

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejauh ini, perkembangan program ekonomi kreatif di Indonesia telah mengalami kemajuan yang sangat pesat, terutama pada era digital yang memanfaatkan platform berbasis media sosial. Platform digital memiliki potensi ekonomi yang besar sebagai sumber penghasilan melalui konten kreatif yang diciptakan, sehingga mendorong perlunya pengaturan hukum yang dapat memfasilitasi penggunaan aset digital sebagai objek jaminan untuk mendukung pembiayaan ekonomi kreatif.¹

Ditinjau dari perspektif yuridis normatif, status dan kedudukan platform digital sebagai model ekonomi baru tidak diatur dengan rinci. Sehingga, dibutuhkan analisis yuridis lebih lanjut. Meskipun demikian, secara umum Konstitusi yang merupakan hierarki aturan hukum positif tertinggi di Indonesia, sejatinya telah mengamanatkan bahwa setiap orang berhak untuk memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 28 C Ayat (1) UUD NRI Tahun 1945. Oleh karena itu, sejatinya pemanfaatan dari platform digital bukan sesuatu yang melanggar konstitusi sebab telah sesuai dengan materi muatan yang telah diatur di dalamnya.²

¹ Neng Yani Nurhayani, "Pengantar Hukum Indonesia" (Bandung: Multi Kreasindo, 2021), 74. ISBN: 978-602-73788-3-4.

² Wira Atma Hajri, "Living Constitution: Cara Menghidupkan UUD 1945" (Yogyakarta: Deepublish, 2017), 96. ISBN: 978-602-453-369-4.

Di samping itu, Pasal 28 F UUD NRI Tahun 1945 juga mengamanatkan adanya kebebasan dalam mendapatkan informasi dan komunikasi di samping pemanfaatan teknologi. Dalam hal demikian, kehadiran platform digital adalah jawaban terbaik yang dapat menampung amanat konstitusi tersebut.³

Seiring dengan pesatnya perkembangan zaman, teknologi terus mengalami kemajuan yang signifikan dan memberikan dampak besar pada kehidupan manusia, baik dari segi sosial maupun budaya. Teknologi informasi kini berkembang pesat dan semakin mempermudah akses manusia ke berbagai informasi yang mereka butuhkan. Hal ini tidak terlepas dari kemudahan yang ditawarkan oleh jaringan internet, yang memungkinkan masyarakat untuk dapat mengakses informasi sekaligus berkomunikasi kapan saja dan di mana saja.

Dalam era teknologi yang kian modern ini, masyarakat semakin dimudahkan untuk dapat mencari berbagai hal yang sebelumnya sulit dijangkau. Internet, dengan kapasitas jangkauan globalnya, telah menjadi sarana utama dalam mendistribusikan informasi serta mendukung berbagai aktivitas. Sebagian besar akses internet dilakukan melalui *smartphone*, yang kini tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga sarana untuk mendapatkan informasi, sarana edukasi, branding bahkan dimanfaatkan untuk kebutuhan ekonomi.

Di era modern saat ini harus diakui, berbagai platform digital telah tersedia dan memberikan akses kemudahan informasi serta menjadi peluang dalam ekonomi baru khususnya dalam industri kreatif. Salah satu platform digital

³ Wira Atmaja Hajri, "Studi Konstitusi: UUD 1945 dan Sistem Pemerintahan" (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 50. ISBN: 978-623-7022-59-6.

tersebut ialah TikTok.⁴ Aplikasi ini menarik perhatian berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, pelaku bisnis, hingga orang tua. Menurut *Business of Apps*, jumlah pengguna aktif bulanan (*Monthly Active Users/MAU*) TikTok mencapai 1,39 miliar pada kuartal pertama 2022 secara global atau meningkat sebesar 72,17% dibandingkan tahun sebelumnya.⁵

TikTok menjadi salah satu aplikasi yang sedang populer dan banyak digunakan oleh generasi milenial di dunia dan Indonesia. Aplikasi ini telah menjadi bagian dari budaya yang meluas di kalangan masyarakat. Banyak pengguna memanfaatkan TikTok untuk menampilkan kreativitas mereka melalui berbagai konten media sosial.

