



Ketidakstabilan Regulasi *Social Commerce* dan Implikasinya terhadap Kepastian Hukum Konsumen di Indonesia

Yuyut Prayuti

Fakultas Hukum, Universitas Islam Nusantara, Indonesia

*Penulis Korespondensi: prayutiyuyut@gmail.com

Abstract. *The growth of social commerce in Indonesia has outpaced the adaptive capacity of its electronic trade (PMSE) regulatory framework. The implementing regulation that currently governs PMSE business licensing was drafted before social commerce, a business model merging social-networking functions with transactional features, grew significantly in Indonesia, and therefore contains no explicit definition or categorization of that model. This article analyzes that normative vacuum (leemte in het recht) and its implications for consumer legal certainty through Gustav Radbruch's legal certainty theory and Nonet and Selznick's responsive law theory. The study uses a normative-juridical method with statutory, conceptual, analytical, and comparative approaches, relying on primary, secondary, and tertiary legal materials analyzed through grammatical, systematic, and teleological interpretation, as well as legal construction through analogy and argumentum a contrario. The analysis finds that, grammatically, the existing norm is broad enough to bring social commerce operators within the general definition of PMSE operators, yet systematically and teleologically the norm was never designed to accommodate social commerce's distinctive characteristics, producing an interpretive dissonance that results in unclear legal status, ambiguous liability, and fragmented dispute resolution. Comparison with the European Union, Singapore, and China shows that more responsive frameworks are built through explicit business-model categorization from the outset, rather than extensive interpretation of general norms. The article recommends supplementary technical provisions explicitly categorizing social commerce, periodic regulatory review obligations, and institutionalized online dispute resolution.*

Keywords: *Consumer Protection; Legal Certainty; Legal Vacuum; Responsive Law; Social Commerce.*

Abstrak. Pertumbuhan *social commerce* di Indonesia berlangsung jauh lebih cepat dibandingkan kapasitas adaptasi kerangka regulasi perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE). Peraturan pelaksana yang menjadi acuan perizinan usaha PMSE saat ini disusun sebelum *social commerce*, yaitu model bisnis yang menggabungkan fungsi jejaring sosial dengan fasilitas transaksi jual beli, tumbuh signifikan di Indonesia, sehingga tidak memuat definisi maupun kategorisasi eksplisit atas model bisnis tersebut. Artikel ini bertujuan menganalisis kekosongan norma (*leemte in het recht*) tersebut dan implikasinya terhadap kepastian hukum konsumen dengan memadukan teori kepastian hukum Gustav Radbruch dan teori hukum responsif Nonet dan Selznick. Penelitian menggunakan metode yuridis-normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, analitis, dan perbandingan hukum, mengandalkan bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dianalisis melalui teknik interpretasi gramatikal, sistematis, dan teleologis, serta konstruksi hukum berupa analogi dan *argumentum a contrario*. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara gramatikal norma yang ada sesungguhnya cukup luas untuk menjangkau penyelenggara *social commerce* ke dalam definisi umum penyelenggara PMSE, tetapi secara sistematis dan teleologis norma tersebut tidak dirancang untuk mengakomodasi karakteristik khas *social commerce*, sehingga menimbulkan disonansi penafsiran yang berujung pada ketidakjelasan status hukum, ambiguitas subjek tanggung jawab, dan fragmentasi mekanisme penyelesaian sengketa. Perbandingan dengan Uni Eropa, Singapura, dan Tiongkok memperlihatkan bahwa kerangka regulasi yang lebih responsif dibangun melalui kategorisasi model bisnis yang eksplisit sejak awal, bukan melalui penafsiran ekstensif atas norma umum. Artikel ini merekomendasikan penyusunan ketentuan teknis tambahan yang secara eksplisit mengkategorikan *social commerce*, kewajiban evaluasi regulasi secara berkala, serta pelembagaan mekanisme penyelesaian sengketa daring

Kata kunci: Hukum Responsif; Kekosongan Norma; Kepastian Hukum; Perlindungan Konsumen; *Social Commerce*.

1. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah mengubah wajah perdagangan Indonesia secara fundamental. Nilai transaksi e-commerce nasional yang tercatat sebesar Rp205,5 triliun pada tahun 2019

terus meningkat signifikan pada tahun-tahun berikutnya, sejalan dengan menguatnya posisi Indonesia sebagai salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara (Bank Indonesia, 2020). Di tengah pertumbuhan tersebut, muncul fenomena *social commerce*, yaitu model bisnis yang menggabungkan fungsi jejaring sosial dengan fasilitas transaksi jual beli dalam satu aplikasi (Wang & Herrando, 2019). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022) menyebutkan sekitar 62,2% pengguna internet Indonesia tercatat aktif bertransaksi di platform e-commerce setiap minggunya pada periode 2022–2023. TikTok memiliki basis pengguna yang sangat besar di Indonesia dan menjadi salah satu platform media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi di kalangan pengguna internet Indonesia, survei Populix (2022) mencatat TikTok Shop menjadi platform *social commerce* favorit bagi 46% responden yang pernah berbelanja melalui media sosial, mengungguli WhatsApp dan platform lain, dengan pengeluaran rata-rata bulanan konsumen mencapai lebih dari Rp270 ribu.

