru Sertifikasi Pada Dinas Pendidikan Kabupaen Musirawas,” *Jurnal Ilmu Betrik*, no.3(2019): 153  
<https://media.neliti.com/media/publications/457789-none-541c1d4c.pdf>
- Tambunan, Sagdiyah Fitri Andani, Muhammad Irwan Padli Nusantara,”Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Di E-Commerce,” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, No.1(2023): 7  
<https://jurnal.minartis.com/index.php/jemb/article/view/915>

- Tan, Kendry, “Analisis Pasal Karet Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Terhadap Asas Kejelasan Rumusan ,” *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, no.1(2022): 16  
<https://ejournalunsam.id/index.php/jhsk/article/view/3376>
- Walangitang, Alicia Valda Veyfra, “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Kadaluwarsa (Studi Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia dan Malaysia),” *UNES LAW REVIEW*, no4(2023): 3282  
<https://review-unes.com/index.php/law/article/view/618>
- Wahidi, Ahmad Musataklima dan Nur Jannani, “Kewenangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dan Pengadilan Tuntutan Pengguna Malaysia (TTPM) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen,” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, No.1(2023): 92  
[https://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/dejure/article/download/3387/pdf\\_1](https://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/dejure/article/download/3387/pdf_1)
- Wibawa, Aji Prasetya, Muhammad Guntur Aji Purnama, Muhammad Fathony Akbar, dan Felix andika Dwiyanto, “Metode-Metode Klasifikasi,” *Jurnal Prosiding SAKTI*, no.1(2018): 134 <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/SAKTI/article/view/2101>
- Winarno, Wahyu Agus “ Sebuah Kajian Pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE),” *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, No.1(2011): 44  
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1207>
- Yudistira, Muhammad dan Ramadani, “Tinjauan Yuridis Terhadap Efektivitas Penanganan Kejahatan Siber Terkait Pencurian Data Pribadi Menurut Undang-Undang No.27 Tahun 2022 Oleh Kominfo,” *UNES LAW REVIEW*, No.4(2023): 3808 <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/698>
- Zhou, Lina, Ping Zhang, dan Hans-Dieter Zimmermann, “Social Commerce Research: An integrated view,” *Electronic Commerce Research and Applications*, no.2(2013): 61 <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2013.02.003>

### **Undang-Undang**

Undang-Undang Malaysia Nomor 599 Tahun 1999 tentang Perlindungan Pengguna (Pindaan 2019)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

Undang-Undang Malaysia Nomor 658 Tahun 2006 tentang Perdagangan Elektronik (Pindaan 2012)

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843

Undang-Undang Malaysia Nomor 709 Tahun 2010 tentang Perlindungan Data Pribadi (Pindaan 2016)

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6820

### **Al-Qur'an**

Yayasan PenyelenggaraPenerjemahan/Penafsir Al-Qur'an, *CORDOVA AL-QUR'AN DAN TERJEMAH*. Bandung: Syaamil Qur'an, 2017.

### **Website**

Annur, Cindy Mutia “Jumlah Pengguna Internet Global Tembus 5,16 Miliar Orang Pada Januari 2023,” *databoks*, 3 Februari 2023, diakses 28 Januari 2024 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/jumlah-pengguna-internet-global-tembus-516-miliar-orang-pada-januari-2023>

Bestari, Novina Putri “Ecommerce Dilarang Gabung Media Sosial, Ini Alasan Jokowi,” 26 September 2023, diakses 5 November 2023 <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230926064756-37-475478/ecommerce-dilarang-gabung-media-sosial-ini-alasan-jokowi>

Clinten, Bill dan Yudha Pratomo, “Kasus Data Bocor di Indonesia Sepanjang 2022, dari PLN, Pertamina, Hingga aksi ,” *Kompas.com*, 29 Desember 2022, diakses 2 Maret 2024

[https://tekno.kompas.com/read/2022/12/29/09020067/kasus-data-bocor-di-indonesia-sepanjang-2022-dari-pln-pertamina-hingga-aksi?page=all&lgn\\_method=google](https://tekno.kompas.com/read/2022/12/29/09020067/kasus-data-bocor-di-indonesia-sepanjang-2022-dari-pln-pertamina-hingga-aksi?page=all&lgn_method=google)

