

Artikel Skripsi - Fadiana Zahra S..docx

by By Ellia's

Submission date: 01-Feb-2024 03:36PM (UTC+0900)

Submission ID: 2283571041

File name: Artikel_Skripsi_-_Fadiana_Zahra_S..docx (203.7K)

Word count: 5284

Character count: 34447

Eligibility of TikTok Shop as a Legitimate Platform for Conducting Online Sales Transactions in Indonesia

[Kelayakan TikTok Shop sebagai Platform yang Sah untuk Melakukan Transaksi Penjualan secara Online di Indonesia]

Fadiana Zahra Siswapranata¹⁾, Noor Fatimah Mediawaty²⁾

**Email Penulis Korespondensi: fadianazahra@gmail.com*

Abstract. *The focus of this research is to examine the feasibility of a marketplace platform created by ByteDance called TikTok Shop as a means of online sales transactions in Indonesia, considering that TikTok Shop is a fairly new marketplace platform. This research was conducted using the Normative Juridical method, including literature studies related to Law Number 7 of 2014 concerning Trade. The results show that TikTok Shop has several advantages as a marketplace platform for conducting online sales transactions in Indonesia.*

Keywords – *TikTok Shop, Sales Transaction, Online, Legitimate*

Abstrak. Fokus penelitian ini untuk mengkaji kelayakan sebuah *platform marketplace* ciptaan ByteDance bernama TikTok Shop sebagai sarana transaksi penjualan secara online di Indonesia, mengingat TikTok Shop merupakan *platform marketplace* yang masih cukup terbilang baru. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Yuridis Normatif, meliputi studi kepustakaan terkait Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok Shop memiliki beberapa kelebihan sebagai platform marketplace untuk melakukan transaksi penjualan secara online di Indonesia.

Kata Kunci – *TikTok Shop, Transaksi Penjualan, Online, Sah*

I. PENDAHULUAN

Manusia dikatakan sebagai makhluk sosial, karena sejatinya manusia selalu ingin berhubungan dengan sesamanya, sehingga di dalam kehidupan sebuah masyarakat, manusia selalu bersinggungan dengan manusia lain termasuk untuk bersosialisasi dan mencukupi hampir seluruh kepentingan hidupnya. Dalam pemenuhan kebutuhan hidup bermasyarakat, kegiatan keseharian manusia tidak terlepas dari kegiatan ekonomi seperti melakukan kegiatan jual beli. Jual beli dapat dikatakan sebagai sebuah bisnis yang melibatkan dua pihak yang saling memperjualbelikan barang atau jasanya. Dulunya, pada saat belum masuknya teknologi di peradaban manusia yang masih sederhana, transaksi dilakukan dengan sistem tukar barang atau biasa disebut dengan barter. Pada barter inilah pihak yang memerlukan sebuah barang atau jasa bersemuka kemudian saling menyetujui mengenai apa yang dipertukarkan tanpa adanya akad yang tertulis. [1] Namun, transaksi sistem barter perlahan mulai ditinggalkan dan beralih ke transaksi modern (online) yang melibatkan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi.

Seiring dengan kemajuan dan perkembangan teknologi dalam masyarakat, berlaku pula bagi perkembangan media sosial. Media sosial menjadi salah satu kebutuhan terpenting dalam kehidupan manusia pada masa kini. Perkembangan media sosial telah meluas ke berbagai lapisan masyarakat, mulai dari usia muda sampai sebagian lanjut usia masih memiliki motivasi untuk tetap mengikuti perkembangan media sosial. Meluasnya teknologi dan didukung hadirnya media sosial ke seluruh pelosok negeri, mengharuskan seseorang mampu bersaing dalam berbagai hal termasuk ekonomi digital, yang mana pasarnya tidak terbatas oleh tempat dan waktu, serta teknologi memberi peran penting dalam kontinuitas bisnis.

Satu dari sekian jenis media sosial yang saat ini banyak digandrungi dan dimanfaatkan oleh banyak masyarakat adalah TikTok. TikTok merupakan salah satu platform media sosial asal Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 [2] dan menjadi media sosial yang mengalami perkembangan pesat di dunia. TikTok memungkinkan para penggunanya membuat video pendek dengan berbagai macam durasi seperti 15 detik, 60 detik, dan 3 menit serta disertai lagu, filter, dan fitur lainnya. Para pengguna TikTok pun dapat menjadi seorang creator seperti membagikan kekreatifannya yang dikemas dalam sebuah video pendek. Seiring berjalannya waktu, TikTok secara resmi meluncurkan fitur barunya bernama TikTok Shop. Fitur tersebut merupakan fitur bersifat inovatif dimana dapat menjangkau para penggunanya untuk menciptakan lingkungan berbelanja yang positif dan memberikan pengalaman berbelanja yang dapat dipercaya konsumen. Para pelaku usaha pun dapat memperluas pasarnya dan menciptakan aliran penghasilan baru lebih menjanjikan dalam platform tersebut.

Keunggulan lain dari TikTok Shop sendiri adalah menjadi media sosial sekaligus situs jual beli dalam satu aplikasi sehingga pengguna TikTok tidak perlu beralih aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk yang diinginkan. Namun, kelayakan TikTok Shop sebagai platform marketplace masih perlu dipertanyakan apakah TikTok Shop sudah menjadi sebuah platform marketplace yang sah untuk melakukan transaksi penjualan secara online di Indonesia.