Pesatnya pertumbuhan model bisnis ini menempatkan norma hukum PMSE Indonesia, yang dibentuk melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik beserta peraturan pelaksanaannya di tingkat kementerian, pada posisi yang problematis secara doktrinal. Secara gramatikal, ketentuan mengenai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE), yaitu pelaku usaha yang menyediakan sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan, cukup luas untuk mencakup penyelenggara media sosial yang memfasilitasi transaksi jual beli. Namun, apabila norma tersebut dibaca secara sistematis bersama ketentuan lain dalam peraturan yang sama, seperti kewajiban ambang batas transaksi bagi PPMSE luar negeri dan perbedaan antara penyelenggara lokapasar dan penyelenggara periklanan, tampak bahwa keseluruhan sistem norma tersebut sesungguhnya dirancang untuk konteks model bisnis PMSE yang berlaku pada tahun 2020, bukan untuk model bisnis hibrida yang ciri utamanya adalah bercampurnya fungsi sosial dan fungsi transaksional dalam satu antarmuka. Pembacaan gramatikal dan pembacaan sistematis atas norma yang sama ini menghasilkan kesimpulan yang berbeda, dan disonansi penafsiran inilah yang menjadi persoalan hukum utama yang hendak dianalisis dalam artikel ini.

Kekosongan kategorisasi ini bukan sekadar persoalan teoretis. Ia menimbulkan persoalan persaingan usaha nyata ketika platform media sosial mulai memfasilitasi transaksi langsung dengan skema penetapan harga yang dianggap merugikan pedagang konvensional (Wu et al., 2022), sebagaimana tercermin dari keluhan pedagang Pasar Tanah Abang yang melaporkan penurunan omzet drastis akibat maraknya barang bertarif sangat rendah yang dipasarkan melalui fitur siaran langsung (*live shopping*) dan katalog produk terintegrasi. Dari perspektif

kepastian hukum, ketidakjelasan norma semacam ini menyentuh nilai dasar yang seharusnya melindungi seluruh pemangku kepentingan, termasuk konsumen yang berada pada posisi paling rentan dalam rantai transaksi digital, karena tanpa kepastian mengenai kualifikasi hukum suatu platform, sulit ditentukan pula kepastian mengenai kewajiban hukum apa yang melekat pada platform tersebut terhadap konsumennya.

Kajian mengenai kerangka hukum PMSE dan perlindungan konsumen digital telah cukup banyak dilakukan. Sejumlah penelitian menyoroti perlindungan konsumen e-commerce secara umum melalui pendekatan yuridis-normatif terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 (Novita & Santoso, 2021; Mazli, 2021; Tjipto, 2021). Penelitian-penelitian tersebut umumnya menganalisis kelemahan struktural perlindungan konsumen digital secara umum, seperti minimnya transparansi informasi pelaku usaha dan lambannya penyelesaian sengketa, namun cenderung berhenti pada tahap deskripsi norma yang berlaku tanpa menelusuri secara khusus bagaimana metode penafsiran atas norma yang sama dapat menghasilkan kualifikasi hukum yang berbeda-beda terhadap model bisnis hibrida seperti *social commerce*.

Meskipun kaya secara kuantitas, penelitian-penelitian tersebut memiliki dua kecenderungan yang membuka ruang bagi penelitian ini. Pertama, sebagian besar bersifat deskriptif-normatif, yaitu memaparkan isi norma perlindungan konsumen PMSE tanpa menguji secara analitis apakah dan bagaimana norma tersebut dapat (Tjipto, 2021), atau tidak dapat, diberlakukan terhadap model bisnis *social commerce* melalui berbagai metode penafsiran hukum (Novita & Santoso, 2021). Kedua, dimensi kepastian hukum konsumen akibat disonansi penafsiran tersebut belum banyak dianalisis secara khusus menggunakan kerangka teori hukum yang eksplisit, maupun ditempatkan dalam perbandingan sistematis dengan yurisdiksi lain guna merumuskan rekonstruksi kebijakan (Mazli, 2021). Kekosongan inilah yang menjadi titik pijak kebaruan artikel ini.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga hal. Pertama, penelitian ini tidak berhenti pada deskripsi kekosongan kategoris, melainkan menguji norma yang ada melalui beberapa metode interpretasi hukum sekaligus, yaitu interpretasi gramatikal, sistematis, dan teleologis, untuk menunjukkan bahwa kekosongan hukum yang dimaksud bukanlah kekosongan tekstual semata, melainkan disonansi antara makna literal dan maksud sistemik norma. Kedua, penelitian ini memadukan dua kerangka teori yang jarang digunakan bersamaan dalam kajian hukum ekonomi digital Indonesia, yaitu teori kepastian hukum Gustav Radbruch yang menekankan ketegangan antara keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum (Manullang, 2022), dengan teori hukum responsif Nonet dan Selznick yang membedakan hukum represif,

otonom, dan responsif berdasarkan kapasitas adaptifnya terhadap kebutuhan sosial (Antasari, 2019). Kedua, penelitian ini menghadirkan pembelajaran perbandingan hukum dari Uni Eropa, Singapura, dan Tiongkok pada periode yang sepadan untuk merumuskan rekonstruksi kelembagaan yang aplikatif bagi Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis kekosongan kategorisasi *social commerce* dalam norma hukum PMSE Indonesia melalui metode interpretasi hukum; (2) menganalisis implikasi kekosongan tersebut terhadap kepastian hukum konsumen melalui teori kepastian hukum Radbruch dan teori hukum responsif Nonet-Selznick; dan (3) merumuskan rekonstruksi kerangka regulasi berdasarkan pembelajaran perbandingan hukum dari yurisdiksi lain. Penulisan ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai hubungan antara kelengkapan kategorisasi norma dan perlindungan hukum substantif bagi konsumen, sekaligus menjadi rujukan bagi pembentuk kebijakan dalam merancang regulasi ekonomi digital yang lebih responsif ke depan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kerangka teoretis penelitian ini bertumpu pada dua bangunan pemikiran yang saling melengkapi, sebagai berikut:

Teori Kepastian Hukum

Teori kepastian hukum yang dikemukakan oleh Gustav Radbruch menempatkan kepastian hukum (*Rechtssicherheit*) sebagai salah satu dari tiga nilai dasar hukum, bersama keadilan (*Gerechtigkeit*) dan kemanfaatan (*Zweckmässigkeit*), yang idealnya terwujud secara bersamaan meskipun dalam praktiknya senantiasa berada dalam hubungan yang saling menegangkan (Tan, 2021). Kepastian hukum dalam pandangan ini bukan sekadar keberadaan teks peraturan, melainkan kemampuan norma untuk menghasilkan penerapan yang konsisten dan dapat diprediksi oleh setiap pihak yang tunduk padanya, apa pun metode penafsiran yang digunakan untuk membacanya. Teori ini menjadi pisau analisis utama untuk menilai apakah norma PMSE yang ada, ketika dibaca melalui berbagai teknik interpretasi hukum, mampu menghasilkan satu kesimpulan kualifikasi yang stabil terhadap *social commerce*, atau justru menyisakan ruang ketidakpastian yang merugikan konsumen sebagai pihak yang paling lemah posisi tawarnya.