Departement, Statista Research “Most Commonly Used Social Media Platform For Purchases During the Last 12 Months in Malaysia as of February,” *Statista*, 28 Maret 2023, diakses 5 November 2023  
<https://www.statista.com/statistics/1375613/malaysia-social-media-platforms-used-for-social-commerce/>

Dewi, Intan Rakhmayanti “Alasan TikTok Shop Pilih Tokopedia Buat Buka Lagi di RI,” *CNBC Indonesia*, 12 Desember 2023, diakses 27 Januari 2024.  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231212152957-37-496535/alasan-tiktok-shop-pilih-tokopedia-buat-buka-lagi-di-ri>

Indonesia, Tim BBC News “TikTok Shop buka lagi setelah akuisisi Tokopedia, pedagang dan afiliator berharap ‘jangan sampai ditutup lagi’,” *BBC News Indonesia*, 12 Desember 2023, diakses pada 27 Januari 2024  
<https://www.bbc.com/indonesia/articles/cgrp5yeyvzno>

Indonesia, Tim CNN “TikTok Shop Makin Populer di ASEAN, Lazada dan Shopee Mulai Terancam,” *CNN Indonesia*, 26 Mei 2023, diakses 22 Januari 2024 <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230526140558-92-954374/tiktok-shop-makin-populer-di-asean-lazada-dan-shopee-mulai-terancam#:~:text=Pada%202022%2C%20TikTok%20Shop%20memperluas,Filipina%2C%20Vietnam%2C%20dan%20Thailand.>

Intan, Novita dan Lida Puspaningtyas, “TikTok Shop Tutup, Penjual Geser ke E-Commerce Lain,” *Republika*, 5 Oktober 2023, diakses 8 Oktober 2023.  
<https://ekonomi.republika.co.id/berita/s21942502/tiktok-shop-tutup-penjual-geser-ke-ecommerce-lain>

Mahmudan, Ali “Warga Indonesia Paling Sering Akses Media Sosial di Internet,” *DataIndonesia*, 12 Juni 2022, diakses 5 November 2023.  
<https://dataindonesia.id/internet/detail/warga-indonesia-paling-sering-akses-media-sosial-di-internet>

- Musyarrri, Fazal Akmal “Defenisi Teori Hukum Konvergensi,” *Rewang Rencang - Opini Hukum*, 10 Februari 2021, diakses 14 November 2023  
<https://rewangrencang.com/definisi-teori-hukum-konvergensi/>
- Rizkinaswara, Leski “Perubahan Kedua atas UU IE Wujudkan Kepastian Hukum Ruang Digital,” *KOMINFO*, 5 Desember 2023, diakses 21 Februari 2024  
<https://aptika.kominfo.go.id/2023/12/perubahan-kedua-atas-uu-ite-wujudkan-kepastian-hukum-ruang-digital/>
- Rusman, Rasmilawanti “Siap-siap! TikTok Shop Bakal Buka Lagi Tanggal 12 Desember Besok,” *detiksulsel*, 11 Desember 2023, diakses 27 Januari 2024.  
<https://www.detik.com/sulsel/berita/d-7083231/siap-siap-tiktok-shop-bakal-buka-lagi-tanggal-12-desember-besok>
- Sandi, Ferry “TikTok Shop Ditutup, Mendag Tegaskan Nasib Ecommerce Lain,” *CNBC Indonesia*, 10 Oktober 2023, diakses 5 November 2023  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231010162529-37-479461/tiktok-shop-ditutup-mendag-tegaskan-nasib-ecommerce-lain>
- Solichah, Zumrotun dan Edy M. Yakub, “Pakar: Penutupan TikTok Shop Berdampak Positif Ekosistem E-Commerce,” *ANTAR*, 8 Oktober 2023, diakses 8 Oktober 2023,  
<https://www.antarnews.com/berita/3762492/pakar-penutupan-tiktok-shop-berdampak-positif-ekosistem-e-commerce#:~:text=Peraturan%20Menteri%20Perdagangan%20Nomor%20050,promosi%20dan%20dilarang%20untuk%20bertransaksi.>
- Statista, “Number of Users of e-commerce in Malaysia 2017-2027,” *Statista*, 16 Agustus 2023, diakses 5 November 2023  
<https://www.statista.com/statistics/1351255/malaysia-number-of-e-commerce-users/>
- Yudha, Tangguh ”4 Kasus Kebocoran Data Paling Heboh di Tahun 2023,” *Okezone.techno*, 18 Desember 2023, diakses 3 Mare 2024  
<https://techno.okezone.com/read/2023/12/18/54/2940876/4-kasus-kebocoran-data-paling-heboh-di-tahun-2023?page=all>