Sesuai penjabaran di atas, maka diperlukan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan pada penyusunan artikel ilmiah oleh penulis dan sebagai pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini yang sedang dilakukan. Penelitian pertama oleh Ariella Gitta Sari, Achmad Bahroni, dan Harry Murty pada tahun 2020 berjudul "Perlindungan Bagi Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Ditinjau Dari Hukum Positif" dengan bentuk Jurnal Transparansi Hukum. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk memahami keabsahan perjanjian dalam transaksi penjualan secara elektronik dan menentukan proteksi pelanggan dalam bisnis pemasaran secara elektronik menurut perspektif Hukum Positif. Penelitian ini menggunakan metode Yuridis Normatif dan menggunakan pendekatan Statue Approach. Penelitian ini menghasilkan bahwa dalam kesepakatan kegiatan penjualan dan pembelian melalui media elektronik, Undang-Undang Informasi serta Transaksi Elektronik memiliki suatu kebenaran atau legalitas yang seimbang, artinya pilihan teknologi dapat ditentukan secara lebih leluasa, sebagaimana hendak menentukan tanda tangan yang dipakai dalam membubuhkan paraf pada akta atau surat elektronik. Dalam UU ITE, perlu diperhatikan secara khusus mengenai Asas Kenetralan, para pihak diharapkan untuk memilih sebuah bisnis elektronik yang mengikat secara hukum pada saat penandatanganan. Pada Pasal 11 Ayat 1 UU ITE, telah dijelaskan bahwa tanda tangan elektronik memiliki resistensi yang kuat di mata hukum apabila memenuhi beberapa syarat di bawah ini : Data dari

¹ pembuatan tanda tangan elektronik hanya menyangkut para penandatangan; Data pembuatan tanda tangan elektronik berada di bawah kendali para penandatangan, jika habis masa penandatangan terdapat beberapa pergantian mengenai tanda tangan atau paraf elektronik, maka perihal tersebut dapat dikenali. Proteksi hukum kepada pelanggan dapat sebuah tuntutan yang berdasar pada wanprestasi, diakibatkan salah seorang pihak merasa dirugikan dimana perlindungan hukum ini juga diatur dalam Pasal 38 dan 39 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik dan Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Beberapa aturan yang telah disebutkan, dibuat dengan alasan memberikan sebuah proteksi dan kepastian hukum terhadap masyarakat saat dilakukannya sebuah kegiatan jual beli melalui media elektronik. [3]

² Penelitian kedua oleh Nur Sa'adah, Ari Widiarti, dan H. Muhamad Rezky Pahlawan MP pada tahun 2022 berjudul "Keabsahan Transaksi Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Perjanjian" dengan bentuk Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk membagikan edukasi kepada masyarakat mengenai peraturan tentang perjanjian dalam bisnis jual beli online dan/atau ketentuan hukum tentang transaksi online tersebut dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai solusi hukum yang dapat dilakukan apabila salah seorang pihak mengalami sebuah kerugian akibat transaksi yang berjalan secara online. Penelitian ini menggunakan metode mengadakan penyuluhan hukum, konsultasi hukum, dan diskusi tanya jawab mengenai materi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian elektronik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) merupakan sebuah perjanjian yang dibuat oleh para pihak melalui suatu sistem elektronik dan keabsahan dari sebuah perjanjian tidak dinilai pada bentuk perjanjian yang dibuat, akan tetapi subyek dan obyek perjanjianlah yang menentukan sah atau tidaknya perjanjian tersebut. [4]

Maka dari itu, dapat diperoleh kesimpulan bahwa ada perbedaan yang cukup signifikan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini. Pokok pembahasan penelitian ini adalah mengacu pada marketplace bernama TikTok Shop, apakah TikTok Shop telah layak untuk menjadi sebuah platform yang sah untuk melakukan transaksi penjualan secara online di Indonesia?

II. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yuridis Normatif dengan menggunakan pendekatan Peraturan Perundang-Undangan (*Statue Approach*) dan menggunakan bahan hukum primer Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan menggunakan sumber bahan hukum sekunder seperti jurnal.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kominfo sebagai Instrumen Pengawasan Platform yang Sah di Indonesia

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), dulunya Departemen Penerangan (1945-1999), Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi (2001-2005), Departemen Komunikasi dan Informasi (2005-2009) merupakan sebuah instrumen Pemerintah Republik Indonesia. Kominfo sendiri bergerak dalam sistem elektronik untuk mengatur seluruh *platform* yang ada di Indonesia maupun luar Indonesia apakah *platform* tersebut sudah sah dan layak untuk beroperasi, serta apakah sudah mendapatkan sertifikasi terkait legalitas dari sebuah *platform* tersebut.

Adanya sebuah pengaturan yang dilakukan oleh Kominfo tersebut yakni supaya menjamin peredaran perdagangan berbasis *digital* telah integrasi nasional dengan baik dan sudah sesuai dengan peraturan Undang-Undang yang berlaku di Indonesia, karena jika suatu *platform* tidak terdaftar di dalam Kominfo maka nantinya akan menimbulkan dampak buruk dan memicu munculnya keluhan masyarakat terkait pelanggaran yang terjadi. Seperti contoh, di masa sekarang hampir keseluruhan berbasis pada sektor *digital*, maka nantinya ditakutkan ada *platform* yang ingin membocorkan data pribadi dari konsumen atau menyalahgunakannya karena pada saat menggunakan *platform* pastinya akan disuruh mengisi sebuah *form* persetujuan dan itu menyangkut terkait dengan data pribadi.

