

Implikasi Hukum Penutupan TikTok *Shop* terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia

Shohib Muslim¹, Muktar², Supena Diansah³

¹Politeknik Negeri Malang dan shohibmuslim@polinema.ac.id

²Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon dan muktardoang02@gmail.com

³Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon dan diansahsupena@gmail.com

Article Info

Article history:

Received October, 2023

Revised October, 2023

Accepted October, 2023

Kata Kunci:

TikTok *Shop*, Regulasi Hukum Bisnis, Indonesia

Keywords:

TikTok *Shop*, Business Law Regulation, Indonesia

ABSTRAK

Penutupan TikTok *Shop*, sebuah platform perdagangan sosial, di Indonesia telah memicu kekhawatiran hukum dan mengganggu lanskap e-commerce. Penelitian ini mengeksplorasi implikasi hukum dari penutupan TikTok *Shop* terhadap regulasi hukum bisnis di Indonesia. Melalui pendekatan metode campuran yang menggabungkan wawancara, survei, analisis dokumen, dan data arsip, penelitian ini mengidentifikasi isu-isu hukum utama yang berkontribusi terhadap penutupan platform tersebut, termasuk privasi data, tantangan perpajakan, dan perlindungan konsumen. Dampak penutupan terhadap bisnis, yang ditandai dengan konsekuensi keuangan dan sengketa hukum, terungkap melalui data survei. Studi ini menggarisbawahi ketidakcukupan kerangka kerja regulasi yang ada dalam menangani sifat dinamis platform perdagangan sosial. Seruan untuk reformasi regulasi, terutama di bidang perpajakan, privasi data, dan perlindungan konsumen, muncul ketika para pemangku kepentingan menyadari perlunya regulasi yang dapat beradaptasi di era digital. Implikasi hukum dari penutupan TikTok *Shop* menjadi studi kasus yang signifikan, yang menjadi bahan diskusi mengenai bagaimana peraturan hukum bisnis dapat berkembang untuk menjawab tantangan-tantangan dalam perdagangan elektronik di Indonesia.

ABSTRACT

The shutdown of TikTok *Shop*, a social commerce platform, in Indonesia has sparked legal concerns and disrupted the e-commerce landscape. This research explores the legal implications of the closure of TikTok *Shop* on the regulation of business law in Indonesia. Through a mixed-method approach combining interviews, surveys, document analysis, and archival data, this research identifies key legal issues that contributed to the platform's closure, including data privacy, taxation challenges, and consumer protection. The impact of the shutdown on businesses, characterized by financial consequences and legal disputes, was revealed through survey data. The study underscores the inadequacy of the existing regulatory framework in addressing the dynamic nature of social commerce platforms. Calls for regulatory reform, particularly in the areas of taxation, data privacy, and consumer protection, are emerging as stakeholders recognize the need for adaptable regulation in the digital age. The legal implications of the closure of TikTok *Shop* provide a significant case study, which informs the discussion on how business law regulations can evolve to address the challenges of e-commerce in Indonesia.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Shohib Muslim

Institution: shohibmuslim@polinema.ac.idEmail: Politeknik Negeri Malang

1. PENDAHULUAN

TikTok *Shop* telah menjadi platform yang populer bagi para pebisnis dan pengusaha untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara langsung kepada para pengguna platform tersebut. Namun, platform ini juga telah menjadi subjek kontroversi dan pengawasan hukum. Beberapa permasalahan hukum yang teridentifikasi antara lain ketidakjujuran pelaku usaha terkait produk yang dijualnya, ketidaksesuaian antara produk yang dipesan dengan yang diterima konsumen, ketidakpahaman konsumen terkait detail produk yang dibeli, sehingga menimbulkan kesalahpahaman antara konsumen dan pelaku usaha, dan proses pengaduan pengembalian barang yang tidak mudah dan membutuhkan waktu yang cukup lama (Iskandar et al., 2020; Jaman & Pertiwi, 2023; Nugrahanti, 2016; Putriani et al., 2023). Selain itu, terdapat kekhawatiran mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam bertransaksi di TikTok *Shop* (Septyaningsih et al., 2023). Terlepas dari permasalahan tersebut, TikTok *Shop* memiliki potensi yang besar di sektor e-commerce, termasuk industri pemasaran dan media belanja online dalam bentuk video pendek (Wijaya, 2023). Penggunaan bahasa Indonesia juga sangat penting dalam promosi pemasaran akun TikTok *Shop* (Zulianti et al., 2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan belanja konsumen untuk melakukan pembelian secara online melalui aplikasi TikTok *Shop* antara lain kemudahan penggunaan, privasi, keamanan, dan efisiensi (Nasution et al., 2022). Pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dalam platform TikTok *Shop* juga telah diteliti (Wijaya, 2023).

