

SYARAH: JURNAL HUKUM ISLAM DAN EKONOMI
P-ISSN: 2302-9978 / E-ISSN: 2715-262
Volume 12, Nomor 2, Desember 2023
DOI: <https://doi.org/10.47766/syarah.v12i2.2049>

Implikasi Penutupan *Platform* Tiktok Shop Era Disruptif: Evaluasi Konformitas Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Nora Maulana¹, Ernita², Fajriyatul Abadiyah³

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: noramaulana@gmail.com¹, Email: ernitatwins@gmail.com²,
Email: fajriyatulabadiyah@gmail.com³

Abstract: The closure of the TikTok Shop platform triggered a crucial polemic, not only related to the responsibility of the e-commerce platform but also regarding operations in the business and social environment. This research aims to explore and indicate the closure of the TikTok Shop platform in a disruptive era according to a sharia economic view. The research uses a library research approach by adopting descriptive qualitative methods. The research data sources come from secondary data such as books, articles, online media, and various references relevant to the research topic. Meanwhile, research data analysis adopted the Miles and Huberman analysis technique, which was carried out by reducing data, presenting data and drawing conclusions. Research findings show that the closure of TikTok stores has had both positive and negative impacts on economic conditions in Indonesia. The positive impacts include encouraging healthier competition in the e-commerce market, encouraging people to become digital technology literate, increasing e-commerce platforms' compliance with regulations and making people aware of consumer protection. Meanwhile, the negative impact of closing TikTok shops is a decrease in business actors' income. According to a sharia economic point of view, closing a TikTok shop can be considered an action in accordance with Islamic ethics, morals and values if the TikTok shop violates sharia principles such as fraud, responsibility, fairness, violations, level of data privacy and other behavior that brings harm to consumer. If the closure of the TikTok Shop platform is part of an action that helps reduce economic imbalance, immoral behavior and exploitation. So this action is deemed to be in accordance with sharia economic values.

Keywords; Implications; Tiktok Shop; Islamic Economics.

Abstrak: Penutupan platform tiktok shop memicu polemik yang krusial, tidak hanya yang berkaitan dengan tanggung jawab platform e-commerce tetapi juga mengenai implikasi operasional terhadap lingkungan bisnis dan sosial. Penelitian ini bertujuan menggali dan menganalisis implikasi penutupan platform tiktok shop era disruptif menurut tinjauan ekonomi syariah. Penelitian menggunakan pendekatan library research dengan mengadopsi metode kualitatif bersifat deskriptif. Adapun sumber data penelitian berasal dari data sekunder seperti buku, artikel, media online, dan berbagai referensi yang relevan dengan topik penelitian. Sementara analisis data penelitian mengadopsi teknik analisis Miles dan Huberman yakni dilakukan dengan cara mereduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian diketahui, penutupan tiktok shop memberikan dampak positif dan negatif bagi kondisi ekonomi di Indonesia. Dampak positif seperti menunjang terjadinya persaingan yang lebih sehat di pasar e-commerce, mendorong masyarakat melek teknologi digital, meningkatkan kepatuhan platform e-commerce terhadap regulasi dan melahirkan masyarakat sadar perlindungan konsumen. Sementara dampak negatif dari penutupan tiktok shop adalah menurunnya pendapatan pelaku usaha. Menurut sudut pandang ekonomi syariah, penutupan tiktok shop dapat dianggap sebagai tindakan yang sesuai dengan etika, moral dan nilai-nilai Islam jika tiktok shop melanggar prinsip syariah seperti penipuan, tanggung jawab, keadilan, pelanggaran, tingkat privasi data dan perilaku lain yang membawa kerugian bagi konsumen. Apabila tutupnya platform tiktok shop merupakan bagian tindakan yang membantu mengurangi kesenjangan ekonomi, perilaku tidak bermoral, dan eksploitasi. Maka tindakan tersebut dipandang telah sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

Kata Kunci: Implikasi; Tiktok Shop; Ekonomi Syariah;

PENDAHULUAN

Kiprah teknologi informasi berperan besar terhadap komunikasi dan informasi yang awalnya bersifat konvensional kini berubah menjadi serba digital. Perkembangan teknologi informasi yang merambah pesat berhasil mempengaruhi hampir di seluruh aspek kehidupan manusia.¹ Kemajuan teknologi yang bergerak cepat tersebut membawa perubahan nyata bagi lanskap industri bisnis secara fundamental, menciptakan era disruptif yang dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan terutama industri e-commerce seperti platform tiktok shop.²

¹ Nora Maulana and Muhammad Syafril Nasution, "Analisis Komparatif Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan BSI Perbankan Langsung Dan Mobile Banking Pada Mahasiswa IAIN Lhokseumawe Angkatan 2017," *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 3, no. 2 (2021): 457-69, <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/936/515>.

² Gea Debora, "Tiktok Shop Nyaris Sempurna Di Era Disruptif, Strategi Dan Dampaknya," *rri.co.id*, 2023, <https://www.rri.co.id/opini/389943/tiktok-shop-nyaris-sempurna-di-era-disruptif-strategi-dan-dampaknya>.