Di samping itu, akun TikTok dapat pula dijadikan sarana untuk *personal branding*. Menurut McNally and Speak, *personal brand* adalah persepsi yang tertanam dan terpelihara dalam benak orang lain, dengan tujuan akhir menciptakan pandangan atau persepsi positif yang dapat menghasilkan kepercayaan (*trust*) dan tindakan lebih lanjut. Konsep ini menjadi relevan dalam penggunaan aplikasi TikTok, yang menawarkan berbagai fitur menarik untuk membangun *personal brand* penggunanya. TikTok menyediakan beragam efek khusus yang unik dan mudah digunakan, memungkinkan penggunanya membuat video pendek yang kreatif dan memukau. Hasil karya ini kemudian dapat dibagikan kepada teman-teman atau pengguna lainnya di lingkungan

⁴ Muh. Fathir Maulid Yusuf dkk., "Dampak Penutupan Tiktok Shop Terhadap Pengguna Dan Pelaku Bisnis Dalam E-Commerce," *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan* 2, no. 1 (2024): 2. ISSN: 3025-4345.

⁵ Khoirunnisa Ayu Safitri, "Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Pada Akun @Vmuliana)," *BroadComm* 5, no. 2 (2023): 62, <https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i2.335>. E-ISSN: 2776-2556.

platform. Selain itu, TikTok mendukung kreativitas dengan menyediakan banyak pilihan musik, sehingga penggunanya dapat menampilkan performa berupa tarian, gaya bebas, dan bentuk ekspresi lainnya. Dengan memanfaatkan kecerdasan buatan dari ByteDance, TikTok mampu memahami preferensi dan aktivitas penggunanya, sehingga dapat memberikan saran yang relevan dan meningkatkan minat serta permintaan mereka. Efek-efek khusus yang tersedia dalam aplikasi ini juga sangat beragam, memungkinkan pengguna menciptakan video-video pendek yang menarik dan mudah dihasilkan menggunakan fitur instan. Hal ini yang kemudian membentuk persepsi terhadap para pemilik akun atau *personal branding*.⁶

Selain itu, akun TikTok dapat pula dimanfaatkan sebagai media edukasi dengan pendekatan pembelajaran berbasis audio-visual, yang efektif untuk mendukung berbagai materi pelajaran, terutama keterampilan menyimak dan mendengarkan. Dengan fitur dan karakteristik yang dimilikinya, TikTok mampu memenuhi kebutuhan audio-visual dalam menyampaikan materi secara singkat namun tetap kaya akan pemahaman dan kejelasan. Pendekatan ini membuat merasa lebih nyaman dan tertarik, sehingga TikTok menjadi alternatif menarik sebagai sarana pembelajaran dan edukasi.⁷

Akun TikTok saat ini dapat dijadikan sarana ekonomi kreatif. Menurut data dari sumber internal, Gross Merchandise Volume (GMV) di tahun 2022

⁶ Susilowati, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)," *Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (2018): 180, <https://doi.org/10.31294/jkom.v9i2.4319>. E.ISSN: 2579-3292

⁷ Maya Retnasary dan Diny Fitriawati, "Analisis akun Tik Tok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi," *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2022): 9, <http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>. ISSN: 2746-6558