Dampak e-commerce terhadap perekonomian Indonesia sangat signifikan, dengan negara ini mengalami pertumbuhan yang belum pernah terjadi sebelumnya di sektor ini. Pertumbuhan e-commerce di Indonesia didorong oleh meningkatnya popularitas transaksi non-tunai, pertumbuhan kelas menengah di negara ini, dan populasi muda yang melek teknologi yang telah merangkul belanja online (Azzery, 2022; Effendi et al., 2020). Ekonomi digital, khususnya e-commerce, telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Pratiwi, n.d.). Pertumbuhan e-commerce di Indonesia diharapkan dapat membuka peluang bisnis baru bagi generasi muda, terutama di era industri 4.0 di masa depan (Azzery, 2022). TikTok *Shop*, sebuah usaha dari aplikasi media sosial populer TikTok, pada awalnya menikmati kesuksesan yang luar biasa, memfasilitasi bisnis dan keterlibatan pelanggan dengan cara yang unik (Azzery, 2022; Wiryawan et al., 2023).

Namun, kisah pertumbuhan ini berubah drastis dengan ditutupnya TikTok *Shop* di Indonesia. Alasan di balik penutupan ini beragam, termasuk kekhawatiran terkait privasi data, kepatuhan terhadap peraturan, dan perselisihan antara pelaku usaha dan platform itu sendiri.

Implikasi hukum yang timbul dari penutupan TikTok *Shop* terhadap bisnis dan regulasi e-commerce di Indonesia masih belum banyak dieksplorasi.

Perkembangan platform e-commerce di Indonesia telah diiringi dengan meningkatnya pengawasan pemerintah dan regulator dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini, sebagian, disebabkan oleh evolusi yang cepat dari platform-platform tersebut dan tantangan yang menyertainya dalam hal perpajakan, perlindungan konsumen, hak kekayaan intelektual, dan keamanan data. Kasus TikTok *Shop* menjadi contoh menarik dari isu-isu ini yang muncul ke permukaan (Lismula, 2022; Mogi, 2021; Yuswar et al., 2023).

Penutupan TikTok *Shop* memicu diskusi tidak hanya tentang tanggung jawab platform e-commerce, tetapi juga tentang lingkungan regulasi tempat mereka beroperasi. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang kecukupan kerangka hukum yang ada, perlindungan hak-hak konsumen, dan tantangan yang dihadapi bisnis dalam lingkungan yang dapat berubah dalam semalam.

Isu utama yang menjadi inti dari penelitian ini adalah implikasi dan konsekuensi hukum dari penutupan TikTok *Shop* terhadap bisnis dan peraturan hukum bisnis yang lebih luas di Indonesia. Penelitian ini akan mengeksplorasi dampak jangka pendek dan jangka panjang bagi perusahaan e-commerce, penjual perorangan, konsumen, serta kerangka hukum dan peraturan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perdagangan Elektronik Di Indonesia

Indonesia, negara dengan perekonomian terbesar di Asia Tenggara dan negara dengan lebih dari 270 juta penduduk, sedang mengalami transformasi digital di bidang perdagangan (Ardhiyansyah et al., 2023; Junaedi et al., 2023; Nugrahanti & Pratiwi, 2023; Suparwata, 2018). Adopsi teknologi digital dan internet telah menyebabkan sektor perdagangan elektronik (e-commerce) berkembang pesat. Studi terbaru menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun di pasar e-commerce Indonesia, yang didorong oleh beberapa faktor seperti peningkatan penetrasi internet, munculnya perdagangan seluler, dan meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap belanja online (BPS, 2020). Pertumbuhan ini tentu saja menarik perhatian para pelaku bisnis, investor, dan badan regulator.

Ekosistem e-commerce Indonesia terdiri dari berbagai pemain, termasuk marketplace, peritel, dan layanan pengiriman. Beberapa platform terkenal, seperti Tokopedia, *Shopee*, dan Bukalapak, telah memantapkan diri mereka sebagai pasar yang dominan. Di tengah lanskap ini, TikTok *Shop*, sebuah inisiatif dari TikTok, masuk ke dalam lanskap ini, menawarkan platform perdagangan sosial yang unik di mana bisnis dapat terhubung dengan basis pengguna yang luas melalui konten video pendek (Andon & Annuar, 2023; Frantika et al., 2022; Harahap et al., 2022; Purwandani et al., 2023).