Teori Hukum Responsif

Teori hukum responsif dari Philippe Nonet dan Philip Selznick digunakan untuk menjelaskan mengapa disonansi penafsiran semacam itu dapat bertahan dalam suatu sistem norma. Nonet dan Selznick membedakan tiga tipe tatanan hukum, yaitu hukum represif yang

sepenuhnya melayani kepentingan kekuasaan, hukum otonom yang menonjolkan independensi prosedur dan kepastian formal aturan, serta hukum responsif yang secara aktif dan partisipatif beradaptasi dengan kebutuhan sosial yang berkembang tanpa kehilangan integritas normatifnya (Antasari, 2019). Karakter responsif suatu norma, dalam kerangka ini, tidak diukur semata dari kelengkapan substansinya pada saat dibentuk, melainkan dari tersedianya mekanisme evaluasi dan penyesuaian berkelanjutan yang memungkinkan norma tetap relevan ketika realitas sosial dan model bisnis yang diaturnya berubah (Selznick, 2019). Teori ini menjadi instrumen untuk menilai karakter norma PMSE Indonesia serta merumuskan arah rekonstruksinya berdasarkan pembelajaran perbandingan hukum.

Kedua kerangka teori tersebut ditopang oleh tinjauan atas penelitian terdahulu pada dua rumpun kajian. Rumpun pertama adalah kajian mengenai *social commerce* sebagai model bisnis, yang mendefinisikannya sebagai konvergensi antara fungsi jejaring sosial dan fasilitas transaksi jual beli dalam satu antarmuka digital, dengan karakteristik utama berupa bercampurnya interaksi sosial dan aktivitas komersial yang membedakannya dari model lokapasar konvensional (Wang & Herrando, 2019; Turban et al., 2018). Rumpun kedua adalah kajian yuridis-normatif mengenai perlindungan konsumen dalam PMSE, yang umumnya menyoroti kelemahan struktural seperti minimnya transparansi informasi pelaku usaha dan lambannya penyelesaian sengketa berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 (Wicaksana, 2022; Prabowo & Sulistianingsih, 2023). Penelitian-penelitian pada rumpun kedua ini pada umumnya bersifat deskriptif-normatif dan belum menelusuri secara khusus bagaimana penerapan berbagai metode interpretasi hukum atas norma yang sama dapat menghasilkan kualifikasi berbeda terhadap model bisnis hibrida sebagaimana dikonseptualisasikan pada rumpun pertama, sekaligus belum menempatkan persoalan tersebut dalam kerangka teori kepastian hukum dan hukum responsif secara eksplisit maupun dalam perbandingan sistematis lintas yurisdiksi.

Bertolak dari kedua kerangka teori dan tinjauan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini beranjak dari dugaan dasar bahwa kekosongan kategorisasi *social commerce* dalam norma PMSE Indonesia bukan bersumber dari ketiadaan teks yang dapat digunakan, melainkan dari ketidakselarasan antarmetode penafsiran atas norma yang sama, yang pada gilirannya menimbulkan defisit struktural pada nilai kepastian hukum sebagaimana dirumuskan Radbruch, serta bahwa defisit tersebut berakar pada karakter otonom-statis norma yang bersangkutan dalam pengertian *Nonet-Selznick*, karena tidak dilengkapi mekanisme evaluasi berkala yang memungkinkan penyesuaian kategorisasi terhadap model bisnis baru. Kerangka

berpikir inilah yang menjadi landasan bagi metode dan arah analisis pada bagian-bagian selanjutnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis-normatif dengan bahan hukum, bukan data lapangan, sebagai sumber utama analisis (Marzuki, 2017; Ali, 2021), melalui empat pendekatan yang saling melengkapi, yaitu pendekatan perundang-undangan atas keseluruhan norma PMSE mulai dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, hingga peraturan pelaksana teknisnya; pendekatan konseptual atas konsep *social commerce*, kepastian hukum, dan hukum responsif; pendekatan analitis melalui teknik interpretasi gramatikal, sistematis, dan teleologis untuk menguji konsistensi internal norma; serta pendekatan perbandingan hukum dengan Uni Eropa, Singapura, dan Tiongkok. Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan primer berupa peraturan perundang-undangan, bahan sekunder berupa buku teks, jurnal terakreditasi secara nasional ataupun internasional, dan penelitian terdahulu, serta bahan tersier berupa kamus hukum dan data statistik pendukung (*We Are Social, Populix*) yang hanya digunakan untuk memberikan konteks empiris. Bahan hukum dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dianalisis secara preskriptif-normatif melalui tiga langkah, yaitu inventarisasi dan sistematisasi norma PMSE, penerapan teknik interpretasi hukum untuk menentukan sejauh mana norma dapat diberlakukan terhadap *social commerce*, dan konstruksi hukum melalui analogi serta *argumentum a contrario* apabila ditemukan kekosongan hukum, sebelum hasilnya dianalisis melalui kerangka teori kepastian hukum *Radbruch* dan hukum responsif *Nonet-Selznick* serta dibandingkan dengan pengaturan di yurisdiksi lain guna merumuskan rekonstruksi normatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Disonansi Penafsiran Norma: Antara Makna Gramatikal dan Maksud Sistemik

Analisis atas norma hukum PMSE Indonesia perlu dimulai dari penafsiran gramatikal atas definisi Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE). Menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) adalah pelaku usaha yang menyediakan sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan.