Platform media sosial tiktok shop merupakan salah satu bentuk perubahan yang disajikan dari inovasi teknologi informasi yang telah memberikan dampak signifikan dalam peradaban manusia era modern, terutama di bidang ekonomi, sosial dan budaya bahkan diimplementasi sebagai *lifestyle* baru di masyarakat. Fitur tiktok shop memungkinkan pengguna membeli produk secara *online* melalui *platform* yang disediakan. Tiktok shop memberikan pengalaman berbelanja yang menarik dan efektif bagi konsumen saat melakukan transaksi. Argumentatif ini dibuktikan oleh studi empiris yang menjelaskan bahwa *platform* media sosial berbasis gambar seperti tiktok telah menjadi komponen integral dari kehidupan masyarakat sebagai tren mode, belanja, hiburan, dan permainan.³

Tren penggunaan *platform* tiktok shop diketahui menjadi fenomena global dalam beberapa tahun terakhir yang mempengaruhi industri *e-commerce* khususnya mengubah sistem berbelanja konsumen secara *online*. Tiktok shop sudah menjadi *platform e-commerce* yang populer di kalangan pebisnis dan pelaku usaha dalam mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen terutama pengguna *platform* tiktok shop. Maraknya *platform* tiktok shop sebagai salah satu media belanja berbasis *online*. Sehingga menjadikan *platform* ini paling digemari oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Terbukti dari data yang menunjukkan tiktok saat ini merupakan raja aplikasi di seluruh dunia dengan jumlah unduhan mencapai 54 juta kali per Agustus 2023. *Platform* tiktok berhasil menggeser kedudukan Instagram dan Whatsapp yang sebelumnya berada di posisi teratas per Desember 2022.⁴ Indonesia merupakan negara pasar krusial bagi *platform* tiktok shop dengan basis pengguna terbesar kedua di dunia mencapai 99,8 juta pengguna. Sementara posisi teratas pengguna unggul tiktok secara global masih ditempati oleh Amerika Serikat dengan jumlah 122,1 juta pengguna per Juli 2023.⁵ *Platform* tiktok shop memiliki peluang besar di sektor *e-commerce* khususnya industri pemasaran dan media belanja berbasis *online* yang berbentuk video pendek.⁶ Tiktok shop di

³ Veya Seekis and Richelle Kennedy, "The Impact of #beauty and #self-Compassion Tiktok Videos on Young Women's Appearance Shame and Anxiety, Self-Compassion, Mood, and Comparison Processes," *Body Image* 45 (2023): 117-25, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.006>.

⁴ CNN Indonesia, "TikTok Jadi Raja Aplikasi Dunia, Kalahkan Instagram Hingga WhatsApp," 2023, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230918143850-185-1000458/tiktok-jadi-raja-aplikasi-dunia-kalahkan-instagram-hingga-whatsapp>.

⁵ Cindy Mutia Annur, "10 Negara Dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (Juli 2023)," *databoks*, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/04/tiktok-shop-ditutup-hari-ini-berapa-jumlah-pengguna-tiktok-di-indonesia>.

⁶ Kathrine Syam Wijaya, "The Influence of Brand Image and Trust on Purchase Decisions in TikTok Shop," *Journal Research of Social Science, Economics, and Management* 3, no. 1 (2023): 1-13, <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i01.516>.

Indonesia menjadi pasar krusial dan yang terbesar di Asia Tenggara karena menghasilkan lebih USD 2,5 miliar atau berkontribusi sekitar 60% dari total pendapatan *e-commerce* senilai USD 4,4 miliar di kawasan Asia Tenggara.⁷

Kehadiran *e-commerce* tiktok shop memberi dampak signifikan bagi kondisi perekonomian Indonesia yang belum pernah terjadi sebelumnya di sektor ini.⁸ Dampak paling menonjol terlihat dari kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).⁹ Kemajuan *e-commerce* di Indonesia didorong oleh maraknya transaksi non-tunai, populasi kaum muda yang melek teknologi, dan pertumbuhan masyarakat kelas menengah.¹⁰ Tiktok shop menikmati kejayaan yang luar biasa karena popularitasnya yang merangkul fungsi sebagai media sosial juga *platform e-commerce* dalam memfasilitasi bisnis maupun keterlibatan pengguna melalui cara yang unik dan kreatif.¹¹ Namun, berbagai potensi dan pertumbuhan tersebut harus terhenti dengan ditutupnya operasional *platform* tiktok shop di Indonesia. Terdapat beragam alasan yang melandasi penutupan tiktok shop seperti adanya kekhawatiran mengenai privasi data, perselisihan antara pelaku bisnis dengan *platform* itu sendiri, dan kepatuhan terhadap kebijakan pemerintah.¹² Termasuk alasan terkait hak kekayaan intelektual dan persoalan perpajakan.¹³

⁷ Tim Berita Satu, "60% Pendapatan Tiktok Di ASEAN Dikontribusi Indonesia, Target Global Di Ujung Tanduk," Berita Satu, 2023, <https://www.beritasatu.com/ekonomi/1071690/60-pendapatan-tiktok-di-asean-dikontribusi-indonesia-target-global-di-ujung-tanduk>.

⁸ Nur Ika Effendi, Rizki Maulana Akbar, and Yanti Murni, "Shopping Orientation and Online Trust To Enhance Online Purchase Intentions With Gender Differences As Moderator," *Journal of Economics, Business, and Government Challenges* 3, no. 2 (2021): 117–26, <https://doi.org/10.33005/ebgc.v3i2.124>.