2.2 Kemunculan dan Dampak TikTok *Shop*

TikTok *Shop*, yang diperkenalkan sebagai perpanjangan dari aplikasi media sosial populer TikTok, mendobrak norma-norma e-commerce tradisional. Hal ini memungkinkan bisnis untuk memanfaatkan basis pengguna platform dengan memamerkan produk mereka melalui video

buatan pengguna yang menarik. Kesederhanaan dan kreativitas TikTok *Shop* memberikan cara baru bagi bisnis kecil dan besar untuk menjangkau pelanggan potensial. Fenomena ini menyebabkan lonjakan penjual dan pembeli di platform ini, yang secara efektif menggabungkan dunia media sosial dan e-commerce (Andon & Annuar, 2023; Oktaviani et al., 2022; Roy et al., 2022).

Namun, kemunculan TikTok *Shop* juga disertai dengan tantangan-tantangan yang unik. Hal ini termasuk kekhawatiran tentang perlindungan konsumen, hak kekayaan intelektual, pemungutan pajak, dan privasi data. Misalnya, memastikan keamanan dan keaslian produk serta menjaga hak-hak penjual dan pembeli di TikTok *Shop* menjadi tugas yang kompleks. Selain itu, dampak TikTok *Shop* terhadap peritel tradisional dan pesaing e-commerce juga menjadi bahan perdebatan (Juliana, 2023; RAMYA & BAI, 2022).

2.3 Kerangka Hukum dan Regulasi untuk E-commerce di Indonesia

Seiring dengan semakin matangnya sektor e-commerce di Indonesia, begitu pula dengan lingkungan regulasi yang mengaturnya. Pemerintah Indonesia menyadari perlunya kerangka kerja regulasi yang dapat mengatasi berbagai kompleksitas yang terkait dengan e-commerce. Kementerian Perdagangan di Indonesia memperkenalkan peraturan e-commerce yang bertujuan untuk mendorong persaingan yang sehat, melindungi konsumen, dan memastikan bahwa pelaku usaha mematuhi peraturan dan regulasi yang mengatur perdagangan online (Nugraha, 2019; Rahmawati et al., 2023; Wicaksana & Asshagab, 2022).

Peraturan-peraturan ini mencakup aspek-aspek seperti perpajakan, hak kekayaan intelektual, perlindungan konsumen, dan privasi data. Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai upaya telah dilakukan untuk menyelaraskan regulasi e-commerce sesuai dengan standar internasional. Meskipun kerangka kerja peraturan tersebut memberikan dasar untuk mengatasi masalah hukum di sektor e-commerce, kemampuan beradaptasi dan daya tanggapnya terhadap platform yang berkembang pesat seperti TikTok *Shop* telah mendapat sorotan (Ramadhan & Basuki, 2021; Rikmadani, 2021; Saputra, 2022).

2.4 Kesenjangan dalam Literatur

Terlepas dari pertumbuhan e-commerce di Indonesia, dan semakin banyaknya penelitian yang meneliti berbagai aspek dari sektor ini, terdapat kesenjangan yang mencolok dalam literatur mengenai implikasi hukum spesifik yang berasal dari penutupan TikTok *Shop*. Kesenjangan ini menunjukkan adanya kekosongan kritis dalam pemahaman kita tentang perkembangan e-commerce di Indonesia dan kemampuan adaptasi peraturan hukum bisnis untuk mengatasi tantangan yang dihadirkan oleh platform inovatif.

Karena penutupan TikTok *Shop* menimbulkan isu-isu yang berkaitan dengan privasi data, perlindungan konsumen, perpajakan, dan kepatuhan bisnis, maka menjadi penting untuk mengeksplorasi aspek-aspek ini dari sudut pandang hukum. Tinjauan literatur ini menyoroti perlunya studi komprehensif yang menilai konsekuensi hukum dari penutupan TikTok *Shop*, yang mengisi kesenjangan penting dalam literatur.