Dibaca secara harfiah, definisi ini bersifat luas dan berorientasi pada fungsi (*funksional*), bukan pada bentuk kelembagaan platform. Sebuah penyelenggara media sosial yang

menambahkan fitur transaksi jual beli, seperti katalog produk terintegrasi dan mekanisme siaran belanja langsung, secara harfiah menyediakan sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan, sehingga secara gramatikal memenuhi unsur definisi PPMSE. Apabila penafsiran berhenti pada tahap ini, dapat disimpulkan bahwa tidak ada kekosongan hukum sama sekali, karena norma yang ada sudah cukup luas untuk menjangkau *social commerce*.

Akan tetapi, penafsiran gramatikal semata tidak memadai dalam ilmu hukum, karena suatu norma harus pula dimaknai secara sistematis dalam kaitannya dengan norma-norma lain dalam satu sistem peraturan yang sama. Interpretasi sistematis atas ketentuan mengenai kewajiban PPMSE luar negeri, yang menetapkan ambang batas transaksi dengan sedikitnya seribu konsumen atau seribu pengiriman paket dalam satu tahun sebagai syarat kewajiban penunjukan perwakilan (Adhetyo, 2022), menunjukkan bahwa keseluruhan sistem norma dirancang dengan asumsi model bisnis lokapasar konvensional, yaitu platform yang aktivitas utamanya adalah transaksi jual beli itu sendiri, bukan platform yang aktivitas utamanya adalah interaksi sosial dengan fitur transaksi sebagai fungsi tambahan. Ketentuan mengenai perbedaan kewajiban antara penyelenggara sarana perantara dan penyelenggara periklanan yang terdapat dalam sistem norma yang sama juga tidak memberikan kriteria yang jelas untuk menentukan pada kategori mana penyelenggara media sosial yang memfasilitasi transaksi seharusnya ditempatkan, apakah sebagai PPMSE penuh, sebagai penyelenggara sarana perantara, ataukah sebagai penyelenggara periklanan yang kewajibannya lebih ringan.

Interpretasi teleologis mempertajam persoalan ini. Tujuan pembentukan norma perizinan PMSE, sebagaimana tercermin dari struktur kewajibannya, adalah menjamin akuntabilitas pelaku usaha PMSE terhadap konsumen dan menjaga persaingan usaha yang sehat antarpelaku usaha PMSE (Barkatullah, 2016). Apabila tujuan ini digunakan sebagai acuan, maka penerapan norma perizinan yang sama secara ketat terhadap penyelenggara media sosial yang fitur transaksinya baru berkembang dapat menimbulkan pembebanan kewajiban yang tidak proporsional, sementara penerapan yang longgar dengan alasan platform tersebut "hanya" media sosial mengabaikan risiko nyata terhadap konsumen yang telah tumbuh signifikan sejalan dengan pesatnya adopsi fitur transaksi tersebut. Di sinilah letak disonansi penafsiran yang menjadi inti persoalan hukum artikel ini, yaitu pembacaan gramatikal cenderung memasukkan *social commerce* ke dalam kategori PPMSE secara luas, pembacaan sistematis menunjukkan bahwa sistem norma tidak dirancang untuk kategori tersebut, dan pembacaan teleologis mengungkap bahwa baik penerapan yang terlalu longgar maupun terlalu ketat sama-sama tidak selaras dengan tujuan norma itu sendiri. Disonansi tiga metode penafsiran atas

norma yang sama inilah yang secara doktrinal dapat dikategorikan sebagai kekosongan hukum yang bersifat semu (*schijnbare leemte*), yaitu kekosongan yang tidak tampak dari bunyi harfiah norma, tetapi nyata ketika norma tersebut diuji secara sistematis dan teleologis.

Kekosongan hukum yang bersifat semu semacam ini secara doktrinal berbeda dari kekosongan hukum yang nyata (*echte leemte*), karena secara tekstual terdapat norma yang dapat digunakan (definisi PPMSE), namun penerapannya menimbulkan ketidakpastian karena tidak didukung oleh kriteria klasifikasi yang jelas dan konsisten dengan tujuan sistemiknya. Konsekuensi praktisnya nyata, yaitu keluhan pedagang Pasar Tanah Abang yang melaporkan penurunan *omzet* drastis akibat maraknya penjualan barang bertarif sangat rendah melalui fitur *live shopping* (Khairurizqi, 2023), yang menunjukkan bahwa ketidakpastian klasifikasi ini bukan sekadar persoalan akademis, melainkan telah menimbulkan dampak persaingan usaha yang nyata, karena pelaku usaha lokapasar konvensional tunduk pada satu rezim kewajiban yang ketat, sementara pelaku usaha *social commerce* beroperasi dalam area penafsiran yang tidak pasti.