Bukan hanya terkait kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi saja, terdapat pula kerugian yang berdampak kepada negara, yaitu negara akan kehilangan pendapatan yang seharusnya di dapatkan oleh negara dari hasil pengawasan yang di lakukan oleh Kominfo kepada seluruh *platform* yang bergerak di bidang *digital*. Pengawasan yang dilakukan Kominfo terhadap *platform* yang bergerak dalam bidang *digital* ini meliputi layanan pemerintah, layanan non pemerintah, perizinan, sertifikasi, aduan konten, panggilan darurat 112, beasiswa, hukum.

Pada *platform marketplace*, Kominfo belum mengatur secara khusus terkait sistem perizinan *platform marketplace*. Namun, Kominfo tetap melakukan pengawasan dan berfokus kepada pengaturan terkait teknologi informasi dan komunikasi karena perlindungan konsumen perlu dijaga dari sebuah pemakaian *platform marketplace* tersebut. Sertifikasi yang di lakukan oleh *platform marketplace* pun berguna untuk menjelaskan spesifikasi khusus terkait dengan

usaha yang di jalankan oleh *platform* tersebut dengan jelas kebidangan apa saja yang di jalankan dalam usaha *platform marketplace* atau *platform* lainnya.

Izin Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) pada Kominfo untuk *platform marketplace* adalah untuk mewujudkan transaksi elektronik yang aman, akuntabel, transparan, cepat dan terpercaya pada masyarakat, pun untuk dapat memberi perlindungan kepada konsumen bahwasannya *platform marketplace* terkait telah sah dan mengikuti seluruh ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku di Indonesia.

B. Hadirnya TikTok Shop sebagai Platform dan cara kerjanya di Indonesia

Saat ini situs jejaring sosial merupakan salah satu cara yang berhasil untuk mempublikasikan sebuah kegiatan. Satu diantara banyak jejaring sosial yang marak digandrungi adalah TikTok. Awal munculnya TikTok sebagai *platform* dimulai dari perusahaan asal China bernama ByteDance oleh seorang bernama Zhang Yimin pada September 2016. Pada Agustus 2018, sebelum ByteDance mengarahkan TikTok di pasar luar China, TikTok dikenal sebagai Douyin dimana Douyin dirancang untuk memungkinkan para penggunanya membuat video berdurasi pendek dengan memfasilitasi fitur seperti efek dan musik.

Aplikasi buatan ByteDance ini menjadi sebuah perangkat yang dipublikasikan secara besar-besaran mulai tahun 2021. [5] Kehadiran TikTok menjadi sebuah jejaring sosial yang menarik perhatian jutaan masyarakat dengan terus berinovasi agar menjadi sebuah *platform* yang menyenangkan dan menghibur banyak orang sehingga popularitasnya semakin meledak dan terus berkembang, ditambah dengan hadirnya TikTok Shop yang merupakan fitur terbaru dari TikTok. ByteDance meluncurkan TikTok Shop di Inggris tahun lalu dan pasar pertamanya diluar Asia. [6] Fitur tersebut memberi kemudahan bagi para pelaku usaha dengan menjual produknya serta sebagai wadah yang memberi sebuah peluang bagi masyarakat manapun untuk memulai usaha online dan terjun ke dalam dunia bisnis. [7]

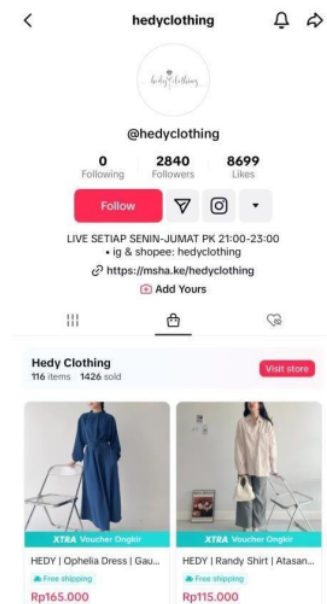
Selain memberi kemudahan bagi para pelaku usaha, TikTok Shop pun memberi kemudahan pula kepada calon pembeli, hal ini terbukti dengan cara berbelanja di TikTok Shop sungguh praktis dengan memberikan pilihan pembayaran *digital* dan *Cash on Delivery* (COD). Calon pembeli tidak perlu risau dan keluar rumah karena cukup menunggu barang dikirim oleh pihak ekspedisi hingga sampai ke alamat calon pembeli. Dengan demikian, hadirnya TikTok Shop sebagai *platform marketplace* memiliki potensi besar untuk menciptakan pengalaman belanja yang menarik bagi calon pembeli, meskipun tidak jauh berbeda dengan *marketplace* lain, TikTok Shop tetap dapat bersaing secara serius di dunia *marketplace*.

