

## BAB IV

### PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

#### A. Paparan Data

##### 1. Gambaran Umum TikTok *Affiliate*

TikTok merupakan aplikasi sosial media yang menyediakan fitur musik video yang berasal dari negara China yang *publish* untuk hal layak umum pada tahun 2016. Aplikasi TikTok dikategorikan sebagai *platform* hiburan yang dipergunakan para penggunanya untuk membuat video dengan beragam macam musik berdurasi pendek.<sup>42</sup> Pengguna aplikasi TikTok ini berasal dari berbagai macam kalangan usia. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa pun banyak yang menggunakan aplikasi TikTok ini. Hal ini karena aplikasi TikTok menyediakan konten video pendek yang menyediakan jenis konten dari berbagai genre. Mulai dari video lucu, otomotif, kartun, berita informatif dan masih banyak lagi. TikTok juga menyediakan berbagai macam kamera efek sehingga banyak digandrungi para remaja sekarang. Hal ini dibuktikan dengan melonjaknya penggunaan aplikasi TikTok. Tercatat aplikasi TikTok telah memiliki 1,67 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) di seluruh dunia hingga kuartal I-2023, menurut data *Business of Apps*.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup>Putri Naning Rahmana, Dhea Amalia Putri N, and Rian Damariswara, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z," *Akademika* 11, no. 02 (2022): 403.

<sup>43</sup>Cindy Mutia Annur, "Jumlah Pengguna TikTok Global Bertambah Lagi Pada Kuartal I-2023," <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/07/06/Jumlah-Pengguna-Tiktok-Global-Bertambah-Lagi-Pada-Kuartal-i-2023>.

Karena aplikasi TikTok berkembang pesat pengguna aktifnya. Pada April 2021 TikTok mengembangkan fiturnya dengan meluncurkan fitur TikTok *shop*. Namun tidak hanya menjadi platform jual beli *online* saja TikTok *shop* juga menyediakan program TikTok *affiliate*. TikTok *Affiliate* adalah program atau fitur yang dibuat oleh TikTok sebagai strategi yang dapat menghubungkan kreator dan penjual (*seller*). Program *affiliate* memungkinkan seseorang untuk berjualan tanpa harus menyediakan stok barang.<sup>44</sup>

Dalam TikTok *affiliate* ini setidaknya ada 4 pihak yang terkoneksi, yaitu :

- a. *Merchant*, ialah pihak penyedia produk yang akan dijual yaitu aplikasi TikTok itu sendiri.
- b. *Affiliate network*, ialah pihak yang menjadi penghubung atau yang menjembatani antara orang yang melakukan *affiliate marketing* dan penyedia produk . Atau dalam kasus ini ialah *seller* pada TikTok *shop*.
- c. *Affiliate marketer*, ialah kreator atau pengguna aplikasi TikTok yang melakukan *affiliate marketing* pada produk *merchant* melalui video TikTok yang ia buat.

---

<sup>44</sup>Narto Sutin and Rahmada Irawan Rizky, "Tiktok Menjadi Trend 2022 Di Platform Sosial Media," *Journal of Social and Political Science* 3, no. 1 (2023): 108Sutin, Narto, and Rahmada Irawan Rizky. "Tiktok.

- d. *Customer*. Atau pengguna yang membeli suatu produk melalui *link* yang ditautkan melalui video yang dipromosikan oleh kreator.<sup>45</sup>

*Affiliate* ini bisa dibilang menguntungkan semua pihak baik kreator maupun *seller*. *Seller* dapat meningkatkan penjualan karena produknya dipromosikan oleh kreator. Sementara kreator akan mendapat komisi dari dari penjualan produk yang *affiliator* promosikan di Video TikTiknya.

## 2. Persyaratan Daftar Tiktok *Affiliate*

Ada beberapa persyaratan yang perlu dipenuhi yang perlu dipersiapkan sebelum mendaftar Tiktok *affiliate*. Berikut persyaratannya.

- a. Memiliki akun Tiktok yang aktif. Karena Tiktok *affiliate* ini merupakan fitur dari aplikasi Tiktok maka pengguna harus memiliki aplikasi Tiktok yang aktif.
- b. Memiliki akun Tiktok *shop*. Untuk mendaftar Tiktok *affiliate* tanpa minimum *followers* maka pengguna harus mendaftar akun Tiktok *shop* terlebih dahulu. Cara daftar akun Tiktok *shop* adalah:
  - 1) Buka menu *Profile* pada aplikasi Tiktok.
  - 2) Pilih ikon tiga titik untuk membuka opsi menu.
  - 3) Klik pada *Creator Tools*.
  - 4) Aktifkan Tiktok *Shop* di bagian *Monetization*.
  - 5) Lalu klik bagian setuju syarat dan ketentuan yang muncul pada layar.