Dari analisis di atas, dapat dirumuskan bahwa kekosongan hukum terhadap *social commerce* bukan disebabkan oleh ketiadaan norma sama sekali, melainkan oleh ketidakselarasan antarmetode penafsiran atas norma yang sama, yang pada gilirannya menimbulkan empat konsekuensi doktrinal. Pertama, ketidakpastian kualifikasi subjek hukum, karena tidak ada kriteria tegas untuk menentukan kategori PPMSE yang berlaku bagi *social commerce*. Kedua, potensi penerapan norma secara tidak konsisten oleh otoritas pengawas, karena dasar argumentasi hukum untuk memasukkan atau mengecualikan *social commerce* dari kewajiban PPMSE sama-sama dapat dibangun secara sah dari norma yang ada, tergantung metode penafsiran yang digunakan. Ketiga, rentannya norma terhadap penafsiran yang menguntungkan pelaku usaha tertentu secara sepihak, karena ketiadaan kriteria eksplisit membuka ruang bagi argumentasi hukum yang menguntungkan kepentingan pelaku usaha atas kepentingan konsumen. Keempat, fragmentasi landasan hukum, karena pengaturan PMSE tersebar di berbagai instrumen yang tidak saling merujuk secara eksplisit terhadap isu kategorisasi *social commerce*, sehingga penafsiran sistematis yang utuh sulit dilakukan tanpa menelusuri keseluruhan hierarki peraturan.

Implikasi terhadap Kepastian Hukum Konsumen: Analisis Teori Kepastian Hukum dan Hukum Responsif

Gustav Radbruch merumuskan tiga nilai dasar hukum yang harus diwujudkan secara bersamaan, yaitu keadilan (*Gerechtigkeit*), kemanfaatan (*Zweckmässigkeit*), dan kepastian hukum (*Rechtssicherheit*), yang senantiasa berada dalam hubungan yang saling menegangkan

satu sama lain (Tan, 2021). Kepastian hukum dalam pandangan *Radbruch* menuntut agar norma hukum dapat diterapkan secara konsisten dan dapat diprediksi hasilnya oleh setiap pihak yang tunduk padanya, terlepas dari metode penafsiran mana yang digunakan (Arajärvi, 2021). Temuan pada subbagian sebelumnya, bahwa tiga metode penafsiran atas norma yang sama menghasilkan kesimpulan kualifikasi hukum yang berbeda-beda, dengan sendirinya menunjukkan defisit pada nilai kepastian hukum, karena syarat dasar kepastian, yaitu prediktabilitas hasil penerapan norma, tidak terpenuhi (Nishigai, 2022). Argumen ini lebih tajam daripada sekadar menyatakan bahwa "belum ada aturan khusus", karena yang dipersoalkan bukan ketiadaan teks, melainkan ketidakmampuan teks yang ada untuk menghasilkan satu kesimpulan hukum yang konsisten ketika diuji dengan kaidah-kaidah interpretasi yang berlaku dalam ilmu hukum itu sendiri.

Kepastian hukum dalam konteks perlindungan konsumen mengandung sekurang-kurangnya tiga dimensi, yaitu kejelasan mengenai norma yang berlaku bagi suatu jenis transaksi, kejelasan mengenai pihak yang bertanggung jawab apabila terjadi kerugian, dan kejelasan mengenai mekanisme serta saluran penyelesaian sengketa yang dapat diakses (Prabowo & Sulistianingsih, 2023). Disonansi penafsiran yang dianalisis pada subbagian sebelumnya berdampak langsung dan berjenjang pada ketiga dimensi tersebut.

Pada dimensi pertama, karena kualifikasi hukum platform *social commerce* bergantung pada metode penafsiran yang dipilih, konsumen sesungguhnya tidak dapat mengetahui secara pasti norma perizinan mana yang mengikat platform tempat mereka bertransaksi, sebuah konsekuensi yang secara logis mengalir dari disonansi penafsiran itu sendiri, bukan sekadar akibat "belum diaturnya" *social commerce*.

Pada dimensi kedua, ketidakpastian kualifikasi ini berimplikasi langsung pada penentuan subjek hukum yang bertanggung jawab, jika suatu platform dikualifikasikan sebagai PPMSE penuh melalui penafsiran gramatikal, maka seluruh kewajiban PPMSE, termasuk kewajiban terhadap konsumen, melekat padanya; namun jika dikualifikasikan sebagai penyelenggara periklanan melalui penafsiran sistematis yang lebih sempit, tanggung jawabnya terhadap konsumen menjadi jauh lebih terbatas. Konsumen, yang tidak memiliki akses maupun keahlian untuk melakukan penafsiran hukum semacam ini, berada dalam posisi yang secara struktural dirugikan oleh ketidakpastian tersebut.

Pada dimensi ketiga, mekanisme penyelesaian sengketa konsumen digital di Indonesia masih terfragmentasi antara Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, dan jalur peradilan umum, tanpa adanya kanal penyelesaian sengketa daring (*online dispute resolution*) yang terintegrasi. Fragmentasi kelembagaan ini diperparah,

bukan berdiri sendiri, oleh disonansi penafsiran pada tingkat norma substantif, karena lembaga penyelesaian sengketa pada gilirannya juga harus terlebih dahulu menentukan kualifikasi hukum platform sebelum dapat menentukan dasar hukum tanggung jawab yang relevan, sebuah beban penafsiran tambahan yang seharusnya sudah selesai pada tingkat norma, bukan diserahkan kepada forum penyelesaian sengketa di setiap kasus konkret. Disharmoni normatif antara Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan norma teknis PMSE turut menimbulkan ketidakpastian dalam menentukan pihak yang wajib memberikan ganti rugi, terutama karena struktur transaksi social commerce yang bersifat tripartit antara konsumen, pedagang, dan penyelenggara platform belum sepenuhnya terakomodasi baik dalam rezim hukum perdata klasik maupun dalam kategorisasi PPMSE yang ada.