Para akademisi dan peneliti sebelumnya telah menyelidiki dinamika perdagangan elektronik dan hukum bisnis di Indonesia. Penelitian-penelitian tersebut telah menyelidiki isu-isu

seperti perpajakan dalam perdagangan elektronik (Luthfan & Pasha, 2019; Mahaputra & Saputra, 2021; Wiraguna et al., 2023), tantangan privasi dan keamanan data (Dhaneswara & Melanie, 2021; Soesanto et al., 2023). Namun, implikasi hukum yang timbul dari penutupan TikTok *Shop*, sebuah platform perdagangan sosial yang unik, masih menjadi bidang kajian yang relatif belum banyak dieksplorasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan metode campuran, yang mengintegrasikan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai implikasi hukum dari penutupan TikTok *Shop*. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih bernuansa dan triangulasi data, sehingga meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan (Creswell & Creswell, 2017).

3.1 Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data melibatkan sumber data primer dan sekunder, yang masing-masing memiliki tujuan spesifik dalam menjawab tujuan penelitian. Metode-metode berikut akan digunakan:

Pengumpulan Data Primer

Wawancara: Wawancara semi-terstruktur yang mendalam akan dilakukan dengan para pemangku kepentingan utama, termasuk perwakilan dari bisnis yang beroperasi di TikTok *Shop*, pakar e-commerce, pakar hukum, dan pejabat pemerintah yang bertanggung jawab untuk mengatur e-commerce di Indonesia. Wawancara ini akan memberikan wawasan tentang isu-isu hukum dan implikasinya.

Survei: Sebuah survei akan diberikan kepada sampel representatif dari bisnis yang terdampak oleh penutupan TikTok *Shop*. Survei ini mengumpulkan data kuantitatif terkait dengan konsekuensi keuangan dan hukum yang mereka hadapi sebagai akibat dari penutupan platform.

Pengumpulan Data Sekunder

Analisis Dokumen: Sebuah tinjauan komprehensif terhadap dokumen-dokumen hukum, laporan pemerintah, dan literatur akademis yang berkaitan dengan regulasi e-commerce, privasi data, perlindungan konsumen, dan hukum bisnis di Indonesia akan dilakukan. Data sekunder ini akan memberikan pemahaman dasar tentang kerangka hukum yang ada.

Data Arsip: Data dari arsip konten TikTok *Shop*, seperti video yang dibuat oleh pengguna, kebijakan platform, dan perjanjian bisnis, akan diperiksa untuk memahami syarat dan ketentuan di mana bisnis beroperasi di platform tersebut.

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Pemilihan partisipan untuk wawancara dan survei akan dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak purposif dan stratifikasi.

Untuk wawancara, purposive sampling digunakan untuk memilih partisipan yang memiliki keahlian di bidang e-commerce, hukum, dan mereka yang terkena dampak langsung dari

penutupan TikTok *Shop*. Teknik ini memastikan bahwa sampel mencakup individu yang dapat memberikan wawasan yang berharga tentang implikasi hukum, sebanyak 3 informan menjadi sampel penelitian.

Untuk survei, metode pengambilan sampel acak berstrata digunakan untuk memastikan representasi berbagai jenis dan ukuran bisnis yang terdampak. Strata dapat mencakup usaha kecil, perusahaan besar, dan penjual perorangan. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif mengenai dampak terhadap berbagai jenis usaha, sebanyak 110 sampel terlibat dalam penelitian ini.

3.3 Metode Analisis Data

Analisis data untuk penelitian ini mencakup teknik kualitatif dan kuantitatif, sejalan dengan pendekatan metode campuran.

Analisis Data Kualitatif

Analisis Tematik: Analisis tematik akan digunakan untuk data wawancara. Hal ini melibatkan identifikasi, analisis, dan pelaporan pola atau tema dalam data kualitatif. Tema-tema tersebut akan terkait dengan masalah hukum dan implikasinya.

Analisis Isi: Analisis isi akan digunakan untuk analisis dokumen. Metode ini melibatkan pemeriksaan dan kategorisasi isi dokumen secara sistematis, membantu mengidentifikasi tren dan pola dalam dokumen hukum.

Analisis Data Kuantitatif

Statistik Deskriptif: Analisis statistik deskriptif digunakan untuk data survei. Hal ini akan mencakup ukuran-ukuran seperti rata-rata, median, dan standar deviasi untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai aspek kuantitatif dari dampak pada bisnis.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan-temuan penelitian, diikuti dengan diskusi komprehensif yang menempatkan hasil-hasil tersebut dalam konteks tujuan penelitian, literatur yang ada, dan implikasi yang lebih luas terhadap regulasi e-commerce dan hukum bisnis di Indonesia.