Sebagai *platform marketplace* yang terbilang baru, cara kerja TikTok Shop tidak jauh berbeda dengan *platform marketplace* lain seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, dan lain sebagainya. Namun, tetap ada sedikit perbedaan diantara mereka. Untuk menjadi sebagai pelaku usaha di TikTok Shop, maka diperlukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Pihak *seller* (penjual) : *Seller* (penjual) mendaftarkan diri terlebih dahulu dengan cara sebagai berikut :

- Membuka aplikasi TikTok melalui situs <https://seller.id.Tiktok.com/account/welcome>
- Melakukan *sign up* terlebih dahulu apabila belum memiliki akun
- Kemudian muncul halaman otorisasi dan baca dengan saksama, apabila setuju dengan syarat dan ketentuan yang diberikan silakan klik otorisasikan
- Lanjutkan dengan verifikasi email
- Apabila akun selesai dibuat, saatnya mempelajari akun TikToknya
- Lakukan beberapa hal dasar seperti mengedit profil, menambahkan produk yang akan dijual, dan lain sebagainya
- Apabila telah selesai maka sudah bisa memulai berjualan online melalui fitur ini. [8]

Pembuatan akun TikTok Shop dinilai berhasil apabila di akun profil TikTok telah muncul *icon* keranjang seperti di bawah :



Gambar 1; Contoh penampilan akun TikTok Shop telah berhasil

Setelah pembuatan akun selesai, maka *seller* (penjual) dapat mempromosikan produknya dengan cara seperti fokus membuat konten dengan memanfaatkan fitur di TikTok seperti filter dan music untuk membuat promosi menjadi unik, melakukan *live streaming*, mendaftar *TikTok Ads*, dan menggunakan *hashtag* yang sesuai di setiap unggahan konten. Apabila ada pembeli yang melakukan *checkout* barang di toko *seller* (penjual) dan menunggu diproses, maka *seller* (penjual) dapat segera memproses

orderan dengan klik siapkan kiriman, dimana *seller* (penjual) dapat memilih *pick up* (paket diambil oleh pihak ekspedisi di tempat *seller* (penjual)) atau *drop off* (paket diantar *seller* (penjual) ke pihak ekspedisi) dan nantinya akan muncul nomor resi.

Kemudian, jika *seller* (penjual) ingin mencairkan saldo, maka *seller* (penjual) dapat masuk ke TikTok Seller lalu klik keuangan. Disana akan ditampilkan jumlah saldo penjual atas hasil penjualan. Uang yang masuk ke dalam saldo penjual akan diterima kurang lebih 6 hari setelah paket diterima oleh pembeli. Uang dapat dicairkan dengan cara dilakukan penarikan ke rekening *seller* (penjual).

b. Pihak *buyer* (pembeli) : Pihak pembeli dapat berbelanja di TikTok dengan berbagai macam cara, yaitu :

- Melalui kolom pencarian : Calon pembeli dapat mencari produk yang ingin dibeli melalui kolom pencarian dengan cara klik shop terlebih dahulu dan nantinya akan muncul berbagai pilihan produk dari toko berbeda disertai dengan deskripsi produk. Jika telah menemukan produk yang dirasa cocok, pembeli dapat langsung menambahkan produk ke troli dan klik *checkout*. Kemudian di halaman ringkasan pesanan, calon pembeli dipersilakan mengisi nama, nomor telepon, dan alamat. Untuk mendapatkan gratis ongkir, calon pembeli dapat mengklaim voucher terlebih dahulu dan dapat melanjutkan ke proses pembayaran. Metode pembayaran yang ditawarkan oleh TikTok berupa transfer bank, DANA, GoPay, OVO, ShopeePay, dan *Cash on Delivery* (COD). Setelah itu pembeli dipersilakan klik buat pesanan dan menunggu barang dikemas dan dikirim oleh pihak *seller* (penjual).
- Melalui *live streaming* : Pada beranda TikTok, pembeli dapat klik icon live di pojok sebelah kiri atas dan pembeli akan terhubung dengan beberapa toko yang sedang melakukan *live streaming*. Calon pembeli dapat secara bebas memilih toko mana yang mau dilihat. Jika calon pembeli sudah bergabung di live streaming salah satu toko, maka pembeli dapat klik keranjang kuning dan akan terlihat produk yang dijual oleh toko tersebut. Calon pembeli dapat memilih produk mana yang ingin dibeli. Jika telah menemukan produk yang dirasa cocok, calon pembeli dapat langsung menambahkan produk ke troli dan melakukan transaksi hingga menunggu produk dikemas dan dikirim. Berbicara soal keranjang kuning, kuning merupakan fitur berisikan tautan produk yang dijual oleh seseorang. Hadirnya keranjang kuning memudahkan calon pembeli untuk berbelanja barang yang sedang dipromosikan oleh *seller* (penjual) atau kreator TikTok lewat unggahannya. [9]
- Melalui kreator TikTok/*Affiliate* : Tidak berbeda jauh dengan cara pembelian melalui *live streaming*, calon pembeli dapat klik keranjang kuning yang berada di unggahan para kreator TikTok/*Affiliate* dan melakukan transaksi hingga menunggu pesanan dikemas dan dikirim oleh *seller* (penjual). Dalam unggahannya, para kreator TikTok/*Affiliate* bertugas mempromosikan produk atau brand dari suatu toko. Jika ada calon pembeli yang klik keranjang kuning

yang ditampilkan oleh kreator TikTok/Affiliate dan berhasil melakukan transaksi, maka kreator TikTok/Affiliate akan mendapatkan sebuah komisi. Nominal dari komisi tersebut tidak disamaratakan, melainkan berdasarkan persentase harga barang yang dijual.