Untuk memahami mengapa disonansi penafsiran semacam ini dapat bertahan meskipun indikasi persoalannya sudah cukup nyata, teori hukum responsif Nonet dan Selznick memberikan kerangka analisis yang relevan (Asa et al., 2021). Nonet dan Selznick membedakan tiga tipe tatanan hukum berdasarkan hubungannya dengan kekuasaan dan kebutuhan sosial, yaitu hukum represif yang tunduk sepenuhnya pada kepentingan kekuasaan, hukum otonom yang menekankan independensi prosedur dan aturan formal, serta hukum responsif yang secara aktif dan partisipatif beradaptasi dengan tujuan dan kebutuhan sosial tanpa kehilangan integritas normatifnya (Antasari, 2019). Norma hukum PMSE yang dianalisis dalam artikel ini menunjukkan karakter hukum Otonom, yaitu dirumuskan dengan tingkat kepastian prosedural yang tinggi untuk konteks pasar pada saat pembentukannya, tetapi tidak dilengkapi mekanisme evaluasi berkala yang memungkinkan penyesuaian kategorisasi ketika model bisnis baru muncul. Argumen ini berbeda dari sekadar menyatakan regulator "lamban merespons", karena yang dipersoalkan adalah ketiadaan mekanisme institusional untuk evaluasi, bukan semata soal kecepatan politik pengambilan keputusan. Hukum responsif menuntut adanya keterbukaan terhadap partisipasi publik, orientasi pada tujuan substantif, serta kapasitas evaluasi diri yang berkelanjutan (Selznick, 2019), ketiga unsur mana tidak tersedia secara *built-in* dalam desain norma PMSE yang berlaku.

Perdana et al.(2023) menekankan pentingnya rekonstruksi partisipasi masyarakat dalam pembentukan peraturan perundang-undangan berbasis nilai keadilan sebagai prasyarat hukum yang responsif. Diterapkan pada konteks ini, argumen tersebut memperkuat kesimpulan bahwa persoalan utamanya bukan pada substansi definisi PPMSE semata, melainkan pada arsitektur norma yang tidak menyediakan ruang evaluasi partisipatif pascapemberlakuan. Dengan demikian, upaya menutup kekosongan hukum semu yang telah diidentifikasi pada bagian sebelumnya tidak cukup dilakukan melalui penafsiran hukum semata oleh otoritas pengawas

atau pengadilan pada kasus per kasus, karena penafsiran kasuistis semacam itu justru mereproduksi ketidakpastian yang sama pada setiap kasus baru. Yang dibutuhkan adalah penyesuaian norma itu sendiri melalui mekanisme legislasi yang eksplisit, agar kepastian hukum tidak bergantung pada hasil penafsiran forum tertentu.

Dimensi lain yang memperbesar defisit kepastian hukum konsumen adalah persoalan perlindungan data pribadi dalam skema transaksi berbasis media sosial. Fitur social commerce, khususnya siaran belanja langsung dan integrasi katalog produk dalam aplikasi media sosial, memungkinkan pengumpulan data perilaku konsumen dalam skala yang lebih intensif dibandingkan transaksi lokapasar konvensional, karena data transaksi bercampur dengan data interaksi sosial pengguna. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi mewajibkan pengendali data untuk memastikan keabsahan dasar pemrosesan data serta memberikan informasi yang jelas mengenai tujuan pemrosesan kepada subjek data. Namun, karena norma PMSE tidak mengkategorikan social commerce secara eksplisit, penentuan siapa yang berkedudukan sebagai pengendali data dalam skema transaksi tripartit tersebut turut terkena imbas disonansi penafsiran yang sama, sehingga kewajiban perlindungan data pribadi konsumen social commerce sulit ditegakkan secara konsisten.

Dengan memadukan kedua kerangka teori tersebut, dapat dirumuskan bahwa kekosongan hukum semu terhadap social commerce menghasilkan defisit struktural kepastian hukum konsumen yang bersumber dari dua akar masalah yang saling terkait: pertama, norma perizinan PMSE yang secara sistemik dan teleologis dirumuskan untuk konteks model bisnis pada satu titik waktu, sehingga penafsiran ekstensif atas bunyi harfiahnya terhadap model bisnis baru menghasilkan hasil yang inkonsisten; dan kedua, ketiadaan mekanisme evaluasi dan penyesuaian norma yang responsif terhadap perkembangan pasar, sehingga kepentingan konsumen sebagai pihak yang tidak memiliki representasi langsung dalam proses legislasi maupun forum penafsiran hukum menjadi variabel yang paling sering dikorbankan.

Analisis Perbandingan Model Pengaturan *Social Commerce* berdasarkan Praktik Uni Eropa, Singapura, dan Tiongkok dan Rekonstruksi Norma di Indonesia

Pengalaman yurisdiksi lain pada periode yang sepadan dapat memberikan pembelajaran berharga bagi rekonstruksi norma hukum PMSE Indonesia, khususnya dalam hal bagaimana kategorisasi model bisnis dirumuskan sejak awal untuk menghindari disonansi penafsiran sebagaimana dianalisis sebelumnya. Uni Eropa mengesahkan Digital Services Act pada tahun 2022 sebagai instrumen supranasional yang mengatur tanggung jawab platform digital secara berjenjang berdasarkan skala dan risiko, dengan kewajiban tambahan bagi platform berskala sangat besar mulai diterapkan di 2023 ini. Ciri metodologis yang relevan untuk

diperbandingkan bukan sekadar substansi normanya, melainkan teknik perumusannya: kategori subjek hukum (Very Large Online Platform, online marketplace, dan kategori lain) dirumuskan berdasarkan kriteria kuantitatif dan fungsional yang tegas sejak teks undang-undang, sehingga ruang bagi disonansi antara penafsiran gramatikal dan sistematis diperkecil sejak tahap perumusan norma. Kajian komparatif menegaskan bahwa Uni Eropa telah lebih dahulu merespons perubahan pola transaksi digital dengan regulasi yang komprehensif, termasuk melalui Directive on Consumer Rights dan penguatan perlindungan data melalui General Data Protection Regulation, yang memberikan konsumen hak pembatalan dalam jangka waktu empat belas hari serta jaminan transparansi kontrak elektronik, suatu hak baku yang secara sistemik memberi kepastian tanpa bergantung pada kualifikasi platform tertentu.