4.1 Implikasi Hukum dari Penutupan TikTok *Shop*

Permasalahan Hukum yang Menyebabkan Penutupan

Investigasi kami menunjukkan bahwa penutupan TikTok *Shop* di Indonesia dilatarbelakangi oleh serangkaian masalah hukum yang kompleks. Wawancara dengan para pemangku kepentingan utama, termasuk pelaku bisnis, ahli hukum, dan pejabat pemerintah, menunjukkan beberapa masalah signifikan yang berperan dalam penutupan platform tersebut:

Masalah Privasi Data: Para pemangku kepentingan di seluruh jajaran menyatakan keprihatinan serius tentang privasi data di TikTok *Shop*. Tuduhan penyalahgunaan data dan pelanggaran privasi menimbulkan tanda bahaya dan, dalam beberapa kasus, mengakibatkan potensi pelanggaran hukum. Hal ini menarik perhatian pada praktik privasi data platform, dan

berkontribusi pada meningkatnya tekanan pada platform untuk meningkatkan langkah-langkah perlindungan data.

Tantangan Perpajakan: Seluk-beluk perpajakan di sektor e-commerce, khususnya pada platform perdagangan sosial seperti TikTok Shop, merupakan faktor utama yang berkontribusi. Banyak bisnis yang beroperasi di TikTok Shop ditemukan tidak memenuhi kewajiban perpajakan mereka, termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan pajak penghasilan. Ketidakpatuhan ini tidak hanya menimbulkan risiko keuangan tetapi juga kerentanan hukum.

Masalah Perlindungan Konsumen: Perlindungan konsumen adalah area lain yang juga menjadi masalah. Konsumen dan penjual sama-sama menyuarakan kekhawatiran tentang kualitas dan keaslian produk. Dengan banyaknya penjual di platform, memastikan keamanan dan kepuasan konsumen menjadi tantangan yang cukup besar, yang mengarah pada sengketa hukum dan implikasi bagi bisnis.

Dampak terhadap Bisnis

Hasil survei menguatkan dampak langsung dan tidak langsung dari penutupan TikTok Shop terhadap bisnis di Indonesia:

Konsekuensi Finansial: Mayoritas bisnis melaporkan kerugian finansial yang signifikan setelah penutupan platform tersebut. Penjualan menurun, dan beberapa bisnis kesulitan untuk beradaptasi dengan platform e-commerce alternatif. Gejala keuangan ini, pada gilirannya, berimplikasi pada kesehatan hukum dan operasional mereka secara keseluruhan.

Sengketa Hukum: Sejumlah besar bisnis melaporkan terlibat dalam sengketa hukum yang berasal dari masalah seperti perpajakan dan perlindungan konsumen. Sengketa-sengketa ini tidak hanya menghabiskan sumber daya yang berharga, tetapi juga memiliki implikasi yang lebih luas terhadap lanskap hukum dan peraturan.

Adaptasi Bisnis: Kemampuan bisnis untuk beradaptasi dengan penutupan TikTok Shop sangat bervariasi. Beberapa bisnis berhasil beralih ke platform e-commerce lain, sementara yang lain merasa kesulitan untuk mendapatkan kembali tingkat aktivitas sebelum penutupan. Kemampuan beradaptasi dan ketahanan bisnis memainkan peran penting dalam menentukan nasib hukum dan keuangan mereka.

4.2 Implikasi Hukum untuk Peraturan Hukum Bisnis

Kecukupan Peraturan yang Ada

Analisis kami terhadap peraturan hukum bisnis yang ada di Indonesia memberikan gambaran bahwa peraturan yang ada saat ini masih belum mampu mengimbangi lanskap e-commerce yang terus berkembang. Meskipun sudah ada peraturan terkait perpajakan, privasi data, dan perlindungan konsumen, sifat spesifik dari platform perdagangan sosial seperti TikTok Shop tidak tercakup secara komprehensif. Perbedaan ini menggarisbawahi keterbatasan kerangka hukum yang ada.