⁹ Kandi Dwi Pratiwi, "E-Commerce and Economic Growth in Indonesia: Analysis of Panel Data Regression," *Gema Publica: Jurnal Manajemen Dan Kebijakan Publik* 7, no. 1 (2022): 171–86, <https://doi.org/10.14710/gp.7.1.2022.171-186>.

¹⁰ Yasep Azzery, "Analysis of E-Commerce Growth in the Industrial Age 4.0 in Indonesia," *International Journal of Engineering Continuity* 1, no. 1 (2022): 1–8, <https://doi.org/10.58291/ijec.v1i1.33>.

¹¹ Isna Ayu Safitri Kusuma Dewi et al., "The Factors That Influence TikTok Popularity As A Digital Marketing Technique To Grow Customer Engagement," *International Journal of Economics, Business and Innovation Research* 2, no. 2 (2023): 103–11, <https://doi.org/https://doi.org/10.70799/ijebir.v2i02.155>.

¹² Shohib Muslim, Muktar, and Supena Diansah, "Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis Di Indonesia," *Hukum Dan HAM Wara Sains* 2, no. 10 (2023): 952–63, <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i10.713>.

¹³ Martina Coe Mogi, "Potensi Dan Hambatan Dalam Pengenaan Pajak Penghasilan Dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Usaha Berbasis Online (E-Commerce) Di Indonesia," *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 19, no. 2 (2021), https://doi.org/10.53515/al_qodiri.v19i2.4412.

Penutupan *e-commerce* tiktok shop menjadi subjek polemik dan perbincangan menarik bagi penggiat ekonomi syariah. Terlebih implikasi yang mencuat dari penutupan tiktok shop era disruptif yang ditinjau menurut perpektif ekonomi syariah di Indonesia minim dieksplorasi. Beberapa persoalan yang teridentifikasi menurut kaca mata ekonomi syariah seperti ketidakpahaman konsumen mengenai detail produk yang dibeli, ketidaksesuaian produk dipesan dengan yang diterima, dan jika terjadi kekeliruan proses pengajuan klaim pengembalian barang yang ditempuh tidak mudah dan membutuhkan waktu cukup lama.^{14, 15, 16, 17}

Keputusan pemerintah untuk menutup *platform* tiktok shop dapat menimbulkan kerugian bagi pelaku pasar khususnya para penjual dan pembeli yang selama ini menggunakan *platform* tersebut, mengakibatkan ketidakstabilan ekonomi sampai berpeluang menciptakan ketidakpastian pasar. Penutupan *platform* tiktok shop menjadi sorotan utama dan telah menarik perhatian publik khususnya para penggiat akademisi yang mencoba mengupas secara lebih jelas dan menyeluruh.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis implikasi penutupan *platform* tiktok shop era disruptif menurut tinjauan ekonomi syariah. Topik ini tergolong isu baru dan belum ditemukan pembahasan serupa dalam literatur. Penelitian sebelumnya mayoritas berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen berbelanja secara *online* melalui *platform* tiktok shop.¹⁸ Kajian serupa juga ikut dikaji oleh Wijaya (2023) yang menyelidiki pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen di tiktok shop.¹⁹ Variabel

¹⁴ Ujang Badru Jaman and Endah Pertiwi, "Kedaulatan Pajak Negara Indonesia Terhadap Perusahaan Multinasional Digital," *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 1 (2023): 32-42, <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.178>.

¹⁵ Adinda Putriani, Hendro Saptono, and Rinitami Njatrijani, "Analisis Hambatan Dan Solusi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Jual Beli Tas Branded Via Tiktok Shop," *Law, Development and Justice Review* 6, no. 1 (2023): 1-15, <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/ldjr.v6i1.18736>.

¹⁶ Yusuf Iskandar, Harini Fajar Ningrum, and Bintang Muhammad Burhanuddin Akbar, "Peran Faktor Internal Dan Eksternal Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Ritel," *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 4, no. 2 (2020): 1-10, <https://core.ac.uk/download/pdf/327119848.pdf>.

¹⁷ Trinandari Prasetya Nugrahanti, "Risk Assessment and Earning Management in Banking of Indonesia: Corporate Governance Mechanisms," *GATR Global Journal of Business Social Sciences Review* 4, no. 1 (2016): 1-9, [https://doi.org/10.35609/gjbssr.2016.4.1\(1\)](https://doi.org/10.35609/gjbssr.2016.4.1(1)).

¹⁸ Riki Amelia Nasution, Yudi Prayoga, and Abd. Halim, "The Influence of Ease of Use, Privacy, Security and Efficiency on Shopping Decisions Using the TikTok Shop," *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation* 2, no. 6 (2022): 895-902, <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1362>.

¹⁹ Wijaya, "The Influence of Brand Image and Trust on Purchase Decisions in TikTok Shop."

berbeda ditelaah oleh Zulianti *et al.*, (2023) terkait penggunaan bahasa Indonesia dalam pemasaran produk di akun tiktok shop.²⁰ Muslim *et al.*, (2023) berusaha melihat dampak hukum dari penutupan tiktok shop terhadap kebijakan hukum bisnis di Indonesia.²¹ Studi ilmiah lainnya dikaji oleh Umami *et al.*, (2023) membahas pengaruh diskon harga dan promo *free* ongkir terhadap perilaku konsumtif pengguna *platform* tiktok shop yang ditinjau dari pandangan ekonomi syariah.²²

Penutupan *platform* tiktok shop memicu perbincangan mendalam, tidak hanya yang berkaitan dengan tanggung jawab *platform e-commerce* tetapi juga mengenai implikasi operasional terhadap lingkungan bisnis dan sosial. Isu ini melahirkan adanya kesenjangan dan kekosongan kritis terkait implementasi *platform e-commerce* di Indonesia serta kemampuan adaptasi peraturan pemerintah dalam minimalisasi tantangan yang ditimbulkan oleh *platform e-commerce*. Tinjauan ilmiah ini mengeksplorasi perlunya studi secara komprehensif menilai implikasi penutupan tiktok shop era disruptif dikaitkan dengan pandangan ekonomi syariah guna mengisi kesenjangan krusial dalam literatur.