menyebutkan nilai total barang dalam transaksi yang dilakukan melalui aplikasi TikTok Shop di Asia Tenggara mengalami peningkatan yang pesat hingga empat kali lipat atau sekitar 4,4 miliar USD atau Rp66,7 triliun. Pertumbuhan yang ada tersebut didorong oleh salah satu fitur belanja yang ada di TikTok yang memberikan pengalaman pengguna lebih nyaman. Berbagai kemudahan yang ditawarkan kepada pengguna TikTok meliputi fitur-fitur transaksi dalam aplikasi dan kemampuan TikTok dalam menjual produk langsung di platform tersebut. Fitur tambahan yang dimiliki TikTok seperti pembuatan konten-konten yang mendukung promosi dan penjualan produk, serta adanya kemudahan transaksi serta pembayaran langsung dalam aplikasi TikTok, menjadi inovasi penting. Sebelumnya, *influencer* dan pemilik brand harus menggunakan tautan terpisah untuk konsumen atau pengguna, akan tetapi kini semua proses dapat dilakukan langsung di platform aplikasi TikTok, sehingga memperlancar aktivitas bisnis di platform ini. TikTok juga dinilai mampu untuk meningkatkan performa dalam penjualan brand hingga 24%. Laporan dari AppAnnie juga mengungkapkan bahwa platform TikTok telah menjadi aplikasi utama yang mendorong kebiasaan belanja konsumen. Pada tahun 2021, pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen melalui aplikasi ini mengalami peningkatan hingga sebesar 77%. Selain itu, mayoritas pengguna TikTok mengakui bahwa mereka sering melakukan pembelian barang meskipun pada awalnya mereka tidak berniat untuk berbelanja melalui platform tersebut.⁸

⁸ Siti Nurhaliza Azzahra dan Syahrul Aryanto, "Analisis Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Pertumbuhan Ekonomi," *Karimah Tauhid* 2, no. 4 (2023): 1110–11, <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i4.8853>. E-ISSN 2963-590X.

Platform digital TikTok telah menunjukkan bahwa aplikasi ini bukan sekedar sebuah platform digital saja yang sifatnya sebagai hiburan melainkan sebagai Aset tidak berwujud (*intangible asset*) bagi pemilik akun yang cermat dalam dunia industri ekonomi kreatif. Berdasarkan Pasal 1 Angka (1) UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Di samping itu, berdasarkan amanat Pasal 16 Ayat (1) dan (2), Pemerintah berkewajiban untuk memfasilitasi skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual bagi Pelaku Ekonomi Kreatif yang tata caranya diatur dalam PP No 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.⁹ Disusun dan diberlakukannya undang-undang tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi yang besar untuk menjadi salah satu aspek penggerak dalam mencapai dan mewujudkan Indonesia yang sejahtera.¹⁰ Dengan berlimpahnya ketersediaan sumber daya manusia serta potensi kemampuan kreatif bangsa Indonesia yang didukung oleh keanekaragaman dari warisan budaya yang unik, diharapkan mampu menciptakan industri ekonomi kreatif yang berkelanjutan juga dapat bersaing secara global.¹¹

Sebagai amanat UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif perihal

⁹ Tim Penerbit Litnus, "Undang-Undang Ekonomi Kreatif" (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2023), 1. ISBN: 978-623-495-666-5.

¹⁰ <https://news.detik.com/berita/d-6184543/jokowi-teken-pp-soal-kekayaan-intelektual-jadi-objek-jaminan-utang>

¹¹ Ahmad M. Ramli, "Hak Cipta, Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif" (Bandung: PT Alumni, 2021), 98. ISBN: 978-979-414-611-8.

pelaksanaan skema pembiayaan berbasis kekayaan intelektual, telah diatur lebih lanjut di dalam Pasal 9 Ayat (1) dan (2) PP No 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif intinya, lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank dapat menggunakan Kekayaan Intelektual sebagai objek jaminan utang. Berdasarkan PP tersebut, bentuk dari jaminan utang yang diakui meliputi a. jaminan fidusia atas Kekayaan Intelektual; b. kontrak dalam kegiatan Ekonomi Kreatif; dan c. hak tagih dalam kegiatan Ekonomi Kreatif.

Sejalan dengan uraian diatas, maka dengan mengacu pada Pasal 1 Angka (1) UU No 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia dapat disimpulkan bahwa jaminan fidusia adalah pengalihan hak kepemilikan suatu benda atas dasar kepercayaan yang objeknya dapat berupa benda berwujud dan tidak berwujud (*intangible asset*) asalkan memiliki nilai ekonomis.¹² Dalam konsepsi hukum ini, Hak tetap berada dalam penguasaan Pemberi Fidusia,¹³ yaitu orang atau badan usaha yang memiliki benda jaminan fidusia.¹⁴

Adapun definisi *intangible asset* sebagaimana dijelaskan oleh The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) adalah “*intangible assets are assets that do not have a physical or financial embodiment. Termed ‘intellectual assets’*”. Ini berarti aset tak berwujud adalah aset yang tidak mempunyai perwujudan fisik. Dalam referensi OECD lain

¹² Rio Christiawan dan Januar Agung Saputera, “Perkembangan dan Praktik Jaminan Fidusia” (Depok: Rajawali Press, 2022), 28. ISBN: 978-623-372-452-4.