## LAMPIRAN

### 4.1 UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 11 TAHUN 2008  
TENTANG  
INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa pembangunan nasional adalah suatu proses yang berkelanjutan yang harus senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi di masyarakat;
  - b. bahwa globalisasi informasi telah menempatkan Indonesia sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia sehingga mengharuskan dibentuknya pengaturan mengenai pengelolaan Informasi dan Transaksi Elektronik di tingkat nasional sehingga pembangunan Teknologi Informasi dapat dilakukan secara optimal, merata, dan menyebar ke seluruh lapisan masyarakat guna mencerdaskan kehidupan bangsa;
  - c. bahwa perkembangan dan kemajuan Teknologi Informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah memengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru;
  - d. bahwa penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi harus terus dikembangkan untuk menjaga, memelihara, dan memperkuat persatuan dan kesatuan nasional berdasarkan Peraturan Perundang-undangan demi kepentingan nasional;
  - e. bahwa pemanfaatan Teknologi Informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat;
  - f. bahwa pemerintah perlu mendukung pengembangan Teknologi Informasi melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya sehingga pemanfaatan Teknologi Informasi dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaannya dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat Indonesia;
  - g. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, dan huruf f, perlu membentuk Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;

Mengingat : . . .

**4.2 UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG  
INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK  
(PERUBAHAN 1)**



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

**SALINAN**

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 19 TAHUN 2016  
TENTANG  
PERUBAHAN ATAS UNDANG-UNDANG  
NOMOR 11 TAHUN 2008  
TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang** :
- a. bahwa untuk menjamin pengakuan serta penghormatan atas hak dan kebebasan orang lain dan untuk memenuhi tuntutan yang adil sesuai dengan pertimbangan keamanan dan ketertiban umum dalam suatu masyarakat yang demokratis perlu dilakukan perubahan terhadap Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik agar terwujud keadilan, ketertiban umum, dan kepastian hukum;
  - b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu membentuk Undang-Undang tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- Mengingat** :
1. Pasal 5 ayat (1), Pasal 20, Pasal 25A, Pasal 28D ayat (1), Pasal 28E ayat (2), Pasal 28E ayat (3), Pasal 28F, Pasal 28G ayat (1), Pasal 28J ayat (2), dan Pasal 33 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
  2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843);

Dengan . . .

**4.3 UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG**  
**INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**  
**(PERUBAHAN 2)**



**PRESIDEN  
REPUBLIC INDONESIA**

**SALINAN**

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 1 TAHUN 2024

TENTANG

PERUBAHAN KEDUA ATAS UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008  
TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa untuk menjaga ruang digital Indonesia yang bersih, sehat, beretika, produktif, dan berkeadilan, perlu diatur pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik yang memberikan kepastian hukum, keadilan, dan melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik, Dokumen Elektronik, Teknologi Informasi, dan/atau Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum;
  - b. bahwa beberapa ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dalam pelaksanaannya masih menimbulkan multitafsir dan kontroversi di masyarakat sehingga perlu dilakukan perubahan untuk mewujudkan rasa keadilan masyarakat dan kepastian hukum;
  - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu membentuk Undang-Undang tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;

Mengingat: . . .