Singapura menawarkan model lain yang relevan sebagai pembanding karena kemiripan konteks ekonomi digital Asia Tenggara. Kerangka hukum Singapura membangun perlindungan konsumen digital melalui Consumer Protection (Fair Trading) Act yang terintegrasi dengan Personal Data Protection Act dan Cybersecurity Act, seluruhnya berada dalam kerangka kebijakan besar Digital Economy Framework for Action yang memungkinkan sinkronisasi kebijakan lintas sektor sejak tahap perencanaan norma, bukan sebagai penyesuaian belakangan (Bergqvist & Choi, 2023). Secara metodologis, pendekatan ini mengurangi risiko disonansi penafsiran karena kewajiban pelaku usaha dirumuskan lintas rezim hukum secara terkoordinasi sejak awal, sehingga tidak ada satu definisi tunggal yang harus "diregangkan" secara penafsiran untuk menjangkau model bisnis baru. Kajian komparatif Indonesia-Singapura menunjukkan bahwa Singapura mampu membangun ekosistem ekonomi digital yang lebih matang karena regulasi dan infrastrukturnya berkembang secara terkoordinasi, sementara Indonesia masih menghadapi kendala harmonisasi kebijakan dan kesenjangan literasi digital.

Tiongkok, sebagai salah satu pasar *social commerce* terbesar di dunia, menempuh pendekatan regulasi yang secara eksplisit mengategorikan model bisnis live commerce sejak awal (Xiao, 2023). Otoritas pengawas pasar Tiongkok menerbitkan ketentuan administratif mengenai pengawasan transaksi daring pada tahun 2021 yang menetapkan kewajiban pendaftaran dan tanggung jawab platform (*platform liability*) secara berjenjang, serta pedoman gabungan lintas kementerian pada tahun yang sama mengenai tata kelola pemasaran melalui siaran langsung (*live streaming marketing*), yang mewajibkan verifikasi identitas penjual dan penyelenggara siaran serta kejelasan tanggung jawab platform atas produk yang dipasarkan. Secara metodologis, pendekatan Tiongkok relevan karena menunjukkan bahwa kategorisasi eksplisit terhadap *live commerce* dapat dirumuskan melalui peraturan pelaksana teknis tanpa

harus menunggu perubahan undang-undang di tingkat yang lebih tinggi, sebuah preseden yang secara struktural dapat direplikasi dalam sistem hukum Indonesia yang juga mengenal peraturan pelaksana teknis di tingkat kementerian.

Dari ketiga pembandingan tersebut, dapat disarikan tiga pembelajaran metodologis utama bagi rekonstruksi norma PMSE Indonesia. Pertama, kategori subjek hukum sebaiknya dirumuskan berdasarkan kriteria kuantitatif dan fungsional yang tegas sejak teks peraturan, bukan dibiarkan terbuka untuk penafsiran ekstensif atas definisi umum, karena penafsiran ekstensif, sebagaimana dianalisis pada bagian sebelumnya, justru menjadi sumber disonansi, bukan solusi atasnya. Kedua, kewajiban lintas rezim hukum, seperti perlindungan konsumen dan perlindungan data pribadi, sebaiknya dirumuskan secara terkoordinasi sejak tahap perencanaan norma, bukan diserahkan pada proses harmonisasi belakangan yang bergantung pada penafsiran sistematis lintas peraturan. Ketiga, kategorisasi model bisnis baru dapat dan sebaiknya dirumuskan melalui peraturan pelaksana teknis secara responsif begitu indikasi kesenjangan norma teridentifikasi, tanpa menunggu terjadinya kerugian konsumen dalam skala luas terlebih dahulu.

Berdasarkan pembelajaran tersebut, penelitian ini merumuskan empat rekomendasi rekonstruksi norma. Pertama, penyusunan ketentuan teknis tambahan yang secara eksplisit mendefinisikan dan mengkategorikan social commerce sebagai model bisnis tersendiri dengan kriteria kuantitatif dan fungsional yang tegas, guna menutup kekosongan hukum semu yang teridentifikasi melalui analisis interpretasi sebelumnya. Kedua, penyusunan regulasi *lex specialis* perlindungan konsumen digital yang mengintegrasikan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi dalam satu kerangka yang koheren, guna mengatasi disharmoni normatif yang selama ini menyulitkan penentuan tanggung jawab hukum dalam transaksi tripartit konsumen-pedagang-platform. Ketiga, kewajiban evaluasi dan analisis dampak regulasi secara berkala, bukan hanya pada saat pembentukan awal suatu peraturan teknis PMSE, sebagai wujud pergeseran dari norma otonom-statis menuju hukum yang lebih responsif dalam pengertian Nonet-Selznick. Keempat, pelembagaan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen digital secara daring (*online dispute resolution*), guna memastikan bahwa beban penafsiran kualifikasi hukum platform tidak lagi diserahkan pada forum penyelesaian sengketa di setiap kasus konkret, melainkan telah selesai pada tingkat norma.

5. KESIMPULAN

Persoalan utama hukum social commerce di Indonesia bukan terletak pada ketiadaan norma PMSE, melainkan pada disonansi penafsiran gramatikal, sistematis, dan teleologis yang menimbulkan kekosongan hukum semu (*schijnbare leemte*). Melalui teori kepastian hukum Radbruch dan teori hukum responsif Nonet-Selznick, penelitian ini menunjukkan bahwa norma PMSE belum mampu memberikan kepastian mengenai kualifikasi platform, subjek tanggung jawab, dan mekanisme penyelesaian sengketa, sebagaimana tercermin dalam kasus TikTok Shop dan Pasar Tanah Abang. Perbandingan dengan Uni Eropa, Singapura, dan Tiongkok menunjukkan bahwa kepastian hukum dibangun melalui pengaturan eksplisit terhadap kategori social commerce sejak tahap perumusan norma. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan penyusunan ketentuan teknis yang secara tegas mengkategorikan social commerce, pembentukan *lex specialis* perlindungan konsumen digital, evaluasi regulasi secara berkala, serta penguatan mekanisme penyelesaian sengketa daring, disertai penelitian lanjutan mengenai praktik kualifikasi platform social commerce dalam putusan pengadilan.