¹³ Junaidi Abdullah, “Jaminan Fidusia di Indonesia (Tata Cara Pendaftaran dan Eksekusi),” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4, no. 2 (2016): 118, <https://doi.org/10.21043/bisnis.v4i2.2693>.

¹⁴ Tan Kamello, “Hukum Jaminan Fidusia: Suatu Kebutuhan Yang Didambakan” (Bandung: PT Alumni, 2022), 32. ISBN: 978-979-414-552-4.

disebut sebagai 'aset intelektual'.¹⁵

Di samping itu, sebelum ada UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, segala hal yang berkaitan dengan penjaminan termasuk dengan bendak tak berwujud didasarkan pada pengaturan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang dalam ketentuan Pasal 1131 mengatur bahwa segala barang-barang bergerak dan tidak bergerak dari si berutang, baik yang sudah ada maupun yang baru akan ada di kemudian hari, menjadi tanggungan untuk segala perikatan perseorangan. Sementara itu, Pasal 1132 KUHPerdata menyatakan bahwa barang-barang itu menjadi jaminan bersama bagi para kreditur; hasil penjualan barang-barang itu dibagi menurut keseimbangan piutang masing-masing, kecuali apabila di antara para kreditur itu ada alasan-alasan sah untuk didahulukan.¹⁶

Pada prakteknya, Jaminan Fidusia harus dibuat dalam bentuk akta notaris, yaitu akta otentik yang dibuat oleh atau di hadapan notaris.¹⁷ Dalam kaitan ini, kewenangan notaris sangat beragam meliputi pembuatan akta otentik mengenai semua perbuatan, perjanjian, dan penetapan yang diharuskan oleh peraturan perundang-undangan dan/atau dikehendaki oleh yang berkepentingan. Selain itu, Notaris juga berwenang untuk mengesahkan perjanjian di bawah tangan.¹⁸

Dengan berkembangnya platform TikTok yang dapat menjadi peluang

¹⁵ Yunanik dan Sono, "Manajemen Aset: Sistem Penanganan Aset" (Purbalingga: CV Sketsa Media, 2023), 5. ISBN: 978-623-8263-46-2.

¹⁶ Tim Redaksi BIP, "Himpunan Peraturan Undang-Undang KUHPer (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata)" (Jakarta: Penerbit Buana Ilmu Populer, 2017), 313. ISBN: 978-602-455-251-0.

¹⁷ Tim Penerbit Litnus, "Undang-Undang Jabatan Notaris" (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2023), 1. ISBN: 978-623-495-667-2.

¹⁸ Nandang Najmudin, "Hukum Dagang" (Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M UIN Sunan Gunung Djati, 2022), 173. ISBN: 978-623-763-350-1.

ekonomi kreatif bagi pemilik akun, mengharuskan Notaris untuk menyesuaikan diri serta mempunyai pemahaman yang mendalam mengenai jaminan fidusia dengan objek akun TikTok, termasuk karakteristik Hak Cipta sebagai aset tidak berwujud dengan dinamika ekonomi. Kedepannya notaris memiliki kewajiban dalam memberikan nasihat yang tepat kepada para pihak mengenai risiko yang mungkin terjadi dan manfaat dari penggunaan Hak Cipta sebagai jaminan fidusia. Selanjutnya, notaris juga perlu melakukan pemeriksaan serta verifikasi dokumen dengan teliti terkait dengan kepemilikan Hak Cipta, termasuk bukti pendaftaran Hak Cipta untuk mencegah sengketa yang mungkin terjadi di kemudian hari dan memastikan akta yang dibuat sah secara hukum serta dapat dieksekusi. Lebih lanjut, peran notaris dalam menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga penilai pun sangat penting, terutama untuk menentukan nilai ekonomi dari Hak Cipta yang dijadikan jaminan fidusia.¹⁹