---

<sup>45</sup>Novita et al., "Tiktok Affiliate, a New Marketing Channel for Brands." *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol.3 (2023), 7468

- 6) Langkah terakhir tinggal menunggu proses verifikasi dari pihak TikTok.
- c. Memiliki rekening Bank. Rekening bank diperlukan sebagai sarana untuk mencairkan komisi yang didapat saat berhasil mengaffiliatekan suatu produk.<sup>46</sup>

### 3. Cara Mendaftar Tiktok *Affiliate*

Setelah memiliki akun TikTok *shop*. Tahap selanjutnya yaitu Pengguna mendaftar TikTok *affiliate* dengan langka-langkah sebagai berikut.

- a. Buka aplikasi Tiktok lalu pilih halaman TikTok *Shop Center*.
- b. Klik daftar.
- c. Baca dan pahami persyaratan dan ketentuan tentang program afiliasi.
- d. Klik tanda *Authorized* sebagai tanda setuju dengan syarat dan ketentuan yang dibuat oleh pihak TikTok.
- e. Isi kolom yang berisi data yang diminta.
- f. Klik atau tekan tanda ceklis tentang pernyataan di halaman informasi dasar.
- g. Lakukan verifikasi menggunakan tanda pengenal seperti KTP kemudian tekan simpan.
- h. Buka email untuk mendapatkan bukti registrasi. lalu masuk ke aplikasi TikTok dan pilih pengaturan dan privasi

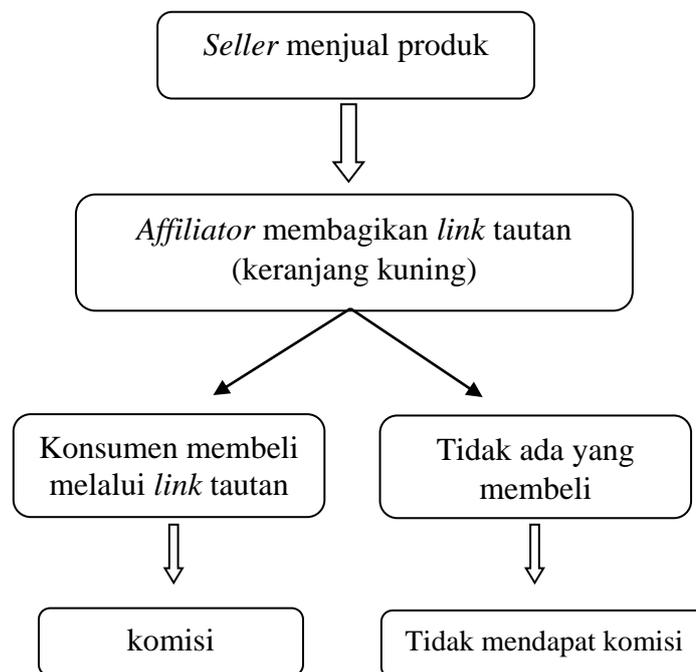
---

<sup>46</sup>Laila Ira, "Cara Daftar TikTok Affiliate Untuk Kreator Dan Seller," last modified 2023, accessed March 19, 2024, <https://bisnis.tempo.co/read/1769444/cara-daftar-tiktok-affiliate-untuk-creator-dan-seller>.

- i. Pengguna langsung bisa melakukan afiliasi produk dan jika berhasil maka komisi bisa langsung akan didapatkan.<sup>47</sup>

#### 4. Mekanisme Tiktok *Affiliate*

Mekanisme TikTok *affiliate* sebagai berikut



Gambar 1.1 Skema mekanisme TikTok *affiliate*

Mekanisme dalam *affiliate* ini cukup mudah. Kreator hanya perlu membuat sebuah video promosi tentang suatu barang. Lalu pada video tersebut disertakan *link* tautan pembelian barang tersebut. Pada saat video tersebut terunggah pada aplikasi TikTok pada bagian kiri bawah terdapat logo keranjang kuning. Lalu apabila pengguna lain membeli produk dari *link* tautan yang kreator sertakan dalam video promosi (melalui keranjang

<sup>47</sup>Ira, "Cara Daftar TikTok Affiliate Untuk Kreator Dan Seller."

kuning yang disertakan), maka kreator akan mendapatkan komisi dari penjualan produk tersebut.