- c. Pihak *affiliate* : Pihak *affiliate* menggunakan metode pemasaran *digital* dimana dirinya mempromosikan suatu produk atau brand melalui pembuatan konten atau *live streaming* dengan mencantumkan sebuah tautan produk dan akan mendapatkan komisi apabila ada seseorang membeli produk melalui tautan tersebut hingga terjadi sebuah transaksi. Program *affiliate* memiliki beberapa kelebihan seperti modal relatif lebih murah karena tidak perlu membuat produk, tidak perlu memikirkan tempat berjualan, sehingga tidak membutuhkan pengeluaran yang besar. [10]

C. Kesuaian antara TikTok Shop dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Proses jual beli adalah proses dimana penjual dan pembeli melaksanakan perjanjian pertukaran yang samasama menguntungkan bagi keduanya dan telah di sepakati secara kedua belah pihak dengan proses standar aturan jual beli yang dilaksanakann pada umumnya. Maka di dalam ecommers jual beli online ada standart yang di tentukan dalam jual beli online tersebut sudah sesuai dengan ketentuan. Standar ini di tentukan sebagai untuk perlindungan terhadap konsumen yang nantinya ada skema penyelesaian apabila terjadi sengketa antara penjual dan pembeli, juga untuk mencegah kejahatan dalam jual beli online. [11]

Di Indonesia standar jual beli online pada umumnya dilakukan secara elektronik, ada sebuah platform, ada barang yang akan di jual, ada harga yang ditentukan, ada penyediaan tata cara pembayaran, adanya tahap proses transparan barang yang sedang di proses sampai pada pengiriman, ada ketentuan petanggung jawaban apabila ada suatu permasalahan yang mengakibatkan barang tersebut rusak atau hilang. Dan proses jual beli online juga telah diatur kedalam UndangUndang Nomor 7 Tahun 2014.

Proses jual beli online di dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 adalah meliputi :

a. Pelaku usaha yang memperdagangkan setiap barang dan jasanya harus menggunakan system eletronik dan pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar.

b. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan ketentuan dengan data dan informasi sebagaimana ada pada point (a)

c. Penggunaan perdagangan sistem eletronik harus sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Trasnsaksi dan Sistem Elektronik

d. Data dan informasi yang ada di dalam ketentuan undang-undang No 7 Tahun 2014 yang yakni meliputi Identitas dan legalitas sebagai pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi; Persyaratan teknis barang yang ditawarkan;

Persyaratan teknis dan kualifikasi barang atau jasa yang ditawarkan; Harga dan cara pembayaran barang atau jasa; Memiliki prosedur terkait dengan cara penyerahan barang.

e. Dalam hal apabila terjadinya sengketa antar penjual dan pembeli harus di selesaikan di pengadilan dan cara penyelesaian lainnya berdasarkan ketentuan yang di permasalahan

f. Pelaku wajib memberikan informasi dan data yang lengkap dan benar, apabila ditemui data yang tidak lengkap dan tidak benar maka akan di kenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Dalam ketentuan Undang-Undang sudah mengatur maka proses selanjutnya untuk bisa mengetahui *platform marketplace* Tiktok Shop itu sebagai *platform* yang sah di dalam jual beli online di Indonesia, ada pengujian terkait komparasi hukum. Tabel berikut akan membuktikan bahwsanya Tiktok Shop sudah sah dan sesuai dengan ketentuan yang ada di Indonesia.

Standar Transaksi Penjualan secara Online di Indonesia	Ketentuan TikTok Shop	Memenuhi	Tidak Memenuhi
Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.	Informasi daftar produk, termasuk teks, video, dan gambar, harus menunjukkan deskripsi yang benar tentang karakteristik utama produk dan menyertakan semua informasi relevan yang diwajibkan oleh undang-undang yang berlaku. Informasi berikut harus diberikan saat mencantumkan produk di TikTok Shop.	√	
1 Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).	<ul style="list-style-type: none"> • Semua deskripsi produk tidak boleh menyesatkan baik melalui pernyataan maupun penghapusan informasi. • Penjual dilarang menampilkan informasi yang menyesatkan, seperti harga atau diskon, gambar, nama merek, deskripsi, atribut, model, atribut penjualan, garansi produk, atau jaminan yang tidak sesuai. • Semua atribut produk yang disediakan oleh penjual harus lengkap, akurat, dan sesuai dengan deskripsi, nama, dan gambar 	√	

	<p>produk pada laman daftar TikTok Shop. Semua deskripsi dan atribut produk juga harus sesuai dengan produk yang akan diterima pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penjual tidak boleh menampilkan informasi palsu terkait layanan yang memfasilitasi penjualan produk (termasuk, namun tidak terbatas pada layanan pengiriman dan logistik, layanan pengembalian barang dan pengembalian dana, serta layanan pelanggan). • Penjual tidak boleh menampilkan informasi menyesatkan terkait diri mereka sendiri (misalnya, karakteristik Penjual atau kepemilikan hak kekayaan intelektual). 		
<p>Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:</p> <p>a. identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;</p> <p>b. persyaratan teknis Barang yang ditawarkan; c. persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;</p> <p>d. harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan e. cara penyerahan Barang</p>	<p>Point a) : Pemohon harus memberikan detail akurat tentang nama resmi, alamat, nomor telepon, alamat email, dan informasi lainnya terkait bisnis mereka yang dapat kami minta (misalnya informasi untuk mengidentifikasi pemilik manfaat bisnis).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Satu badan usaha yang diverifikasi dapat mendaftarkan hingga lima (5) akun penjual di TikTok Shop. • Pemohon harus mengikuti petunjuk pada layar saat mengisi pendaftaran. • Selama proses peninjauan permohonan, kami juga dapat meminta pemohon mengirimkan dokumen tambahan untuk inspeksi kedua sebelum memberikan hasil. • Pemohon harus sudah mencapai usia minimum untuk mengadakan 	√	