Dalam menjalankan tugas dan kewenangannya, Notaris menghadapi problematika yang terkait dengan pemanfaatan akun TikTok sebagai objek jaminan fidusia. Diantaranya, hal itu menyangkut beberapa fakta sebagai berikut:

1. Kesenjangan dalam pengaturan benda tidak berwujud sebagai Objek Jaminan Fidusia. UU No 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia dan UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif telah memberikan dasar hukum untuk menjadikan benda tidak berwujud

¹⁹ Reni Budi Setianingrum, "Mekanisme Penentuan Nilai Ekonomis dan Pengikatan Hak Cipta sebagai Objek Jaminan Fidusia," *Jurnal Media Hukum* 23, no. 2 (2016): 230, <https://doi.org/10.18196/jmh.2016.0083.229-238>. ISSN: 0854-8919.

sebagai objek fidusia. Namun, dalam implementasinya tampak bahwa aset digital khususnya akun media sosial belum mendapatkan pengaturan yang jelas. Akun TikTok, sebagai *intangible asset*, memiliki nilai ekonomi yang meliputi jumlah pengikut, konten yang dihasilkan, potensi penghasilan, dan lain sebagainya. Namun, akun TikTok tidak memiliki wujud fisik maupun nilai pasar yang standar. Sementara itu, UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dan PP No 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif disusun dengan tujuan untuk mendorong kreativitas serta memberikan perlindungan pada kekayaan intelektual, termasuk Hak Cipta pada akun TikTok. Namun, hingga saat ini tidak ada standar penilaian dan perlindungan terhadap akun media sosial sebagai aset yang dapat dijamin, sehingga notaris masih mengalami kesulitan dalam menentukan legalitas dan perlindungan hukum bagi aset ini dalam akta jaminan fidusia.

2. Kesenjangan dalam Penilaian Nilai Ekonomis Akun Media Sosial.

UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif mengakui kekayaan intelektual sebagai aset yang dapat dijadikan jaminan, tetapi akun media sosial belum memiliki standar penilaian ekonomis yang diterima secara hukum. Faktor-faktor seperti jumlah pengikut, keterlibatan, dan pendapatan potensial sering kali digunakan dalam dunia bisnis untuk menentukan nilai akun. Namun metode ini belum

diakui dalam hukum di Indonesia. Ketidakpastian ini menyebabkan kesulitan bagi notaris dalam merumuskan nilai yang sah untuk dicantumkan dalam akta jaminan fidusia, sehingga mengurangi kredibilitas akta tersebut di mata masyarakat.

3. Keterbatasan Peran Notaris dalam Menjamin Kepastian Hukum atas Aset Digital. Peran notaris adalah memastikan bahwa akta yang dibuat memenuhi syarat-syarat hukum dan memberikan kepastian hukum. Namun, PP No 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif belum memberikan panduan operasional bagi notaris dalam menangani aset digital sebagai objek fidusia. Akibatnya, notaris tidak memiliki panduan yang memadai untuk menilai atau memverifikasi akun media sosial sebagai aset sah yang dapat dijamin. Tanpa pedoman yang jelas, notaris menghadapi dilema dalam menjamin legalitas dan keabsahan aset digital dalam jaminan fidusia. Hal itu, berdampak pada keamanan hukum bagi kreditur dan debitur.
4. Belum Terjaminnya Aspek Keberlanjutan Aset Digital Sebagai Objek Jaminan. Akun media sosial seperti TikTok sangat bergantung pada platform pihak ketiga. Jika platform menutup akun tersebut atau melakukan perubahan kebijakan, nilai aset tersebut bisa turun drastis atau bahkan hilang sepenuhnya. PP No 24 Tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif belum memperhitungkan keberlanjutan aset berbasis

platform ini. Tanpa peraturan khusus mengenai risiko keberlanjutan ini, Notaris akan kesulitan memberikan jaminan bagi kreditur bahwa aset tersebut akan tetap bernilai di masa depan. Hal ini menimbulkan ketidakpastian hukum dan risiko tinggi bagi kreditur yang menerima akun media sosial sebagai jaminan.