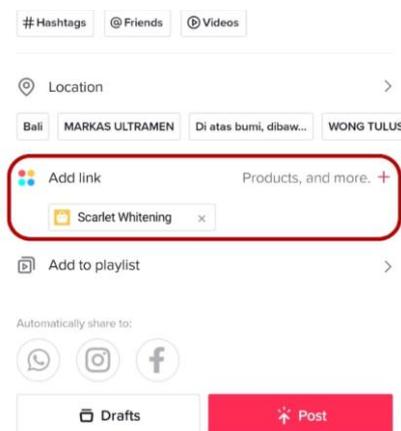
Atau untuk mekanisme secara lengkapnya sebagai berikut :

- a. Affiliator perlu membuat sebuah video promosi suatu produk. Semakin menarik videonya maka akan semakin menarik pembeli.



*Gambar 1.2 contoh video promosi produk*

- b. Unggah video ke aplikasi TikTok dan jangan lupa cantumkan link video produk.



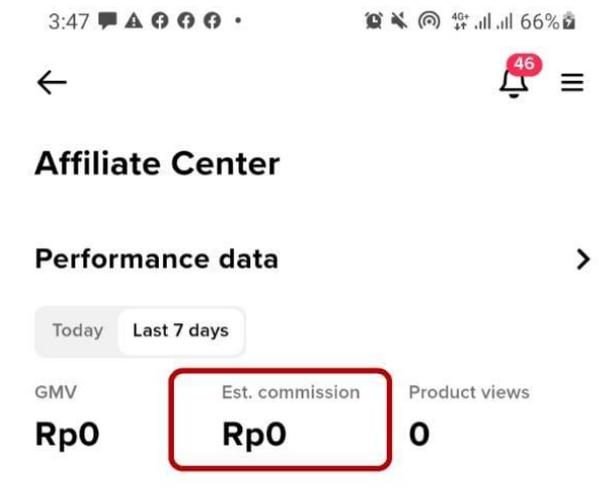
*Gambar 1.3 menyertakan link produk pada saat mengunggah video*

- c. Logo keranjang kuning akan muncul pada saat video sudah terunggah.



Gambar 1.4 logo keranjang kuning (link produk)

- d. Apabila ada pengguna lain membeli melalui keranjang kuning pada video promosi afiliator. Maka komisi akan langsung masuk pada akun afiliator, tepatnya pada *affiliate center*



Gambar 1.5 pemberitahuan jumlah komisi

Semua tahapan tiktok affiliate diatas bebas semua orang untuk melakukannya. Selagi sudah memenuhi syarat dan ketentuan maka semua orang berhak menjadi afiliator TikTok. Afiliator bisa mendapatkan

komisi tanpa harus stok barang, dan juga tidak harus meminta izin kepada seller apabila ingin mengafiliasi suatu produk.

Seperti yang disampaikan Nur Aini selaku *seller* TikTok melalui wawancara langsung, mengatakan bahwa:

“Untuk penentuan komisi itu *seller* yang menentukan. Ada yang program toko dan program terbuka. Bedanya kalau program toko bisa mengatur setiap produk besaran komisinya berapa sementara program terbuka itu mengatur besara komisi semua produk sama rata. Saya biasanya menggunakan program toko. Semakin tinggi harga barang biasanya saya mengatur komisinya lebih besar.”<sup>48</sup>

Pernyataan tentang mekanisme TikTok *affiliate* juga disampaikan oleh Anisaul Maghfiroh salah satu pengguna TikTok *affiliate*.

“Kalau mekanismenya itu kita sebagai kreator tinggal milih barang yang kita mau *affiliate*kan. Kalau saya milih seputar produk *fashion* atau yang sekiranya menurut saya itu banyak peminatnya dan mudah untuk terjual, jadi tidak perlu izin ke sellernya jika mau meng*affiliate* produknya.”<sup>49</sup>

Mila Darmawati juga menjelaskan perihal mekanisme TikTok *affiliate*, mengatakan bahwa:

“Kalau untuk mekanisme TikTok *affiliate* itu biasanya saya pilih dulu produk yang saya suka. Untuk produknya ada yang dapat gratis dan ada yang saya beli sendiri. Lalu saya membuat video perihal produk tersebut dan mengunggahnya ke aplikasi TikTok. Tetapi sebelum diunggah pastikan *link* tautan dari produknya sudah tercantum.”<sup>50</sup>