Penting dilakukannya penelitian ini guna menjawab keresahan masyarakat terhadap implikasi penutupan *platform* tiktok shop dikaitkan sudut pandang ekonomi syariah. Permasalahan tutupnya *platform* tiktok shop ini tergolong fenomena baru dan relatif belum disorot oleh para cendekiawan sehingga masih minim literatur. Hal ini menjadi nilai kemenarikan dan suatu kebaruan pada penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Rancangan penelitian mengadopsi metode kualitatif bersifat deskriptif. Penelitian bermaksud memformulasikan masalah penelitian sebagai pedoman acuan dalam mengelompokkan, memberikan gambaran dan menelaah gejala yang terjadi untuk dicermati secara mendalam, utuh dan menyeluruh.²³ Penelitian ini lebih memfokuskan untuk menganalisis secara deskriptif dan membahas fenomena penelitian untuk kemudian

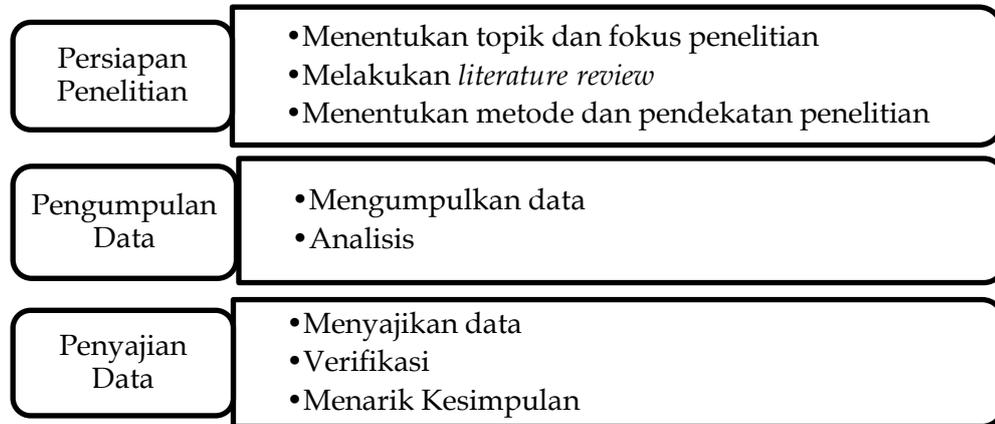
²⁰ Ika Zulianti *et al.*, "Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Pemasaran Dalam Bisnis Tiktok Shop," *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies* 6, no. 2 (2022): 303–18, <https://doi.org/10.22515/academica.v6i2.5708>.

²¹ Muslim, Muktar, and Diansah, "Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis Di Indonesia."

²² Elyza Umami *et al.*, "Pengaruh Harga Diskon Dan Promo Gratis Ongkir Pada Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh)," *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar* 1, no. 2 (2023): 12–24, <https://ojs.unimal.ac.id/joses/article/view/12530>.

²³ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33–54, <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.

dikaji guna memperoleh hasil penelitian secara jelas dan utuh.²⁴ Terdapat serangkaian langkah yang ditempuh dalam menyusun penelitian ini, antara lain:



Gambar 1. Proses Penelitian

Adapun sumber data pada penelitian ini berasal dari berbagai referensi mulai dari buku, artikel, media *online*, dan berbagai sumber referensi yang relevan dengan topik penelitian. Sementara analisis data penelitian mengadopsi teknik analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yakni dilakukan dengan cara mereduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.²⁵

PEMBAHASAN/HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Kehadiran Platform Tiktok Shop

Sejak pertama kali diluncurkan tiktok di Indonesia pada September 2017, platform media sosial ini sudah digemari oleh berbagai kalangan baik generasi muda, dewasa sampai orang tua. Penggunaan tiktok dewasa ini menjadi salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat karena menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat video singkat dilengkapi musik, filter, maupun animasi lainnya. Selain digunakan sebagai platform hiburan, tiktok juga digunakan untuk tujuan pendidikan terutama dibidang bahasa dan seni.²⁶

Aplikasi ini menjadi tren budaya baru bagi masyarakat Indonesia, terlebih setelah 2 tahun masa perilisan tiktok mulai melebarkan sayap ke industri bisnis *e-commerce* ditandai dengan peresmian fitur baru yakni tiktok shop. Tiktok shop merupakan inovasi baru dalam fitur *e-commerce*

²⁴ Zulfahmi and Nora Maulana, "Batasan Riba, Gharar, Dan Maisir (Isu Kontemporer Dalam Hukum Bisnis Syariah)," *Syarah: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi* 11, no. 2 (2022): 134-50, <https://doi.org/https://doi.org/10.47766/syarah.v11i2.863>.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

²⁶ Dinda Mutia Hidayati, "Strategi Manajemen Krisis Perusahaan Tiktok (Kasus Kontroversi Tiktok Shop)," no. October (2023).

yang mampu menjangkau *creator*, penjual, dan pembeli secara bersamaan untuk menikmati pengalaman berbelanja secara menyenangkan, nyaman, dan lancar. Fitur ini memberi peluang bagi para penjual dalam upaya mengembangkan bisnis melalui pengiriman konten video maupun fitur belanja langsung (*live real-time*), dan dapat dilakukan di akun tiktok bisnis maupun melalui kerja sama dengan konten *creator*. Platform tiktok shop memungkinkan pengguna dan konten *creator* untuk mengiklankan dan menjual produk melalui tiktok secara *online*.