Seruan untuk Reformasi Regulasi

Implikasi hukum yang timbul dari penutupan TikTok *Shop* tidak luput dari perhatian para pemangku kepentingan. Para pelaku bisnis dan ahli hukum telah mulai mengadvokasi reformasi regulasi untuk mengakomodasi dinamika platform e-commerce modern dengan lebih baik. Seruan untuk reformasi meliputi:

Kejelasan dalam Perpajakan: Para pemangku kepentingan mendesak adanya kebijakan perpajakan yang jelas dan konsisten yang dapat mengatasi tantangan yang dihadapi oleh bisnis, terutama penjual kecil dan perorangan. Kejelasan dalam perpajakan dapat mengurangi risiko keuangan dan hukum yang terkait dengan ketidakpatuhan.

Peraturan Privasi Data yang Disempurnakan: Penelitian ini mengungkap adanya permintaan untuk peraturan privasi data yang lebih ketat yang melindungi data pengguna dan meminta pertanggungjawaban platform atas pelanggaran data. Hal ini dapat mengatasi kekhawatiran tentang privasi data, yang berpotensi mengurangi sengketa hukum dan hukuman.

Langkah-langkah Perlindungan Konsumen: Ada konsensus yang berkembang di antara para pelaku bisnis, konsumen, dan pakar hukum bahwa langkah-langkah yang lebih kuat diperlukan untuk memastikan keamanan dan kepuasan konsumen saat melakukan transaksi online. Langkah-langkah perlindungan konsumen yang kuat dapat mengurangi sengketa hukum dan meningkatkan kepercayaan terhadap e-commerce.

4.3 Pembahasan

Temuan dari penelitian ini memiliki implikasi yang mendalam terhadap pemahaman tentang e-commerce dan regulasi hukum bisnis di Indonesia. Penutupan TikTok *Shop* bukan hanya sebuah peristiwa bisnis; ini adalah peristiwa hukum yang membawa ke permukaan interaksi yang kompleks antara teknologi, bisnis, dan kerangka regulasi.

Konsekuensi keuangan yang dialami oleh bisnis memperkuat pentingnya memahami dan mematuhi persyaratan perpajakan di sektor e-commerce. Hal ini juga menggarisbawahi pentingnya kepatuhan hukum dalam lanskap digital yang berkembang pesat di mana lingkungan peraturan mungkin tertinggal di belakang laju perubahan.

Sengketa hukum menunjukkan perlunya mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan penegakan hukum perlindungan konsumen yang lebih kuat. Kapasitas bisnis untuk menavigasi dan beradaptasi dalam menghadapi tantangan hukum seperti itu memiliki implikasi yang signifikan terhadap pemulihan dan keberlanjutan mereka.

Dari sudut pandang regulasi, temuan-temuan tersebut mengungkapkan perlunya reformasi dalam kerangka hukum yang ada. Penutupan TikTok *Shop* telah menyoroti kemampuan beradaptasi dari peraturan yang ada saat ini terhadap model bisnis yang sedang berkembang. Seruan untuk reformasi regulasi menekankan pentingnya mempertahankan kerangka hukum yang adaptif dan kuat dalam mengatasi tantangan unik yang ditimbulkan oleh platform perdagangan sosial.

5. KESIMPULAN

Penutupan TikTok Shop di Indonesia bukan hanya sebuah peristiwa komersial; ini merupakan peristiwa hukum yang mengungkap interaksi yang rumit antara teknologi inovatif, perdagangan, dan kerangka kerja regulasi. Implikasi hukum dari penutupan ini, seperti yang dieksplorasi dalam penelitian ini, menunjukkan lanskap yang beraneka ragam.

Isu-isu hukum yang menyebabkan penutupan tersebut, yang mencakup privasi data, tantangan perpajakan, dan perlindungan konsumen, menggarisbawahi kebutuhan mendesak akan kejelasan dan kepatuhan hukum di sektor e-commerce yang dinamis. Konsekuensi keuangan yang dialami oleh bisnis setelah penutupan menyoroti pentingnya memahami dan mematuhi persyaratan perpajakan di lingkungan di mana adaptasi peraturan tertinggal di belakang inovasi teknologi.

Perselisihan hukum yang berasal dari isu-isu seperti perpajakan dan perlindungan konsumen menggarisbawahi perlunya mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan penegakan hukum perlindungan konsumen yang lebih kuat. Selain itu, kemampuan beradaptasi bisnis dalam menghadapi tantangan hukum ini memainkan peran penting dalam pemulihan dan keberlanjutan bisnis.

Dari sudut pandang regulasi, temuan kami menekankan pentingnya reformasi dalam kerangka hukum yang ada. Implikasi hukum dari penutupan TikTok Shop menarik perhatian pada perlunya kerangka kerja regulasi yang mudah beradaptasi, responsif, dan dilengkapi untuk mengatasi tantangan unik yang ditimbulkan oleh model bisnis baru di era digital.

Penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai implikasi hukum dari penutupan TikTok Shop, namun juga berkontribusi terhadap wacana yang sedang berlangsung mengenai bagaimana regulasi hukum bisnis di Indonesia dapat berevolusi untuk menjawab tantangan lanskap e-commerce yang berubah dengan cepat. Kasus ini merupakan studi kasus yang signifikan, yang memberikan wawasan mengenai masa depan regulasi hukum bisnis di era digital, yang pada akhirnya akan berdampak pada pelaku usaha, konsumen, dan pembuat kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andon, N. S., & Annuar, S. N. S. (2023). The Adaptation of Social Media Marketing Activities in S-Commerce: TikTok Shop. *Information Management and Business Review*, 15(1 (I) SI), 176–183.
- Ardhiyansyah, A., Iskandar, Y., & Riniati, W. O. (2023). Perilaku Pro-Lingkungan dan Motivasi Sosial dalam Mengurangi Penggunaan Plastik Sekali Pakai. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(07), 580–586.
- Azzery, Y. (2022). Analysis of E-commerce Growth in the Industrial Age 4.0 in Indonesia. *International Journal of Engineering Continuity*, 1(1), 1–8.
- Dhaneswara, H. A., & Melanie, R. R. A. (2021). PERBANDINGAN PENGENAAN PAJAK E-COMMERCE B2C ANTARA INDONESIA DENGAN SINGAPURA. *Gloria Justitia*, 1(2), 153–175.
- Effendi, N. I., Akbar, R. M., & Murni, Y. (2020). Shopping Orientation and Online Trust To Enhance Online Purchase Intentions With Gender Differences As Moderator. *Journal of Economics*,

- Business, and Government Challenges*, 3(2), 117–126.
- Frantika, S. Y., Eltivia, N., & Riwijanti, N. I. (2022). The Effect of the Pandemic on E-Commerce Competition in Indonesia. *Int J Innov Sci Res Technol*, 7, 267–273.
- Harahap, T. R., Sitio, R., & Mazidah, H. (2022). The Influence of Ease of Use, Social Media, Price, and Consumer Trust on Purchase Intentions Using the TikTok Shop by Labuhanbatu Students. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 2(6), 886–894.
- Iskandar, Y., Ningrum, H. F., & Akbar, B. M. B. (2020). PERAN FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN RITEL. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 36–45.
- Jaman, U. B., & Pertiwi, E. (2023). Kedaulatan Pajak Negara Indonesia Terhadap Perusahaan Multinasional Digital. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 32–42.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538.
- Junaedi, A., Bramasta, R. A., Jaman, U. B., & Ardhiyansyah, A. (2023). *The Effect of Digital Marketing and E-Commerce on Increasing Sales Volume* (Vol. 1). Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-226-2_12
- Lismula, R. J. A. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 107–118.
- Luthfan, A., & Pasha, J. A. (2019). The Dynamics of Government Policies Over E-Commerce In Indonesia. *1st Annual Internatioal Conference on Social Sciences and Humanities (AICOSH 2019)*, 263–269.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). Application Of Business Ethics And Business Law On Economic Democracy That Impacts Business Sustainability. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 1(3), 115–125.
- Mogi, M. C. (2021). 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(2), 604–615.
- Nasution, R. A., Prayoga, Y., & Halim, A. (2022). 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(6), 895–902.
- Nugraha, T. I. (2019). *Penerapan perpajakan e-commerce terhadap penerimaan pajak penghasilan di wilayah Surabaya Barat*. Widya Mandala Catholic University Surabaya.
- Nugrahanti, T. P. (2016). Risk assessment and earning management in banking of Indonesia: corporate governance mechanisms. *Global Journal of Business and Social Science Review*, 4(1), 1–9.
- Nugrahanti, T. P., & Pratiwi, A. S. (2023). The Remote Audit and Information Technology: The impact of Covid-19 Pandemics. *JABE (JOURNAL OF ACCOUNTING AND BUSINESS EDUCATION)*, 8(1), 15–39.
- Oktaviani, A. A., Komsiah, S., & Syaifuddin, S. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(3), 100–107.
- Pratiwi, K. D. (n.d.). E-COMMERCE AND ECONOMIC GROWTH IN INDONESIA: ANALYSIS OF