Mekanisme TikTok *affiliate* juga disampaikan oleh Siti Asyiah selaku pengguna TikTok *affiliate*, mengatakan bahwa:

“Untuk TikTok *affiliate* itu tidak perlu izin ke sellernya jika ingin meng*affiliate*kan produknya. Kita sebagai kreator tinggal memilih produk

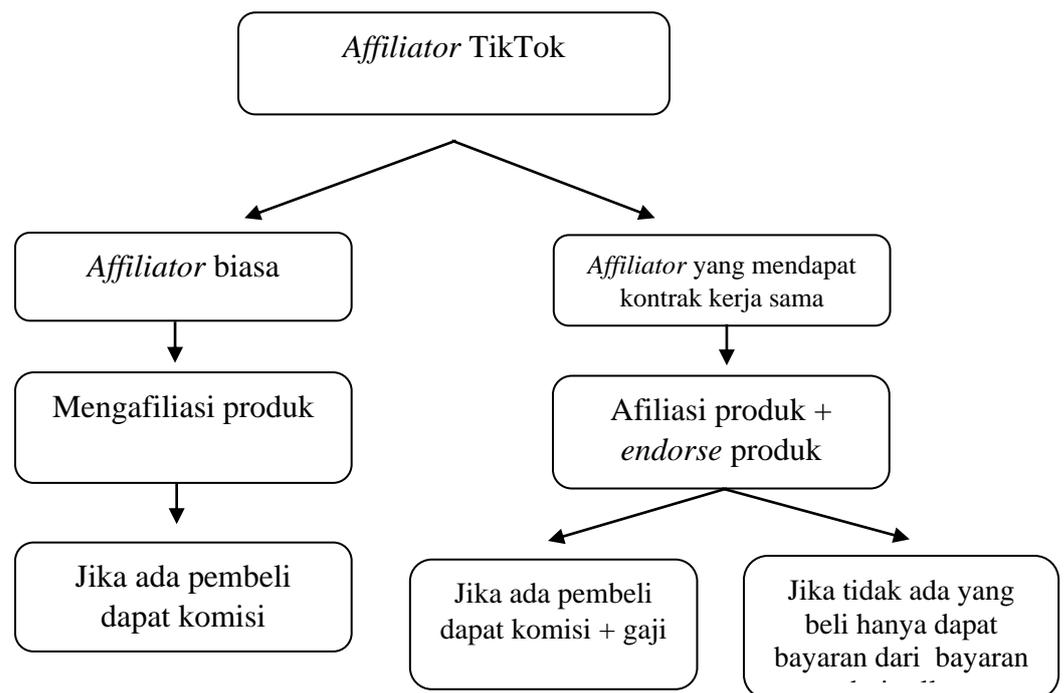
---

<sup>48</sup>Nur Aini, Selaku Tiktok *Seller*, Wawancara Langsung (Panglegur, 21 Maret 2024)

<sup>49</sup>Anisaul Maghfiroh, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

<sup>50</sup>Mila Darmawati, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

mana yang akan kita buat video lalu kita promosikan. Biasanya saya memilih produk yang sedang marak dipakai orang dan produknya yang mudah untuk dijual. Selain itu saya juga dikontrak oleh *seller* (*endorse*) untuk mempromosikan produknya. Jadi saya diminta untuk membuat beberapa video promosi dalam 1 bulan dengan mencantumkan *link* tautan dari produk *brand* tersebut. Jadi jika video produk itu ada yang beli saya dapat 2 macam pemasukan. Dari afiliasi dan juga berupa gaji dari *seller/brand* tersebut.”<sup>51</sup>



Gambar 1.6 Perbedaan *affiliator* TikTok biasa dengan *affiliator* yang juga mendapat *endorse* dari *seller*.

Dari beberapa pernyataan yang disampaikan dapat dianalisis bahwa dalam mekanisme TikTok *affiliate* ini para kreator tidak perlu meminta izin jika ini mengafiliasikan produk seller TikTok. Akan tetapi ada juga yang justru *sellernya* sendiri yang menghubungi para kreator meminta untuk produknya dipromosikan dan melakukan sistem kerja sama. Dengan

<sup>51</sup>Siti Asyiah, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 18 Maret 2024)

beberapa permintaan dari *seller* lalu kreator mempromosikan produk sesuai arahan dari *seller*. Maka kreator berhak mendapat komisi dan juga gaji. Komisi didapat karena ada produk yang terjual dari video promosi kreator dan juga gaji didapat karena adanya kontrak kerja sama yang langsung diminta oleh *seller* TikTok.