Ditetapkannya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 dan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik²⁷ menyebabkan platform tiktok shop resmi ditutup dengan alasan utama bahwa *social commerce* adalah tempat promosi dan dilarang untuk melakukan transaksi. Menariknya, meskipun tiktok shop telah resmi ditutup namun implementasi strategi manajemen platform tiktok hampir diklasifikasi sempurna di era disruptif. Terlihat dari inovasi tiktok shop yang mampu membaca kondisi dan menyeimbangkan perilaku konsumen dengan baik seiring perkembangan teknologi informasi. Munculnya *e-commerce* tiktok shop memberi peluang bagi konsumen untuk menikmati alternatif kemudahan dalam berbelanja dan mempunyai kesempatan membuat perbandingan produk. Adapun platform *e-commerce* seperti Lazada, Tokopedia, dan Shopee lebih berfokus pada sisi produk dan pelanggan tanpa mementingkan hiburan. Hadirnya tiktok shop memberikan performa baru bagi industri *e-commerce* dengan menggabungkan permainan, hiburan, dan pengalaman berbelanja secara bersamaan menciptakan kesan belanja yang menarik. Platform tiktok shop menggunakan analisis *big data* dalam menyajikan berbagai konten yang sesuai dengan minat dan preferensi konsumen. Selain itu, produk yang ditampilkan di beranda tiktok juga selaras dengan keinginan pengguna yang mendorong munculnya fenomena pembelian impulsif yang lebih efektif. Kondisi tersebut secara tidak langsung mengidentifikasi platform tiktok shop dapat menjadi sebuah ancaman serius bagi industri *e-commerce* di Indonesia karena strategi pemasaran yang tergolong hampir sempurna akan menciptakan terjadinya persaingan pasar yang lebih kompleks.²⁸

Implikasi Penutupan Platform Tiktok Shop Era Disruptif: Evaluasi Konformitas

Operasional platform tiktok shop di Indonesia terhitung efektif ditutup sejak 4 oktober 2023. Penutupan tiktok shop di Indonesia memiliki

²⁷ Menteri Perdagangan, "Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," no. 31, 2023.

²⁸ Debora, "Tiktok Shop Nyaris Sempurna Di Era Disruptif, Strategi Dan Dampaknya."

sejumlah implikasi positif maupun negatif bagi struktur perekonomian. Adapun implikasi penutupan tiktok shop antara lain:

1. Peningkatan persaingan di pasar *e-commerce*
Penutupan tiktok shop memberi dampak positif terhadap ekosistem *e-commerce*, terlihat dari meningkatnya harga saham Bukalapak dan Tokopedia. Tutupnya *platform* tiktok shop menciptakan persaingan lebih instens dalam industri *e-commerce* dan mendorong peningkatan penggunaan maupun penjudalan di *platform* Facebook Ads dan Instagram Ads.²⁹ Selain itu, tutupnya tiktok shop juga menimbulkan kesenjangan di pasar *e-commerce* Indonesia karena *platform* ini memiliki pangsa pasar yang cukup besar, terutama di kalangan pengguna tiktok. Kesenjangan ini akan diisi oleh *platform e-commerce* lain seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Meningkatnya persaingan di pasar *e-commerce* dapat mendorong *platform e-commerce* untuk terus berinovasi dan memberikan layanan yang lebih baik dari pesaing guna menarik dan mempertahankan konsumen.
2. Melek teknologi digital
Penutupan *platform* tiktok shop dapat mendorong masyarakat untuk mencari alternatif *platform e-commerce* lain yang dipandang sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga masyarakat akan mengenal lebih banyak lagi *platform e-commerce* dengan menikmati banyak performa. Melek teknologi digital penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi karena masyarakat yang memiliki literasi teknologi digital dipandang jauh lebih bijak dalam menggunakan layanan teknologi seperti *platform e-commerce*.
3. Penurunan pendapatan pelaku usaha
Penutupan *platform* tiktok shop dapat mengurangi jumlah pelaku usaha kecil (UMKM) yang sebelumnya telah mengandalkan *platform* tersebut untuk berbisnis. Pelaku usaha harus ekstra mencari alternatif yang lebih efektif dan meningkatkan kemampuan bisnis secara *online* maupun *offline*. Namun tingkat penjualan produk pasti akan menurun bila beralih ke *platform e-commerce* lain. Bahkan sebagian bisnis atau pelaku usaha mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan *platform e-commerce* lainnya dan pada gilirannya kurang mampu memperoleh kembali tingkat aktivitas bisnis sebelum ditutupnya tiktok shop. Maka penting bagi pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar *e-commerce*. Perlu juga mempelajari terkait fitur maupun layanan yang ditawarkan oleh *platform e-commerce* lainnya dalam meningkatkan penjualannya.
4. Peningkatan kepatuhan *platform e-commerce* terhadap regulasi

²⁹ Debora.