Adanya permasalahan dan kendala terkait Hak Cipta yang dijadikan sebagai objek jaminan fidusia berpotensi menghambat aktivitas pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Mengingat perkembangan industri kreatif di tanah air, terutama dalam bentuk platform-platform video seperti TikTok yang sangat cepat, hal itu telah menimbulkan tantangan yang semakin signifikan. TikTok, sebagai salah satu platform utama di mana konten kreatif diproduksi dan dibagikan, menghadirkan dinamika baru dalam pengelolaan dan perlindungan Hak Cipta. Konten di platform ini sering kali bersifat viral dan sangat cepat berubah, sehingga menambah kompleksitas dalam penilaian dan pengelolaan Hak Cipta sebagai jaminan fidusia.²⁰ Dengan demikian dibutuhkan adanya penelitian dan pengembangan secara komprehensif untuk mengkaji akta jaminan fidusia dengan objek jaminan berupa akun TikTok sehingga kedepannya dapat dijadikan sumber rujukan oleh notaris. Tanpa penelitian yang mendalam akan menimbulkan ada beberapa dampak atau konsekuensi potensial yang bisa timbul, diantaranya sebagai berikut.

Pertama, ketidakpastian hukum dalam penggunaan aset digital sebagai

²⁰ <https://www.antaranews.com/berita/3013337/pengamat-tunggu-teknis-rencana-konten-youtube-jadi-jaminan-kredit>

jaminan. Tanpa penelitian ini, regulasi tentang aset digital sebagai objek jaminan fidusia akan tetap kabur dan tidak memiliki kepastian hukum. Ini dapat mengakibatkan kebingungan dan ketidakpastian di kalangan notaris, debitur, dan kreditur mengenai legalitas akun media sosial sebagai jaminan. Kreditur mungkin akan merasa ragu untuk menerima aset digital sebagai jaminan, dan debitur bisa kehilangan peluang untuk memanfaatkan aset ini sebagai sumber pembiayaan.

Kedua, terbatasnya peran notaris dalam menjamin kepastian hukum bagi aset digital. Notaris mungkin merasa ragu atau tidak memiliki pedoman yang jelas dalam menangani jaminan fidusia yang berbasis aset digital. Tanpa penelitian, mereka tidak akan mendapatkan referensi yang kuat mengenai prosedur dan aturan yang perlu diterapkan dalam pembuatan akta jaminan fidusia untuk intangible assets seperti akun TikTok. Hal ini dapat menyebabkan notaris enggan untuk menangani transaksi dengan objek jaminan intangible, sehingga menghambat inovasi dalam layanan notaris yang beradaptasi dengan perkembangan digital.

Ketiga, peluang terlewat dalam mendorong ekonomi kreatif. Aset *intangible* seperti akun TikTok memiliki potensi ekonomi yang besar dalam sektor ekonomi kreatif, terutama bagi kreator konten yang memanfaatkan platform ini sebagai sumber penghasilan. Tanpa penelitian ini, regulasi yang mengakui aset digital sebagai objek jaminan tidak akan berkembang dengan cepat. Hal ini bisa mengakibatkan keterlambatan dalam pengembangan mekanisme pembiayaan bagi pelaku ekonomi kreatif, yang sebenarnya dapat

membantu mereka mendapatkan modal usaha dengan memanfaatkan kekayaan intelektual yang mereka miliki.

