

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

TikTok Shop sedang marak-maraknya digandrungi oleh masyarakat terutama bagi mereka yang suka berbelanja melalui *e-commerce*. Hal ini dikarenakan TikTok shop dikategorikan sebagai aplikasi berbasis *social-commerce* atau dalam kata lain aplikasi yang berbasis *social media* namun juga terdapat fitur *marketplace* didalamnya.¹ Pengguna bisa menikmati berbagai konten video sembari berbelanja jika menemukan barang atau suatu produk yang menurut pengguna menarik untuk dibeli. Keunggulan fitur inilah yang membuat TikTok Shop menjadi daya tarik bagi Masyarakat dibandingkan *marketplace* lainnya. Namun aplikasi berbasis *social-commerce* ini menyalahi aturan dari peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023. Dalam pasal 21 ayat (3) dijelaskan bahwa aplikasi berbasis *social-commerce* dilarang memfasilitasi transaksi didalamnya. Alhasil Tiktok Shop resmi ditutup oleh pemerintah Indonesia pada tanggal 4 oktober 2023 lalu. Penutupan Tiktok Shop ini menjadi perdebatan dari berbagai kalangan. Mulai dari pembeli, seller TikTok shop, hingga pedagang tradisional. Karena selain peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023 faktor ditutupnya TikTok Shop. Adanya kabar bahwa sepinya pasar tradisional juga menjadi salah satu faktor TikTok Shop ditutup oleh pemerintah. Para pedagang tradisional merasa dirugikan karena pada TikTok Shop harga

¹ Eri Yanti Nasution and Tika Indria, "Tren Belanja Online Pada Social Commerce," *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)* 3, no. 3 (2022): 656.

bebas ditentukan oleh para seller. Sehingga mereka merasa kalah bersaing dari segi harga karena mereka juga berhadapan dengan harga ruko yang mahal.² Dilain sisi para *seller* TikTok Shop bahkan affliator TikTok juga dirugikan saat TikTok Shop ditutup. jumlah download aplikasi TikTok Shop Seller *Centre* untuk para penjual tembus 5,5 juta download.³ Artinya ada sekitar 5,5 juta seller TikTok shop dan juga ditambah pengguna TikTok *affliate* yang kehilangan omset atau mata pencarian mereka. ditutupnya TikTok Shop juga mempengaruhi hubungan hukum yang timbul antara *affliator* TikTok dengan Tiktok *seller*.

Studi tentang TikTok *affliate* memang banyak dilakukan. Namun topik pembahasannya mayoritas seputar pemanfaatan konten promosi dan mekanisme perolehan komisi pada TikTok *affliate*. Belum ada literatur yang membahas dari segi hubungan hukumnya. Penulis hanya menemukan 1 literatur yang membahas tentang hubungan hukum namun objek yang digunakan ialah aplikasi bukalapak dengan penjual atau *merchantnya*. Yaitu jurnal yang berjudul “Hubungan Hukum Antara Bukalapak Sebagai Marketplace Dengan Penjual Sebagai Merchant (Studi Di Bukalapak.Com)” karya dari Jasmine Adhwaisy Meifriday Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sehingga studi tentang hubungan hukum antara *affliator* TikTok dengan TikTok *seller* pasca berlakunya peraturan menteri perdagangan no 31 tahun 2023 perspektif hukum perikatan sangat menarik untuk diteliti.

²Nadia Ulva Febrianti, Shalsa Aina Widi Zahrafani, and Wafiatul Afifah, “Pengaruh Tiktok Shop Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Tanjung Dan Ambulu Kabupaten Jember,” *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 1, no. 4 (2023): 218.

³CNBC Indonesia, “TikTok Rajai Ecommerce RI Sampai Disorot Media Asing,” 26 April 2023, last modified 2023, accessed April 29, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230426172829-37-432518/tiktok-rajai-ecommerce-ri-sampai-disorot-media-asing>.

