



Hukum Dagang Terhadap Fenomena Live Shopping dan Kewajiban Penjual dalam Menjamin Keaslian Produk

Ibnu Nurhanip¹, Lydia Nugraha², Enjum Jumhana³, Desy Erliana Warsa⁴, Livia Rahmadini⁵, Suhendra⁶, Razma Aulia⁷, Lulu Rahmawati⁸, Akmal Fauzi⁹

Program Studi Hukum, Universitas Bina Bangsa, Indonesia¹⁻⁹

Email Korespondensi: inurhanip@gmail.com, ldynugrha@gmail.com, jumhanad@gmail.com, derlianawww@gmail.com, liviarahmadini5@gmail.com, dahafazla24@gmail.com, razmaaul@gmail.com, lulurahmawatii884@gmail.com, akmalfauzi488@gmail.com

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 01 Maret 2026

ABSTRACT

The development of digital technology has spurred the emergence of various forms of electronic commerce, one of which is the phenomenon of live shopping or live commerce. This trading model combines buying and selling activities with interactive and persuasive live broadcasts, thereby rapidly and significantly increasing consumer purchasing interest. However, behind the convenience and high transaction value, live shopping raises legal issues, particularly regarding the seller's obligation to guarantee the authenticity and quality of the traded products. This research aims to analyze the legal position of live shopping transactions from the perspective of Indonesian commercial law and examine the seller's legal responsibility for product authenticity guarantees. The research method used is normative juridical with a statutory approach, specifically the Civil Code, the Electronic Information and Transactions Law, the Government Regulation on Electronic Commerce, and the Consumer Protection Law. The research results show that live shopping transactions are valid and legally binding electronic contracts, so every statement and offer made by the seller during the live broadcast has legal consequences. Sellers are obligated to provide accurate, clear, and honest information regarding the condition and authenticity of the products. Violations of these obligations can result in civil or criminal legal liabilities. Therefore, there is a need to strengthen the legal awareness of business actors and provide effective legal protection for consumers in live shopping practices.

Keywords: Commercial Law, Live Shopping, Consumer Protection, Product Authenticity, PMSE, Absolute Liability.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital saat ini telah memicu munculnya berbagai jenis perdagangan online, termasuk yang dikenal sebagai live shopping atau live commerce. Bentuk perdagangan ini memadukan proses jual-beli dengan siaran langsung yang interaktif dan meyakinkan, sehingga bisa langsung memicu minat pembelian konsumen dengan cepat dan besar. Meski begitu, di samping kemudahan dan volume transaksi yang tinggi, live shopping juga membawa masalah hukum, terutama soal tanggung jawab penjual untuk menjamin keaslian dan mutu produk yang dijual. Penelitian ini ingin mengkaji posisi hukum transaksi live shopping dari sudut pandang hukum dagang di Indonesia, serta meneliti tanggung jawab hukum penjual terkait jaminan keaslian barang. Pendekatan yang

digunakan adalah yuridis normatif, dengan fokus pada peraturan perundang-undangan seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah mengenai Perdagangan melalui Sistem Elektronik, serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dari hasil analisis, terlihat bahwa transaksi live shopping adalah kontrak elektronik yang sah dan berlaku secara hukum, sehingga setiap ucapan atau tawaran penjual selama siaran langsung punya konsekuensi hukum. Penjual harus memberikan info yang akurat, transparan, dan jujur tentang kondisi serta keaslian produk. Jika melanggar, bisa dikenai sanksi perdata atau pidana. Karena itu, penting untuk meningkatkan pemahaman hukum bagi pelaku bisnis dan memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi konsumen dalam praktik live shopping.

Kata Kunci: Hukum Dagang, Live Shopping, Perlindungan Konsumen, Keaslian Produk, PMSE, Tanggung Jawab Mutlak

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah benar-benar mengubah cara kita memandang praktik Hukum Dagang. Model perdagangan lama yang bergantung pada interaksi langsung sekarang sudah banyak beralih ke Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) (Amat & Yusuf, 2024). Di tengah berbagai inovasi digital, Live Shopping atau yang sering disebut live commerce muncul sebagai tren utama dalam beberapa tahun belakangan. Fenomena ini mencampurkan belanja online dengan siaran langsung yang interaktif, di mana penjual bisa langsung memamerkan, mendemo, dan menjual produk ke konsumen secara langsung (Yusuf et al., 2024).