	<p>kontrak (18 tahun) sesuai dengan undang-undang Indonesia.</p> <ul style="list-style-type: none">• Untuk pemohon badan usaha, TikTok Shop hanya mengizinkan entitas yang didirikan di Indonesia untuk mendaftar sebagai penjual badan usaha.• TikTok Shop mewajibkan semua pemohon badan usaha untuk mengirimkan izin usaha, pendaftaran, atau dokumen resmi serupa yang mendukung kelayakan mereka untuk menjual produk/layanan berdasarkan hukum yang berlaku. Persyaratan berikut harus dipenuhi saat pemohon badan usaha mengajukan permohonan kepada kami : Cakupan bisnis dan periode validitas operasi pemohon harus sesuai dengan informasi yang terdapat dalam setiap izin atau sertifikat usaha yang dikirimkan, jika berlaku. o Semua izin dan sertifikat bisnis harus asli dan diterbitkan oleh Kementerian Investasi Indonesia. - Izin Badan Usaha Untuk pemohon badan usaha, pemohon harus memberikan dokumen Nomor Induk Berusaha (NIB) Selain itu, semua perusahaan/badan usaha dapat diwajibkan untuk menyerahkan dokumen identitas yang diterbitkan pemerintah (yaitu paspor/KTP) untuk perwakilan hukum, direktur perusahaan, atau orang yang memiliki kendalisignifikan. <p>Point b) : Produk yang ditawarkan dapat dilakukan dengancara live streaming dan melalui seorang</p>		
--	--	--	--

	<p>creator tiktok yang menampilkan keranjang kuning dimana, keranjang kuning tersebut berisikan tautan yang mengarah ke sebuah produk.</p> <p>Point c) : Jenis-jenis barang yang dijual di TikTok Shop meliputi elektronik, kosmetik, peralatan rumah tangga, alat tulis, dan hampir keseluruhan barang dapat dijual di TikTok Shop kecuali produk berbahaya seperti Senjata, minuman berakohol, dan produk yang dilarang oleh hukum atau peraturan yang berlaku di Indonesia.</p> <p>Point d) : Cara pembayaran TikTok Shop dapat dilakukan dengan menggunakan transfer bank, DANA, GoPay, OVO, ShoopePay, dan bayar di tempat atau cash on delivery.</p> <p>Point e) : Sejak pembeli telah berhasil membuat pesanan di TikTok Shop, maka disitulah penjual akan memproses pesanan dan mengatur pengiriman. Penjual dapat memilih mengantarkan paket ke pihak ekspedisi atau menunggu pihak ekspedisi yang mengambil paket ke penjual. Dari situlah status pesanan pembeli menunggu terupdate hingga ekspedisi mengirimkan paket ke alamat pembeli.</p>		
<p>8</p> <p>Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian</p>	<p>Jika pelanggan ingin mengajukan permintaan sengketa melalui layanan penanganan sengketa purna jual TikTok, permintaan tersebut harus diajukan dalam periode penerimaan kami sebagaimana dinyatakan di bawah</p>	√	

sengketa lainnya.	ini. Setelah periode penerimaan, semua sengketa akan ditangani dan diselesaikan antara seller dan pelanggan, kecuali diwajibkan lain oleh hukum yang berlaku, TikTok Shop tidak akan terlibat kecuali untuk memfasilitasi komunikasi antara kedua belah pihak.		
1 Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.	TikTok Shop dapat memberi tindakan tegas kepada penjual yang melanggar kebijakan TikTok Shop berupa : - Tindakan promosi yang melakukan hal yang bertentangan dengan Undang-Undang yang berlaku. - Pelanggaran Kekayaan Intelektual - Terkena sanksi akumulasi pada evaluasi kebijakan penjual TikTok sebanyak 48 point, maka akan dicabut permanen dari daftar penjual di TikTok Shop.	√	

Tabel 1; Komparasi antara TikTok Shop dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

626	TIKTOK	tiktok.com; play.google.com/store/apps/details? id=com.zhiliaoapp.musically&hl=en_SG&gl=US; apps.apple.com/us/app/tiktok/id835599320	Sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi	TIKTOK PTE. LTD.	2022-05- 24	detail
627	TIKTOK SHOP	shop.tiktok.com/merchant/id; seller.tiktokglobalshop.com/business/id; seller-id.tiktok.com; seller.tiktok.com/; developers.tiktok-shops.com/; pearl.bytedance.net/data/basic/shop? oec_region=ID	Sektor Perdagangan	TIKTOK PTE. LTD.	2022-05- 24	detail

Showing 1 to 5 of 5 entries (filtered from 742 total entries) Previous **1** Next

Gambar 2; TikTok Shop terdaftar dalam list Kominfo

5

D. Penutupan Tiktok Shop berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Perbandingan dengan E-Commerce lain)

Tiktok Shop pada awalnya merupakan E-Commerce yang terhubung langsung dengan media sosial Tiktok, penggunaan Tiktok Shop mampu mendatangkan keuntungan yang signifikan bagi pihak yang menggunakannya, keuntungan tersebut terjadi karena meningkatnya popularitas transaksi non-tunai di Indonesia serta kemudahan transaksi lewat konten yang diunggah para kreator. Namun, pertumbuhan ekonomi yang signifikan akibat Tiktok Shop ini ternyata menimbulkan kekhawatiran yang akhirnya membuat Tiktok Shop resmi di tutup di Indonesia.