SK No 190185 A

**4.4 UNDANG-UNDANG NOMOR 27 TAHUN 2022 TENTANG  
PERLINDUNGAN DATA PRIBADI**



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

**SALINAN**

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 27 TAHUN 2022  
TENTANG  
PELINDUNGAN DATA PRIBADI

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang** :
- a. bahwa perlindungan data pribadi merupakan salah satu hak asasi manusia yang merupakan bagian dari perlindungan diri pribadi maka perlu diberikan landasan hukum untuk memberikan keamanan atas data pribadi, berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
  - b. bahwa perlindungan data pribadi ditujukan untuk menjamin hak warga negara atas perlindungan diri pribadi dan menumbuhkan kesadaran masyarakat serta menjamin pengakuan dan penghormatan atas pentingnya perlindungan data pribadi;
  - c. bahwa pengaturan data pribadi saat ini terdapat di dalam beberapa peraturan perundang-undangan maka untuk meningkatkan efektivitas dalam pelaksanaan perlindungan data pribadi diperlukan pengaturan mengenai perlindungan data pribadi dalam suatu undang-undang;
  - d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu membentuk Undang-Undang tentang Pelindungan Data Pribadi;
- Mengingat** :
- Pasal 5 ayat (1), Pasal 20, Pasal 28G ayat (1), Pasal 28H ayat (4), dan Pasal 28J Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

Dengan . . .

K No 016999 A

## 4.5 UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

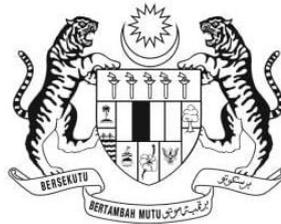
UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 8 TAHUN 1999  
TENTANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

- Menimbang :
- a. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
  - b. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
  - c. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
  - d. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;
  - e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;

**4.6 UNDANG-UNDANG NOMOR 658 TAHUN 2006 TENTANG  
PERDAGANGAN ELEKTRONIK (PEMBAHARUAN 2012)**



**UNDANG-UNDANG  
MALAYSIA**

---

CETAKAN SEMULA

---

**Akta 658**

**AKTA PERDAGANGAN  
ELEKTRONIK 2006**

*Sebagaimana pada 1 November 2012*

DITERBITKAN OLEH  
PESURUHIJAYA PENYEMAK UNDANG-UNDANG, MALAYSIA  
DI BAWAH KUASA AKTA PENYEMAKAN UNDANG-UNDANG 1968  
2012

**4.7 UNDANG-UNDANG NOMOR 705 TAHUN 2010 TENTANG  
PERLINDUNGAN DATA PRIBADI (PEMBAHARUAN 2016)**



**UNDANG-UNDANG  
MALAYSIA**

---

VERSI DALAM TALIAN TEKS  
CETAKAN SEMULA YANG KEMAS KINI

---

**Akta 709**

**AKTA PERLINDUNGAN DATA  
PRIBADI 2010**

*Sebagaimana pada 15 Jun 2016*

**4.8 UNDANG-UNDANG NOMOR 599 TAHUN 2019 TENTANG  
PERLINDUNGAN PENGGUNA (PEMBAHARUAN 2019)**



**UNDANG-UNDANG  
MALAYSIA**

---

VERSI DALAM TALIAN TEKS CETAKAN  
SEMULA YANG KEMAS KINI

---

**Akta 599**

**AKTA PERLINDUNGAN  
PENGGUNA 1999**

*Sebagaimana pada 1 November 2019*

## Daftar Riwayat Hidup



Nama	: Narina Rani Nilam Pratiwi
Tempat Tanggal Lahir	: Larantuka, 19 Februari 2000
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Status Perkawinan	: Belum Kawin
Alamat Rumah	: Jl. Jendral Sudirman RT/RW 008/002 Kel.Weri Kec.Larantuka Kab. Flores Timur
Email	: <a href="mailto:raninarina391@gmail.com">raninarina391@gmail.com</a>
Riwayat Pendidikan	
● TK Al-Mujahidin	: 2005-2006
● SD Inpres Weri	: 2006-2012
● SMP Negeri 1 Larantuka	: 2012-2015
● Pondok Modern Darussalam Gontor Putri	: 2015-2019
● Pendidikan Kesetaraan Program Paket C	: 2019-2020
● UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	: 2020-2024