Penelitian ini ingin melengkapi penelitian sebelumnya. Minimnya kesamaan topik yang diteliti dan perbedaan objek membuat penelitian ini perlu ditinjau dari pendekatan yuridis-sosiologis. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan hukum antara affiliator TikTok dengan TikTok seller pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023 dan juga mengetahui hubungan hukum antara affiliator TikTok dengan TikTok seller ditinjau dari perspektif hukum perikatan yang menjadi fokus utama dalam penelitian.

Berdasarkan pengamatan sementara, hubungan hukum antara affiliator TikTok dengan TikTok seller tidak memiliki hubungan hukum. Karena affiliator tidak perlu meminta izin kepada seller apabila ingin mengafiliasi produknya. Namun secara hukum islam mekanisme TikTok *affiliate* termasuk pada akad *ju'alah*. Sedangkan *affiliator* yang mendapat kontrak untuk mempromosikan produk dari seller memiliki hubungan hukum namun tidak berkekuatan hukum tetap. Karena kontrak yang dilakukan hanya melalui pesan teks sosial media, tidak menggunakan legal kontrak secara resmi. Namun hal ini perlu di dalam, oleh karena itu penulis ingin mengkaji hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* secara komprehensif dengan pendekatan yuridis-sosiologis.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka fokus penelitian yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana Hubungan Hukum Antara *Affiliator* TikTok Dengan TikTok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023?
2. Bagaimana Hubungan Hukum Antara *Affiliator* TikTok dengan TikTok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Relasi *Affiliator* TikTok Dengan TikTok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Relasi *Affiliator* Tiktok Dengan Tiktok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Perspetif Hukum Perikatan

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat menambah suatu pengetahuan yang sangat berguna untuk memperdalam wawasan khususnya pada relasi atau suatu hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* setelah berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 Tahun 2023. Adapun kegunaan yang yang harus diperoleh yakni sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu memperluas wawasan serta pengetahuan tentang relasi atau suatu hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* setelah berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 untuk dijadikan sebagai suatu referensi, dan kegiatan acuan pada penelitian-penelitian berikutnya.

2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, khususnya mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah. Hasil penelitian ini sebagai gambaran untuk penelitian berikutnya dan dapat dijadikan tambahan wawasan pemahaman mengenai suatu relasi atau hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* maupun hubungan hukum antar subjek hukum lainnya.
- b. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah patokan bagi peneliti serta dapat memberikan tambahan pengetahuan terhadap peneliti.
- c. Bagi *affiliator* dan TikTok *seller*, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mereka tentang suatu hubungan hukum dan cara kerja bagaimana suatu hubungan hukum tersebut bisa berlaku.
- d. Bagi masyarakat, agar masyarakat dapat mengetahui bagaimana sebab dan akibat hubungan hukum itu bisa terjadi.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pemahaman judul penelitian ini, maka diperlukan pendefinisian judul yang bersifat operasional agar mudah dipahami dan jelas arah serta tujuannya. Definisi operasional sendiri merupakan penjelasan dari setiap data yang ada pada judul penelitian yang membutuhkan penjelasan lebih lanjut, antara lain sebagai berikut:

1. Relasi atau hubungan hukum adalah hubungan antara dua subjek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban di satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain yang menimbulkan peristiwa hukum. Dalam kata lain hubungan hukum ialah perikatan antara 2 orang atau lebih yang dimana para pihak memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Apabila hak atau kewajiban tersebut tidak terpenuhi maka sanksi hukum dapat diterapkan.
2. *Affiliator* TikTok adalah orang atau kreator yang mempromosikan barang milik orang lain untuk memperluas pemasaran suatu produk. Kemudian akan mendapatkan komisi apabila produk yang dipromosikan dapat membuat orang lain membeli dari *link* yang terdapat pada video promosinya.
3. TikTok *Seller* adalah orang yang berjualan secara *online* di aplikasi TikTok.
4. Hukum Perikatan adalah Hukum perikatan mengacu pada serangkaian aturan dan prinsip hukum yang mengatur hubungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian atau kontrak. Istilah “perikatan”

mengacu pada kewajiban atau tanggung jawab hukum yang ditimbulkan oleh perjanjian tersebut.