Penutupan tiktok shop dapat menjadi pembelajaran bagi *platform e-commerce* lain untuk mematuhi regulasi yang berlaku di Indonesia. Hal ini karena pemerintah telah membentuk satgas *e-commerce* untuk mengawasi dan menindak *platform e-commerce* yang beroperasi dan melanggar regulasi. Regulasi yang kuat dan tegas penting untuk melindungi konsumen dari berbagai risiko seperti penipuan, produk palsu, dan layanan yang tidak sesuai. Selain itu, regulasi yang kuat dan tegas juga penting untuk menjaga persaingan yang sehat di pasar *e-commerce*. Sehingga pihak konsumen tidak dirugikan karena dapat memilih *platform e-commerce* yang menawarkan layanan terbaik.

5. Meningkatnya kesadaran masyarakat terkait perlindungan konsumen. Penutupan *platform* tiktok shop membuat masyarakat akan lebih berhati-hati dan selektif dalam menggunakan *platform e-commerce*. Masyarakat akan lebih mempertimbangkan tujuan, dan perilaku ketika menggunakan *platform e-commerce* untuk memastikan bahwa masyarakat bisa melindungi diri dari berbagai risiko yang mungkin terjadi saat melakukan transaksi secara online. Sehingga mendorong masyarakat lebih cermat dalam memilih *platform e-commerce* yang dapat menjamin keamanan dan perlindungan hak-hak konsumen.

Secara keseluruhan, penutupan *platform* tiktok shop memberikan dampak positif bagi struktur perekonomian Indonesia. Hal ini karena penutupan tersebut dapat mendorong terjadinya persaingan yang lebih sehat di pasar *e-commerce*, mendorong masyarakat melek teknologi digital, meningkatkan kepatuhan *platform e-commerce* terhadap regulasi dan melahirkan masyarakat sadar perlindungan konsumen.

Penutupan Platform Tiktok Shop Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Keberlangsungan usaha tiktok shop menurut perspektif ekonomi syariah dapat dilihat dari beberapa aspek, antara lain:

1. Kehalalan transaksi

Prinsip halal merupakan prinsip dasar dalam transaksi ekonomi syariah. Suatu produk atau jasa harus halal untuk dikonsumsi dan digunakan. Transaksi yang dilakukan harus halal dan transaksinya harus dilakukan secara jujur dan transparan. Tiktok shop telah melanggar aspek ini dengan menjual produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang ditampilkan. Hal ini cenderung merugikan konsumen dan muncul kekhawatiran yang dapat merusak taraf kepercayaan konsumen terhadap *platform e-commerce*. Tiktok shop perlu memastikan bahwa produk yang dijual sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Salah satu caranya melalui bermitra dengan produsen yang terpercaya dan bisa memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang dijual. Dengan cara ini, tiktok shop dapat

mengembalikan kepercayaan konsumen dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam.

2. Keadilan

Transaksi yang dilakukan harus adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Tiktok shop perlu memberikan informasi yang jelas tentang produk dan memberikan layanan mumpuni. Hal ini dapat dilakukan dengan informasi yang jelas mengenai produk termasuk spesifikasi, harga, dan cara penggunaan. Performa produk yang ditawarkan atau dijual harus sama dengan yang ditampilkan. Sehingga melalui pemberian informasi secara jelas, akurat dan tepat, maka konsumen dapat mengetahui secara pasti produk apa yang dibeli dan bagaimana cara menggunakannya. Selain itu, pelayanan yang memadai meliputi responsif dan dapat membantu konsumen jika terjadi kendala dalam bertransaksi.

3. Kehati-hatian

Tiktok shop perlu memastikan bahwa kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi dapat memahami dengan jelas risiko yang mungkin timbul selama proses transaksi. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi mengenai cara belanja yang aman dan menghindari promosi yang terlalu menarik. Risiko yang mungkin terjadi dalam transaksi *e-commerce* tiktok shop seperti penipuan, produk palsu, dan layanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Dengan memberikan informasi tentang risiko-risiko, tiktok shop dapat membantu konsumen dan penjual untuk mengambil langkah untuk menghindari risiko tersebut.

4. Bertanggung jawab

Tiktok shop perlu meningkatkan pertanggung jawaban dalam menjalankan bisnis, terutama jaminan privasi data pengguna. Hasil ini didukung oleh bukti empiris yang dikaji Muslim et al., (2023) menjelaskan bahwa perlunya privasi data yang lebih ketat untuk melindungi privasi pengguna dan pertanggung jawaban bagi yang melakukan pelanggaran.³⁰ Melalui peningkatan aspek tersebut tiktok shop dapat menjadi *platform e-commerce* yang lebih sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Hal ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat baik penjual, pembeli, maupun masyarakat umum. Beberapa aspek untuk meningkatkan tiktok yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah:

- a. Jaminan kerahasiaan data pengguna dan memberikan sanksi bagi yang melakukan pelanggaran data.

³⁰ Muslim, Muktar, and Diansah, "Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis Di Indonesia."

- b. Membuat kebijakan yang mengharuskan penjual memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang produk yang dijual, harga produk, biaya pengiriman, dan kebijakan pengembalian barang.
- c. Bekerja sama dengan lembaga sertifikasi halal untuk memastikan bahwa produk-produk yang dijualnya halal.
- d. Membentuk tim ahli yang bertugas untuk menilai kelayakan produk yang dijual.