Keempat, potensi penyalahgunaan dan kelemahan hukum bagi kreditur dan debitur. Tanpa adanya penelitian, regulasi yang ada mungkin tidak akan mencakup ketentuan spesifik terkait aspek hukum dan teknis dari aset digital sebagai jaminan fidusia. Hal ini dapat membuka celah bagi potensi penyalahgunaan, di mana debitur atau kreditur dapat mengalami kerugian karena tidak ada kepastian hukum yang memadai. Debitur dapat mengalami risiko kehilangan aset digitalnya tanpa perlindungan hukum yang layak, dan kreditur menghadapi risiko rendahnya kredibilitas aset digital sebagai jaminan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Peran dan Fungsi Notaris dalam Pembuatan Akta Jaminan Fidusia dengan Objek Jaminan *Intangible Assets* berupa Akun Tiktok".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai hal di atas, maka dapat di rumuskan 2 (dua) permasalahan pokok yaitu :

1. Bagaimana pengaturan mengenai kedudukan jaminan *intangible assets* berupa Akun Tiktok dalam hukum perjanjian utang piutang?
2. Bagaimana peran dan fungsi notaris dalam pembuatan akta jaminan fidusia yang melibatkan objek jaminan berupa *intangible assets* berupa akun TikTok?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka dapat dicapai tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Memecahkan masalah hukum terkait keabsahan akun TikTok sebagai objek jaminan fidusia dalam perspektif hukum positif Indonesia, serta mengkaji peran notaris dalam memastikan legalitas dan kepastian hukum dalam pembuatan akta jaminan fidusia atas objek digital tersebut.
2. Merumuskan konstruksi hukum baru mengenai akun TikTok sebagai bentuk kekayaan intelektual digital yang dapat dijamin, serta mengidentifikasi mekanisme penyelesaian sengketa jika terjadi wanprestasi terhadap jaminan tersebut.
3. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan hukum jaminan dan kenotariatan dengan memperluas pemahaman tentang objek jaminan fidusia yang bersifat digital, serta mendorong pembentukan norma hukum yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

1.4. Manfaat Penelitian

3.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum kenotariatan. Penelitian ini menambah wawasan terkait peran dan fungsi notaris dalam pembuatan akta jaminan fidusia yang melibatkan objek jaminan berupa *intangible assets* berupa akun TikTok.

3.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi notaris sebagai pedoman untuk menjalankan peran dan fungsinya dalam pembuatan akta jaminan fidusia yang melibatkan objek jaminan berupa *intangibile assets* berupa akun TikTok agar dapat mengurangi potensi sengketa dalam pelaksanaannya. Penelitian ini juga memberikan pedoman bagi pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian jaminan fidusia, terutama mengenai nilai ekonomis dan aspek legal akun TikTok sebagai jaminan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan terhadap profesi notaris.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman secara jelas dan menyeluruh mengenai penelitian ini, maka materi-materi yang terdapat pada penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis akan membahas secara garis besar mengenai pokok permasalahan dengan menjabarkan dan mengulas fakta-fakta yang melatarbelakangi adanya fenomena permasalahan tersebut. Pada bab ini terbagi menjadi 5 (lima) sub-bab yakni antara lain latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan menjabarkan dan mengulas secara rinci terkait teori-teori yang akan digunakan pada penulisan ini dengan tujuan mempertajam

analisis untuk memecahkan permasalahan yang dimaksud.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai teknik pengumpulan dan analisis data yang dilakukan oleh penulis untuk menuliskan penelitian ini. Penulis mengumpulkan data dengan metode pengumpulan data sekunder sebagai data utama yang diperkuat dengan data primer.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Pada bab ini penulis akan mengulas analisis secara lebih mendalam terkait permasalahan tersebut yang bertujuan untuk menjawab permasalahan yang menjadi fokus penelitian dalam penulisan hukum ini yakni dengan mengkritisi, mendukung, atau memberi komentar kemudian membuat suatu kesimpulan terhadap hasil penelitian berupa pikiran sendiri, hasil studi kepustakaan, serta wawancara.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijabarkan kesimpulan yang merupakan jawaban singkat terkait pembahasan yang telah diulas pada bab-bab sebelumnya dan juga saran berupa solusi konkret yang diharapkan dapat membantu memecahkan permasalahan serta kendala-kendala yang mungkin akan di hadapi dikemudian harinya.