Selain perbedaan penggunaan layanan Tiktok Shop dengan E-Commerce lain, alasan mengapa Tiktok Shop ditutup adalah karena beberapa hal seperti pengaturan tentang perpajakan produk, perlindungan konsumen, dan perlindungan data privasi.

Mengacu pada Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No.31 Tahun 2023 tentang Pengaturan Izin Berusaha yang Menggunakan Sistem Elektronik dapat diketahui jika alasan penutupan Tiktok Shop dikarenakan melanggar peraturan perdagangan melalui sistem elektronik pada platform layanan digital. Yakni pada beberapa pasal seperti Pasal 21 ayat (2) dan ayat (3) yang menyatakan bahwa dalam platform media sosial dilarang untuk berperan sebagai E-Commerce atau melakukan transaksi jual-beli dan sebagai produsen. Kemudian pasal 3 ayat (1) dan (2) dimana pelaku usaha wajib memiliki perizinan berusaha apabila melakukan kegiatan usaha, dan pengaturan terkait dengan larangan barang dari luar negeri yang masuk ke Indonesia.

Jika memperhatikan bagian pertimbangan pada UU No.5 Tahun 1999 aktivitas Tiktok Shop ini dapat berimplikasi menjadi *predatory pricing* yang mengarah pada persaingan tidak sehat dikarenakan konten kreator dapat bergerak langsung sebagai produsen yang menjual langsung sehingga produsen mampu memberikan harga produk yang terlalu rendah dan merusak harga pasar hingga menjadikan persaingan tidak sehat terutama bagi pedagang dalam negeri. Kemudian jika mengacu pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, penutupan TikTok Shop ini dapat melindungi konsumen dari produk yang ditawarkan apabila tidak sesuai dengan kondisi yang ditawarkan, dan jika mengacu pada Undang-Undang No.11 Tahun 2008 terkait ITE maka hal ini bisa menjadi tindakan

preventif untuk mengamankan data pribadi dari risiko kebocoran data pribadi manakala Tiktok Shop sendiri terhubung langsung dengan sosial media Tiktok. Lalu jika mengacu pada pertimbangan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, jelas penutupan Tiktok Shop mampu mendukung dan mendorong kembali UMKM yang ada di Indonesia, mengingat ternyata terkadang Tiktok Shop menawarkan personalisasi konten untuk akun-akun besar yang merupakan produsen langsung. Itulah alasan mengapa Tiktok Shop ditutup dari aktivitasnya di Indonesia. Penutupan Tiktok Shop sendiri tentu menimbulkan problematika dimana terdapat Pro dan Kontra. Namun, jika kita menelaah dengan pertimbangan yang ada maka sejatinya penutupan Tiktok Shop merupakan langkah Indonesia dalam membuat regulasi yang melindungi persaingan di Indonesia dan melindungi kepentingan masyarakat banyak terutama UMKM.

E. Regulasi kelayakan Tiktok Shop sebagai platform sehingga menimbulkan fenomena baru dan Perbedaannya dengan E-Commerce lain

Penutupan Tiktok Shop sebagai E-Commerce ini dikarenakan Tiktok Shop merangkap sebagai social-commerce yang merupakan sebuah fenomena baru. Berdasarkan Permendag No.31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha pada Pasal 1 ayat (17) menyebutkan bahwa “Social-Commerce adalah penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan Pedagang (Merchant) dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa”. Social-commerce sendiri menggabungkan konsep Sosial Media dan Marketplace dalam 1 aplikasi. Jika mengacu pada Pasal 1 ayat (18) Media sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial sementara Pasal 1 ayat (13) mengatakan bahwa Lokapasar atau Marketplace adalah penyedia sarana proses transaksi di dalam sistem elektronik komersial, baik berupa laman maupun aplikasi dan wadah bagi pedagang. Sehingga Social-commerce disini adalah aplikasi multifungsi yang menggabungkan sosial media dan e-commerce.

TikTok Shop mengusung konsep seluruh kegiatan transaksi dilakukan di dalam 1 aplikasi. Mulai dari pengenalan produk, pemilihan produk, proses transaksi, komunikasi dengan penjual, pengiriman dan penilaian produk dilakukan langsung pada aplikasi Tiktok. Fitur ini berbeda dengan Instagram Shopping dan Facebook Shop yang awal mulanya sama-sama sosial media dimana platform tersebut masih mengarahkan pengguna pada

situs penjual untuk bertransaksi, belum lagi, proses pengenalan produk yang dilakukan pada Tiktok Shop terhubung secara langsung dengan konten yang diunggah dalam sosial media Tiktok, Pada marketplace lain serupa Shopee, Tokopedia dan Lazada, proses pengenalan produk tidak terhubung dengan akun sosial media pengguna nya sehingga design ui dan ux yang dimiliki oleh E-Commerce lain hanya menawarkan akun-akun penjual kedalam platform E-Commerce tersebut dan tidak memiliki algoritma serupa tiktok yang dapat melakukan personalisasi konten (*For Your Page*). Shopee, Lazada dan Tokopedia hanya sebagai wadah dimana pembeli perlu mencari terlebih dahulu barang yang diinginkan baru melakukan transaksi. Bahkan Tiktok Shop juga memiliki fitur live streaming. Fitur inilah yang membuat TikTok Shop mengungguli pasar *social commerce* adalah integrasi aktivitas. *Live streaming* atau *live shopping* TikTok memungkinkan pengguna melakukan marketing melalui konten dan bertransaksi melalui fitur "Keranjang Kuning" yang dapat dilakukan dalam satu aplikasi. Sementara Shopee, Lazada, dan lainnya di design hanya sebagai E-Commerce saja dan tidak terhubung dengan sosial media.