Menurut sudut pandang ekonomi syariah, penutupan tiktok shop dapat dianggap sebagai tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai etika, moral dan nilai-nilai Islam jika tiktok shop melanggar prinsip-prinsip sebagaimana tersebut di atas seperti penipuan, pelanggaran, tingkat privasi data dan perilaku lain yang membawa kerugian bagi konsumen. Prinsip keadilan dalam ekonomi syariah juga mencakup distribusi secara adil dan menghindari eksploitasi. Apabila tutupnya *platform* tiktok shop merupakan bagian tindakan yang membantu mengurangi kesenjangan ekonomi dan eksploitasi, maka tindakan tersebut dipandang telah sesuai dengan serangkaian prinsip ekonomi syariah. Hal tersebut dikarenakan bisnis syariah bukan sekedar hanya mementingkan sisi keuntungan akan tetapi juga perlu mempertimbangkan kebermanfaatan dan kepuasan baik bagi penjual maupun pembeli. Penjual memperoleh kepuasan ketika produk yang terjual mendapat kepercayaan konsumen. Sementara pembeli merasa terpuaskan karena produk yang dibeli sesuai dengan yang dideskripsikan penjual. Bisnis syariah menekankan kedua aspek ini dalam membangun hubungan transaksi yang baik antara penjual dan pembeli, sehingga kedua belah pihak tidak merasa dirugikan.

SIMPULAN

Penutupan *platform* tiktok shop di Indonesia menjadi salah satu isu polemik dan gejolak ekonomi dalam industri *e-commerce*. Terlebih tiktok shop di Indonesia menjadi pasar penting dan terbesar di Asia Tenggara karena menyumbang lebih USD 2,5 miliar atau berkontribusi sekitar 60% dari total pendapatan *e-commerce* senilai USD 4,4 miliar di kawasan Asia Tenggara. Terlepas dari kontribusi tiktok shop bagi struktur ekonomi di Indonesia, *platform* ini ternyata mengandung sejumlah polemik menurut kaca mata ekonomi syariah seperti ketidakpahaman konsumen mengenai detail produk yang dibeli, ketidaksesuaian produk dipesan dengan yang diterima, dan jika terjadi kekeliruan proses klaim pengembalian barang yang ditempuh tidak mudah dan membutuhkan waktu cukup lama. Sejalan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 dan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 *platform* tiktok shop resmi ditutup dengan alasan utama bahwa *social commerce* adalah tempat promosi dan dilarang untuk melakukan transaksi. Penutupan tiktok shop memberikan

dampak positif dan negatif bagi kondisi ekonomi di Indonesia seperti; menunjang terjadinya persaingan yang lebih sehat di pasar *e-commerce*, mendorong masyarakat melek teknologi digital, meningkatkan kepatuhan *platform e-commerce* terhadap regulasi dan melahirkan masyarakat sadar perlindungan konsumen. Sementara dampak negatif dari penutupan tiktok shop adalah menurunnya pendapatan pelaku usaha yang telah mengandalkan *platform* tiktok shop untuk menjual produk, dan kesulitan bagi pelaku usaha beradaptasi dengan *e-commerce* alternatif sehingga menurunkan aktivitas usaha. Menurut sudut pandang ekonomi syariah, penutupan tiktok shop dapat dianggap sebagai tindakan yang sesuai dengan etika, moral dan nilai-nilai Islam jika tiktok shop melanggar prinsip syariah seperti penipuan, tanggung jawab, keadilan, pelanggaran, tingkat privasi data dan perilaku lain yang membawa kerugian bagi konsumen. Apabila tutupnya *platform* tiktok shop merupakan bagian tindakan yang membantu mengurangi kesenjangan ekonomi, perilaku tidak bermoral, dan eksploitasi. Maka tindakan tersebut dipandang telah sesuai dengan serangkaian prinsip ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, Cindy Mutia. "10 Negara Dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak Di Dunia (Juli 2023)." databoks, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/04/tiktok-shop-ditutup-hari-ini-berapa-jumlah-pengguna-tiktok-di-indonesia>.
- Azzery, Yasep. "Analysis of E-Commerce Growth in the Industrial Age 4.0 in Indonesia." *International Journal of Engineering Continuity* 1, no. 1 (2022): 1-8. <https://doi.org/10.58291/ijec.v1i1.33>.
- Debora, Gea. "Tiktok Shop Nyaris Sempurna Di Era Disruptif, Strategi Dan Dampaknya." [rri.co.id](https://www.rri.co.id/opini/389943/tiktok-shop-nyaris-sempurna-di-era-disruptif-strategi-dan-dampaknya), 2023. <https://www.rri.co.id/opini/389943/tiktok-shop-nyaris-sempurna-di-era-disruptif-strategi-dan-dampaknya>.
- Dewi, Isna Ayu Safitri Kusuma, Fibia Sentauri Cahyaningrum, Yusuf Darmawan, and Vicky Indarto Setyono. "The Factors That Influence TikTok Popularity As A Digital Marketing Technique To Grow Customer Engagement." *International Journal of Economics, Business and Innovation Research* 2, no. 2 (2023): 103-11. <https://doi.org/https://doi.org/10.70799/ijebir.v2i02.155>.
- Effendi, Nur Ika, Rizki Maulana Akbar, and Yanti Murni. "Shopping Orientation and Online Trust To Enhance Online Purchase Intentions With Gender Differences As Moderator." *Journal of Economics, Business, and Government Challenges* 3, no. 2 (2021): 117-26. <https://doi.org/10.33005/ebgc.v3i2.124>.
- Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33-54.