### 5. Komisi Yang Didapat TikTok *Affiliate*

Dari hasil wawancara kepada Lya Farista Dewi selaku pengguna TikTok *affiliate*, menyatakan bahwa:

“Komisinya itu bakal didapat jika kreator berhasil membuat pengguna lain membeli produk dari hasil video promosi kita yang sudah disertakan *link* pembelian produk. Jadi semakin banyak pengguna lain yang membeli semakin banyak juga komisi kita. Persentase komisi per produk juga berbeda. Besaran komisi juga tertera pada produk jadi nanti bisa dikira-kiralah keuntungan yang bisa didapat.”<sup>52</sup>

Pernyataan tentang perolehan komisi TikTok *affiliate* juga disampaikan oleh Mila Darmawati selaku pengguna TikTok *affiliate* menyatakan bahwa :

“Untuk besaran komisi sudah tertera pada produk. Komisi tersebut bisa didapat kreator apabila ada yang membeli produk tersebut melalui video yang kreator unggah. Jadi kita mempromosikan produk melalui video TikTok lalu menyertakan *link* tautan produk tersebut apabila ada yang beli kita sebagai kreator dapat komisi. Kalau tidak ada yang beli tidak dapat apa-apa.”<sup>53</sup>

Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan afiliasi dalam TikTok *affiliate*, komisi tidak semerta-merta didapat kreator apabila telah mempromosikan produk dari *seller*. Namun

---

<sup>52</sup> Lya Farista Dewi, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

<sup>53</sup> Mila Darmawati, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

juga harus berhasil membuat pengguna lain membeli produk melalui *link* tautan yang sudah ditambahkan pada video promosi kreator.

## 6. Ekosistem Tiktok *Affiliate* Saat TikTok *Shop* Ditutup

Pada tanggal 4 september 2023 Tiktok *shop* resmi ditutup oleh kementerian perdagangan dalam Negeri Republik Indonesia. Tentu hal ini banyak merugikan banyak pihak terutama *seller* Tiktok, *affiliator* Tiktok serta pihak Tiktok itu sendiri.

Dari hasil wawancara kepada salah satu *affiliator* Tiktok mengenai bagaimana ekosistem Tiktok *affiliate* pada saat Tiktok *shop* ditutup, Anisaul Maghfiroh mengatakan bahwa:

“Kalau pada saat Tiktok *shop* ditutup itu saya vakum dalam Tiktok *affiliate* ini. karena kan saya fokus pada mempromosikan produk melalui keranjang kuning, berbeda mungkin dari kreator lain yang mendapat kontrak atau *endorse* dari *brand* sehingga tetap mendapat penghasilan.”<sup>54</sup>

Lalu mekanisme Tiktok *affiliate* pada saat Tiktok *shop* ditutup juga disampaikan oleh Siti Asyiah selaku pengguna Tiktok *affiliate*, menyatakan bahwa:

“Pada saat Tiktok *shop* ditutup, kan fitur keranjang kuningnya sudah tidak ada. Tetapi fitur *livenya* tetap ada. Jadi saya promosinya lewat *live shopping* Tiktok kalau ada yang ingin membeli produknya saya alihkan ke no WhatsApp ataupun ke *marketplace* lain. Namun itu bukan sistem komisi lagi tetapi saya sistem kontrak dengan *brand*.”<sup>55</sup>

Syahla Adinda selaku pengguna Tiktok *affiliate* juga menyampaikan:

“Kalau yang afiliasi ya saya vakum saat Tiktok *shop* ditutup. Hanya kalau kontrak dari *brand* tetap berjalan. Jadi saya mempromosikan produk

---

<sup>54</sup>Anisaul Maghfiroh, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

<sup>55</sup>Siti Asyiah, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 18 Maret 2024)

dari *brand* tanpa menuntut *link* produknya. Jadi hanya sebatas mempromosikan melalui video saja.”<sup>56</sup>



Gambar 1.7 kontrak kerjasama affliator dengan seller TikTok Shop

Dari berbagai pernyataan diatas bisa disimpulkan bahwa ditutupnya TikTok *shop* sangat berpengaruh bagi para pihak yang sebelumnya menjadi pegiat usaha didalamnya. Sebagian kreator yang mungkin sudah memiliki banyak *followers*, mereka masih mendapat kontrak kerja sama dari suatu *brand* untuk mempromosikan produk mereka. Namun sebagian lainnya yang hanya mengandalkan dari mempromosikan produk dari *seller* yang tidak mendapat kontrak kerja sama atau hanya mengandalkan produk dari keranjang kuning.