- PANEL DATA REGRESSION. *GEMA PUBLICA: Jurnal Manajemen Dan Kebijakan Publik*, 7(1), 171–186.
- Purwandani, I., Syamsiah, N. O., & Nurwahyuni, S. (2023). Perceived Usability Evaluation of TikTok Shop Platform Using the System Usability Scale. *Sinkron: Jurnal Dan Penelitian Teknik Informatika*, 8(3), 1389–1399.
- Putriani, A., Saptono, H., & Njatrijani, R. (2023). Analisis Hambatan dan Solusi Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli Tas Branded Via Tiktok Shop. *Law, Development and Justice Review*, 6(1), 1–15.
- Rahmawati, A. N., Putri, F., & Nabila, T. (2023). Optimalisasi Perlindungan Hukum Terhadap E-Commerce Websites Dikaji dari Perspektif Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 4(2), 71–81.
- Ramadhan, M. R., & Basuki, A. F. (2021). ANALISIS KOMPARASI KEBIJAKAN PERPAJAKAN TRANSAKSI E-COMMERCE YANG BERLAKU DI INDONESIA DENGAN NEGARA LAIN (UNI EROPA, AUSTRALIA, KOREA SELATAN, INDIA, TIONGGOK, AMERIKA SERIKAT, DAN JEPANG). *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(3), 116–128.
- RAMYA, R., & BAI, D. R. B. K. (2022). A STUDY ON CONSUMER PREFERENCE FOR HAMAM SOAP IN MANNARGUDI TOWN.
- Rikmadani, Y. A. (2021). Tantangan Hukum E-Commerce Dalam Regulasi Mata Uang Digital (Digital Currency) Di Indonesia. *SUPREMASI: Jurnal Hukum*, 3(2), 177–192.
- Roy, H., Roy, B. N., Hasanuzzaman, M., Islam, M. S., Abdel-Khalik, A. S., Hamad, M. S., & Ahmed, S. (2022). Global Advancements and Current Challenges of Electric Vehicle Batteries and Their Prospects: A Comprehensive Review. *Sustainability*, 14(24), 16684.
- Saputra, H. A. (2022). EKSISTENSI E-COMMERCE DALAM PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA. *Journal of Mandalika Literature*, 3(1), 133–143.
- Septyaningsih, S., Multazam, M. T., & Sobirov, B. (2023). Legal Protection of Consumer Rights in Transactions at TikTok Shop: Unraveling New Legal Insights. *Kosmik Hukum*, 23(3), 248–258.
- Soesanto, E., Lande, A., Sanjaya, H. T., & Hermawan, M. R. (2023). Analisis Sistem Manajemen Keamanan Di Perusahaan Tokopedia Dalam Meningkatkan Proteksi Data Dan Privasi Pengguna. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 1(1), 21–29.
- Suparwata, D. O. (2018). Respon pertumbuhan dan produksi kacang hijau (*Vigna radiata* L.) terhadap perlakuan perbedaan naungan. *Akademika*, 7(1), 10–21.
- Wicaksana, B., & Asshagab, S. M. (2022). Analisis Peraturan E-Commerce di Indonesia terhadap Ketentuan Trans Pacific Partnership. *Jurnal Hukum*, 38(2), 138–154.
- Wijaya, K. S. (2023). The Influence of Brand Image and Trust on Purchase Decisions in TikTok Shop. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 3(1), 1–13.
- Wiraguna, S. A., Santiago, F., & Redi, A. (2023). Harmonization of Law on Transactions E-Commerce in order to support Indonesia's Economic Development. *Journal of Social Research*, 2(6), 1929–1936.
- Wiryawan, D., Suhartono, J., Luhukay, D., Karmawan, I. G. M., & Gui, A. (2023). Analysis of Factors that Influence Users to Make Transactions through the TikTok Shop on the TikTok Application. *2023 10th International Conference on Information Technology, Computer, and Electrical Engineering (ICITACEE)*, 132–136.
- Yuswar, C. P., Saviera, L., & Sirait, N. N. (2023). Pertanggungjawaban Hukum Platform E-Commerce

terhadap Penjualan Buku Bajakan (Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Mercatoria*, 16(1), 1–12.

Zulianti, I., Fatmawati, M., Ningtyas, A. W., Sari, N., & Wulandari, I. (2022). ANALISIS PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA SEBAGAI BAHASA PEMASARAN DALAM BISNIS TIKTOK SHOP. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 6(2), 303–318.