Berdasarkan penuturan Menteri Perdagangan sosial media tidak boleh digabungkan dengan E-Commerce dikarenakan tentu saja akan menerabas beberapa peraturan seperti perlindungan data pribadi, perlindungan konsumen, dan aturan perpajakan sehingga menimbulkan pola ekonomi yang merugikan.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwasannya TikTok Shop sebagai sebuah *platform marketplace* dapat dinyatakan sah dan telah layak untuk beroperasi di Indonesia dengan dibuktikan telah terdaftarnya TikTok Shop di Kominfo. Ketentuan yang diatur oleh TikTok Shop tidak bertolak belakang dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. TikTok Shop sendiri bisa dibilang memiliki potensi besar untuk melakukan transaksi penjualan secara online di Indonesia, hal ini terlihat dengan bagaimana TikTok Shop mengatasi sebuah tantangan yang ada dan tetap mematuhi peraturan yang berlaku di Indonesia, serta dapat memberi sebuah kontribusi positif bagi perdagangan elektronik. Namun, per tanggal 4 Oktober 2023, TikTok Shop resmi ditutup. Penutupan TikTok Shop disebabkan oleh masalah perpajakan, perlindungan konsumen, dan privasi data, serta perbedaan penggunaannya dengan E-Commerce lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya. Tak lupa Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga artikel dengan judul “Kelayakan TikTok Shop sebagai Platform yang Sah untuk Melakukan Transaksi Penjualan secara Online di Indonesia” dapat berhasil diselesaikan. Penulis berterima kasih pula kepada seluruh pihak yang terlibat, yaitu kedua orang tua saya yang selalu memberikan support berupa semangat dan do’a kepada penulis hingga detik ini, pun termasuk ibu Noor Fatimah Mediawaty, S.H., M.H selaku dosen pembimbing atas arahan dan bimbingannya yang diberikan kepada penulis. Penulisan artikel ini ditujukan dalam rangka memenuhi syarat kelulusan dan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

REFERENSI

- [1] K. F. I. Prastya, N. K. S. Adnyani, and S. N. Ardhya, “Tinjauan Yuridis Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHperdata Dan Undang-Undang Nomer 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” *J. Komunitas Yust.*, vol. 4, no. 2, 2021, doi: <https://doi.org/10.23887/jatayu.v4i2.38157>.
- [2] R. Rosmiati, “Dari Video Ke Toko: Budaya Konsumen Melalui Media Sosial Tiktok Shop,” *Saskara Indones. Journa; Soc. Stud.*, vol. 2, no. 2, 2022, doi: <https://doi.org/10.21009/Saskara.022.01>.
- [3] A. G. Sari, A. Bahroni, and H. Murty, “Perlindungan Bagi Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Ditinjau Dari Hukum Positif,” *Transparansi Huk.*, vol. 3, no. 1, 2020, doi: <https://doi.org/10.30737/transparansi.v3i1.665>.
- [4] N. Sa’adah, A. Widiarti, and H. M. R. Pahlawan MP, “Keabsahan Transaksi Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Perjanjian,” *Sa’adah*, vol. 3, no. 3, 2022, doi: <http://dx.doi.org/10.32493/al-jpkm.v3i3.24861>.
- [5] Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 291-296.

- [6] Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), 1-16.
- [7] Nasution, A. M., & Elihami, Z. M. N. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Tiktok sebagai Strategi Promosi dalam Berwirausaha Persfektif Ekonomi Islam. *Jikem: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 3155-3163.
- [8] Sari, M. N., Septrizarty, R., Farlina, W., Kahar, A., & Nurofik, A. (2022). Analisis Strategi Bisnis Umkm Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop. *Journal of Economics and Management Scienties*, 5(1), 001-009.
- [9] Narto, S., & Rizky, R. I. (2023). TIKTOK MENJADI TREND 2022 DI PLATFORM SOSIAL MEDIA. *Journal of Social and Political Science/JUSTICE*, 3(1), 101-114.
- [10] Karina, N. D., Awalludin, D., & Bakhri, A. S. (2023, May). Pengaruh Affiliate Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Pada Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen. In *Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Adopsi Teknologi (INOTEK)* (Vol. 3, No. 1, pp. 80-89).
- [11] Atikah, I. (2018). Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) Di Era Teknologi. *Muamalatuna*, 10(2), 1-27.
- [12] TikTok Shop Academy; https://seller-id.tiktok.com/university/module?identity=1&keyword=ramadan&config_id=3462974010296065
- [13] <https://visual.republika.co.id/berita/s1nif1370/ini-aturan-utama-dalam-permendag-nomor-31-tahun-2023>
- [14] <https://ditjenpdn.kemendag.go.id/berita/permendag-nomor-31-tahun-2023-tentang-perizinan-berusaha-periklanan-pembinaan-dan-pengawasan-pelaku-usaha-dalam-perdagangan-melalui-sistem-elektronik>
- [15] Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023

Artikel Skripsi - Fadiana Zahra S..docx

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.jogloabang.com Internet Source	2%
2	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Indonesia Student Paper	1%
4	ojs.unik-kediri.ac.id Internet Source	1%
5	peraturan.bpk.go.id Internet Source	1%
6	www.kompasiana.com Internet Source	1%
7	ojs.hr-institut.id Internet Source	1%
8	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Artikel Skripsi - Fadiana Zahra S..docx

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18