- <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Hidayati, Dinda Mutia. "Strategi Manajemen Krisis Perusahaan Tiktok (Kasus Kontroversi Tiktok Shop)," no. October (2023).
- Indonesia, CNN. "TikTok Jadi Raja Aplikasi Dunia, Kalahkan Instagram Hingga WhatsApp," 2023. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230918143850-185-1000458/tiktok-jadi-raja-aplikasi-dunia-kalahkan-instagram-hingga-whatsapp>.
- Iskandar, Yusuf, Harini Fajar Ningrum, and Bintang Muhammad Burhanuddin Akbar. "Peran Faktor Internal Dan Eksternal Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Ritel." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 4, no. 2 (2020): 1-10. <https://core.ac.uk/download/pdf/327119848.pdf>.
- Jaman, Ujang Badru, and Endah Pertiwi. "Kedaulatan Pajak Negara Indonesia Terhadap Perusahaan Multinasional Digital." *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 1 (2023): 32-42. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.178>.
- Maulana, Nora, and Muhammad Syafril Nasution. "Analisis Komparatif Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan BSI Perbankan Langsung Dan Mobile Banking Pada Mahasiswa IAIN Lhokseumawe Angkatan 2017." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 3, no. 2 (2021): 457-69. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/936/515>.
- Mogi, Martina Co. "Potensi Dan Hambatan Dalam Pengeanaan Pajak Penghasilan Dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Usaha Berbasis Online (E-Commerce) Di Indonesia." *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 19, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.53515/alqodiri.v19i2.4412>.
- Muslim, Shohib, Muktar, and Supena Diansah. "Implikasi Hukum Penutupan Tiktok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis Di Indonesia." *Hukum Dan HAM Wara Sains* 2, no. 10 (2023): 952-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i10.713>.
- Nasution, Riki Amelia, Yudi Prayoga, and Abd. Halim. "The Influence of Ease of Use, Privacy, Security and Efficiency on Shopping Decisions Using the Tiktok Shop." *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation* 2, no. 6 (2022): 895-902. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1362>.
- Nugrahanti, Trinandari Prasetya. "Risk Assessment and Earning Management in Banking of Indonesia: Corporate Governance Mechanisms." *GATR Global Journal of Business Social Sciences Review* 4, no. 1 (2016): 1-9. [https://doi.org/10.35609/gjbssr.2016.4.1\(1\)](https://doi.org/10.35609/gjbssr.2016.4.1(1)).
- Perdagangan, Menteri. "Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan

- Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," 2023.
- Pratiwi, Kandi Dwi. "E-Commerce and Economic Growth in Indonesia: Analysis of Panel Data Regression." *Gema Publica: Jurnal Manajemen Dan Kebijakan Publik* 7, no. 1 (2022): 171-86. <https://doi.org/10.14710/gp.7.1.2022.171-186>.
- Putriani, Adinda, Hendro Saptono, and Rinitami Njatrijani. "Analisis Hambatan Dan Solusi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Jual Beli Tas Branded Via Tiktok Shop." *Law, Development and Justice Review* 6, no. 1 (2023): 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/ldjr.v6i1.18736>.
- Satu, Tim Berita. "60% Pendapatan Tiktok Di ASEAN Dikontribusi Indonesia, Target Global Di Ujung Tanduk." *Berita Satu*, 2023. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/1071690/60-pendapatan-tiktok-di-asean-dikontribusi-indonesia-target-global-di-ujung-tanduk>.
- Seekis, Veya, and Richelle Kennedy. "The Impact of #beauty and #self-Compassion Tiktok Videos on Young Women's Appearance Shame and Anxiety, Self-Compassion, Mood, and Comparison Processes." *Body Image* 45 (2023): 117-25. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.006>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Umami, Elyza, Hamdani, Anwar Puteh, and T. Saifullah. "Pengaruh Harga Diskon Dan Promo Gratis Ongkir Pada Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Malikussaleh)." *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar* 1, no. 2 (2023): 12-24. <https://ojs.unimal.ac.id/joses/article/view/12530>.
- Wijaya, Kathrine Syam. "The Influence of Brand Image and Trust on Purchase Decisions in Tik Tok Shop." *Journal Research of Social Science, Economics, and Management* 3, no. 1 (2023): 1-13. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i01.516>.
- Zulfahmi, and Nora Maulana. "Batasan Riba, Gharar, Dan Maisir (Isu Kontemporer Dalam Hukum Bisnis Syariah)." *Syarah: Jurnal Hukum Islam Dan Ekonomi* 11, no. 2 (2022): 134-50. <https://doi.org/https://doi.org/10.47766/syarah.v11i2.863>.
- Zulianti, Ika, Mei Fatmawati, Anggraini Wahyu Ningtyas, Nurvita Sari, and Indah Wulandari. "Analisis Penggunaan Bahasa Indonesia Sebagai Bahasa Pemasaran Dalam Bisnis Tiktok Shop." *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies* 6, no. 2 (2022): 303-18. <https://doi.org/10.22515/academica.v6i2.5708>.