Live shopping, yang dimulai oleh platform media sosial dan e-commerce raksasa, memberikan pengalaman belanja yang beda, membuat orang merasa harus ikut-ikutan (FOMO), dan menciptakan hubungan emosional yang lebih dekat antara penjual dan pembeli. Nilai transaksinya juga naik drastis, sampai-sampai jadi salah satu bagian penting di ekonomi digital sekarang (Nurdiawati & Abduh, 2024).

Tapi, di balik kemudahan dan lonjakan transaksi ini, ada masalah hukum yang cukup besar, khususnya soal jaminan kualitas dan keaslian produk. Karena semuanya real-time dan keputusan cepat, batasan antara promosi (seperti iklan) dan penawaran (kontrak) jadi kabur, yang bisa dimanfaatkan orang-orang tidak bertanggung jawab untuk jualan barang KW atau yang kualitasnya nggak sesuai omongan host. Konsumen, yang terbawa hype dan waktu yang terbatas, sering nggak punya kesempatan buat cek mendalam (Themis et al., 2024).

Oleh sebab itu, perlu ada kajian hukum yang ketat untuk memperkuat posisi transaksi ini di bawah Hukum Dagang Indonesia, dan jelaskan tanggung jawab hukum penjual tidak cuma di PMSE umum, tapi juga di interaksi live yang super persuasif, terutama memastikan hak dasar konsumen dapat produk asli sesuai deskripsi (Kamilah & Cianjur, 2025).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif (legal research) karena fokus analisis diarahkan pada norma-norma hukum yang mengatur transaksi perdagangan elektronik, khususnya dalam konteks live shopping (Fatimah, 2023). Pendekatan ini menelaah peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, serta putusan pengadilan yang relevan (Maulana et al., 2025). Selain itu digunakan pendekatan konseptual, yaitu mengkaji konsep-konsep hukum dagang, perlindungan konsumen, transaksi elektronik, serta praktik live shopping dalam ekonomi digital. Jenis dan Sifat Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-analitis, yaitu menjelaskan fenomena hukum yang terjadi pada praktik live shopping dan menganalisis implikasi normatifnya terhadap hubungan para pihak dalam transaksi dagang (Kase et al., 2024). Teknik Pengumpulan Data Pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan: (1) Studi kepustakaan pada peraturan, buku, jurnal, dan sumber ilmiah lainnya. (2) Pendekatan kasus (case approach) melalui pengumpulan putusan pengadilan dan laporan sengketa konsumen pada platform e-commerce/live shopping (Ramadhan, 2025). (3) Analisis dokumen terhadap syarat & ketentuan (terms and conditions) platform live shopping seperti TikTok Shop, Shopee Live, dan platform lainnya. Teknik Analisis Data Bahan hukum dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif dengan langkah-langkah: (1) Inventarisasi norma yang relevan dengan transaksi live shopping (Dhabitah et al., 2023). (2) Analisis sinkronisasi vertikal dan horizontal antara aturan hukum dagang dan regulasi transaksi elektronik. (2) Penilaian kecukupan perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha dalam skema live commerce. (3) Penarikan kesimpulan mengenai implikasi hukum, potensi sengketa, serta rekomendasi pembaruan regulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena Live Shopping dalam Hukum Dagang

Live shopping adalah bentuk perkembangan dari e-commerce tradisional yang memadukan unsur hiburan dengan aktivitas jual-beli, yang sering disebut sebagai s-commerce atau social commerce. Dari segi hukum, transaksi yang berlangsung dalam live shopping diklasifikasikan sebagai Kontrak Elektronik. Berdasarkan Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), ini adalah tindakan hukum yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, atau sarana elektronik lainnya. Elemen "langsung" atau real-time dalam live shopping sering kali mendorong konsumen untuk membeli impulsif, yang secara hukum meningkatkan kemungkinan terjadinya ketidakcocokan antara barang yang dijanjikan dengan yang diterima.

Dalam bidang hukum perdagangan, penjual memiliki tanggung jawab utama untuk memberikan barang yang sesuai dengan kesepakatan (berdasarkan itikad baik). Kewajiban ini diatur secara rinci dalam beberapa peraturan, seperti Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang mewajibkan penjual menyampaikan informasi yang akurat, jelas, dan

jujur tentang kondisi serta garansi produk. Menawarkan barang imitasi (KW) dengan mengklaim sebagai asli merupakan pelanggaran berat terhadap pasal ini. Selain itu, Pasal 48 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) mengharuskan pelaku usaha yang mengelola transaksi elektronik memberikan data lengkap dan benar terkait spesifikasi produk.