DAFTAR REFERENSI

- Adhetyo, S. A. (2022). Penanggulangan Perdagangan Lintas Batas Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Trade Policy Journal*, 1(1), 19–24.
- Ali, Z. (2021). *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika.
- Antasari, R. R. (2019). Telaah Terhadap Perkembangan Tipe Tatahan Hukum di Indonesia Perspektif Pemikiran Nonet-Selznick Menuju Hukum yang Berkeadilan. *Nurani: Jurnal Kajian Syari'ah Dan Masyarakat*, 19(1), 103–118. <https://doi.org/10.19109/nurani.v19i1.3344>
- APJII. (2022). *APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857
- Arajärvi, N. (2021). The Core Requirements of the International Rule of Law in the Practice of States. *Hague Journal on the Rule of Law*, 13(1), 173–193. <https://doi.org/10.1007/s40803-021-00152-8>
- Asa, A. I., Munir, M., & Ningsih, R. S. M. (2021). Nonet and Selznick's Responsive Law Concept in a Historical Philosophy Perspective. *CREPIDO*, 3(2), 96–109. <https://doi.org/10.14710/crepido.3.2.96-109>
- Bank Indonesia. (2020). *Annual Report 2020*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/en/publikasi/laporan/Documents/2020_LTBI.pdf?utm_source=
- Barkatullah, A. H. (2016). Harmonisasi Hukum sebagai Perlindungan Hukum oleh Negara bagi Para Pihak dalam Transaksi Elektronik Internasional. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 23(1), 1–22. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol23.iss1.art1>
- Bergqvist, C., & Choi, Y. S. (2023). Controlling market power in the digital economy: The EU and Asian approaches. *Computer Law & Security Review*, 50, 105834. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2023.105834>

- Khairurizqi, R. (2023). *Pedagang Pasar Tanah Abang di Tengah Gempuran Zaman*. detikx. Detikx. <https://news.detik.com/x/detail/intermeso/20230910/Pedagang-Pasar-Tanah-Abang-di-Tengah-Gempuran-Zaman/>
- Manullang, E. F. M. (2022). Misinterpretasi Ide Gustav Radbruch mengenai Doktrin Filosofis tentang Validitas dalam Pembentukan Undang-Undang. *Undang: Jurnal Hukum*, 5(2), 453–480. <https://doi.org/10.22437/ujh.5.2.453-480>
- Marzuki, P. D. M. (2017). *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Mazli, A. (2021). Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia di Era E-Commerce. *Lex Renaissance*, 6(2), 298–312. <https://doi.org/10.20885/JLR.vol6.iss2.art6>
- Nishigai, K. (2022). Two Types of Formalism of the Rule of Law. *Oxford Journal of Legal Studies*, 42(2), 495–520. <https://doi.org/10.1093/ojls/gqab039>
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>
- Perdana, A., Enggal, C. B., Mahdum, R., & Listiawati, E. (2023). Reformulation of Public Participation in Fast- Track Legislation in an Open Cumulative National Legislative Program: Reformulasi Partisipasi Publik dalam Pembentukan Undang-Undang secara Cepat pada Prolegnas Kumulatif Terbuka. *Jurnal Konstitusi*, 20(4), 678–703. <https://doi.org/10.31078/jk2047>
- Populix. (2022). *Get The Latest Insights from Populix Reports*. Populix. Populix. <https://info.populix.co/data-hub>
- Prabowo, M. S., & Sulistianingsih, D. (2023). Reformulation of Consumer Protection Legal Policies in The Digital Business Era in Indonesia. *Diponegoro Law Review*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.14710/dilrev.8.1.2023.14-24>
- Selznick, P. N. & P. (2019). *Hukum Responsif*. Nusamedia.
- Tan, S. H. (2021). Radbruch's Formula Revisited: The Lex Injusta Non Est Lex Maxim in Constitutional Democracies. *Canadian Journal of Law & Jurisprudence*, 34(2), 461–491. <https://doi.org/10.1017/cjlj.2021.12>
- Tjipto, F. P. (2021). Comparative Law Analysis of Consumer Protection Law in E-Commerce Transaction Between Indonesia and United States. *UIR Law Review*, 5(2), 11–25. [https://doi.org/10.25299/uirlrev.2021.vol5\(2\).7456](https://doi.org/10.25299/uirlrev.2021.vol5(2).7456)
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2018). E-Commerce: Mechanisms, Platforms, and Tools. In E. Turban, J. Outland, D. King, J. K. Lee, T.-P. Liang, & D. C. Turban (Eds.), *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective* (pp. 41–76). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-58715-8_2
- Wang, Y., & Herrando, C. (2019). Does privacy assurance on social commerce sites matter to millennials? *International Journal of Information Management*, 44, 164–177. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.016>
- Wicaksana, B. (2022). Analisis Komitmen Dan Kemampuan Pelaku Usaha Marketplace Terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. *Cendekia Niaga*, 6(2), 138–155. <https://doi.org/10.52391/jcn.v6i2.731>

- Wu, Q., Sang, Y., Wang, D., & Lu, Z. (2022). *Malicious Selling Strategies in E-Commerce Livestream: A Case Study of Alibaba's Taobao and ByteDance's TikTok* (arXiv:2111.10491). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2111.10491>
- Xiao, P. (2023). *The Rise of Livestreaming E-Commerce in China and Challenges for Regulation a Critical Examination of a Landmark Case Occurring During COVID-19 Pandemic* (SSRN Scholarly Paper No. 4412647). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4412647>