Jika terbukti bahwa produk yang dipasarkan melalui live shopping adalah palsu, penjual bisa dikenai sanksi perdata berupa ganti rugi melalui tuntutan perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) atau wanprestasi. Selain itu, ada sanksi pidana sesuai Pasal 62 UUPK, di mana pelaku usaha yang melanggar aturan jaminan produk dapat dihukum penjara maksimal 5 tahun atau denda hingga Rp 2 miliar.

SIMPULAN

Live shopping itu sebenarnya evolusi dari perdagangan online yang secara hukum dianggap sebagai kontrak elektronik yang valid dan mengikat. Keabsahannya diatur oleh Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), plus Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Jadi, semua ucapan, tawaran, atau janji yang dilontarkan penjual saat siaran langsung punya dampak hukum yang serius dan mengikat kedua belah pihak. Sebagai pengusaha, penjual punya tanggung jawab hukum untuk menyampaikan info yang akurat, transparan, dan jujur soal kondisi serta keaslian barang yang dijual. Ini ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Kalau penjual nekat jualan produk KW dengan klaim asli, itu jelas melanggar aturan dan bisa berujung pada sanksi perdata atau bahkan pidana. Selain itu, kalau konsumen rugi karena barangnya ternyata palsu, pengusaha bisa dikenai tanggung jawab mutlak (strict liability) sesuai Pasal 19 UUPK, tanpa perlu bukti kalau mereka salah. Makanya, live shopping ini butuh keseimbangan antara kemudahan dan kecepatan transaksi digital dengan perlindungan hukum yang kuat buat konsumen, terutama soal jaminan keaslian dan mutu produk yang diperjual belikan. Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan artikel jurnal ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR RUJUKAN

- Amat, L., & Yusuf, H. (2024). Analisis Perspektif Hukum Dagang Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Indonesia. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1249–1264. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Dhabitah, J., Anwar, K., & Nor, M. (2023). Analisis Pencabutan Izin Komersial Tiktok : Rekomendasi Ekonomi Digital Indonesia. 2(2), 49–64.

- Fatimah, S. (2023). Tinjauan Yuridis Terhadap Pelaku Tindak Pidana Perjudian Online di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 3224–3231. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/717>
- Kamilah, A., & Cianjur, U. S. (2025). TRANSFORMASI PERDAGANGAN DIGITAL : ANALISIS REGULASI LIVE SHOPPING DI TIKTOK SHOP DALAM KERANGKA PP NO . 80 TAHUN 2019. 40(2), 264–272.
- Kase, M. S., Redjo, P. R. D., Manane, D. R., & Pangastuti, M. D. (2024). Pelatihan Pembukuan Kekinian Menggunakan Aplikasi Buku Kas Bagi Karangtaruna Desa Oabikase Kecamatan Insana Barat. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 15–20. <https://jurnal-cahayapatriot.org/index.php/jupemas/article/view/220>
- Maulana, S. Y., Hifni, M., Sulyana, G., & Darmawan, D. (2025). Analisis Yuridis Terhadap Gugatan Ganti Rugi Dalam Proses Pengadaan Tanah Untuk Kepentingan Umum. 5023–5033.
- Nurdiawati, T. D., & Abduh, M. (2024). TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP JUAL BELI DENGAN METODE CASH ON DE LIVE RY (COD) PADA PROMOSI LIVE STREAMING TIKTOK. 5(1), 140–155.
- Ramadhan, R. G. (2025). Analisis khiyar majlis pada transaksi e-commerce live streaming : Perspektif fikih mazhab Syafi ' i-Maliki. 3(2), 57–66.
- Themis, V., Ilmu, J., & Dan, H. (2024). *Viva themis*: 07.
- Yusuf, I. I. D., Jahiri, M., Henderi, H., & Ladjamudin, A.-B. Bin. (2024). Design and Development of Interactive Media in Vocational High Schools Using the Multimedia Development Life Cycle Method Based on Android. *JINAV: Journal of Information and Visualization*, 5(1), 134–145. <https://doi.org/10.35877/454ri.jinav2883>