## B. Temuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dipaparkan diatas. Serta beberapa informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan juga observasi yang dilakukan oleh

<sup>56</sup>Syahla Adinda, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 20 Maret 2024)

peneliti, maka dapat dirumuskan beberapa temuan mengenai topik penelitian hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 perspektif hukum Perikatan. Hasil temuan tersebut sebagai berikut antara lain :

- 1) *Affiliator* TikTok dan TikTok *seller* apabila hanya menjalankan sistem TikTok *affiliate* biasa maka hubungan hukumnya sebatas sesama pengguna mekanisme *affiliate* marketing pada TikTok *shop*. Tidak ada kontrak yang mengikat keduanya patuh pada peraturan yang ditetapkan TikTok.
- 2) Sebagian *affiliator* dan TikTok *seller* memiliki hubungan hukum karena melakukan kontrak kerja sama. *Affiliator* mendapat komisi dari penjualan dan juga gaji dari perjanjian kontrak untuk mempromosikan produk *seller*.
- 3) Pada saat TikTok *shop* ditutup, *affiliator* yang mempunyai kontrak dengan *seller* tetap mendapat bayaran dari mempromosikan produk *seller* namun dengan mekanisme dan sistem kontrak yang telah disepakati bersama yang telah diatur kembali

### **C. Pembahasan**

Peneliti akan menguraikan hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 perspektif hukum Perikatan yang menjadi topik penelitian dalam skripsi ini, sebagai berikut :

## 1. Relasi atau Hubungan Hukum Antara *Affiliator* TikTok dengan TikTok *Seller* Setelah Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023.

Kementerian perdagangan Republik Indonesia menerbitkan peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 pada 26 September 2023. Peraturan ini merupakan revisi atau pembaruan dari peraturan Menteri perdagangan No. 50 tahun 2020. Tentu ada beberapa aturan yang berbeda dari sebelumnya. Akibatnya banyak aturan yang tidak terpenuhi oleh *marketplace* di Indonesia terutama TikTok *shop*. Alhasil hal ini membuat TikTok *shop* ditutup.

### a. Alasan TikTok *Shop* Ditutup

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang berbasis sosial media. Namun TikTok *shop* berbasis *sosial-commerce*. *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.<sup>57</sup> Dalam kata lain *social-commerce* ialah gabungan dari aplikasi yang berbasis sosial media dan *e-commerce* yang berada dalam satu aplikasi. TikTok *shop* sendiri tidak berada pada aplikasi lain namun bergabung atau dalam kata lain TikTok *shop* merupakan fitur yang ada di dalam aplikasi

---

<sup>57</sup>peraturan menteri perdagangan, *Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ( Permendag No 31 Pasal 21 Ayat 3 Tahun 2023)*.

TikTok. Maka dari itu TikTok *shop* dikategorikan sebagai *social-commerce*.

*Social-commerce* ini tidak sesuai dengan regulasi yang sudah ditetapkan oleh Menteri perdagangan melalui peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023. Dalam pasal 21 ayat (3) dijelaskan bahwa, “PPMSE dengan model bisnis *social-commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya”<sup>58</sup>

PPMSE merupakan pihak yang menyediakan *platform* untuk PMSE (Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) melakukan usahanya. Dalam kasus ini penyedia layanannya ialah aplikasi TikTok. Karena fitur TikTok *shop* ini dalam tanda kutip melanggar pasal 21 ayat (3) peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 maka pemerintah resmi menutup layanan TikTok *shop* efektif per tanggal 4 Oktober 2023 pukul 17:00 WIB.

Penutupan TikTok *shop* ini menimbulkan dampak yang sangat besar tak hanya merugikan pihak TikTok sebagai penyedia jasa. Namun para pihak seperti *seller* dan *affiliator* juga dirugikan. Namun penutupan TikTok *shop* tak bertahan lama, karena pada tanggal 12 Desember 2023 TikTok *shop* kembali beroperasi di Indonesia.

Ada sedikit perubahan dengan beroperasinya kembali TikTok *shop* di Indonesia. Yaitu TikTok *shop* bekerja sama dengan Tokopedia. TikTok membeli 75,01% saham Tokopedia. Unikny dari

---

<sup>58</sup>peraturan menteri perdagangan, *Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ( Permendag No 31 Pasal 21 Ayat 3 Tahun 2023)*.

mekanisme pembelian 75,01% saham Tokopedia ini, adalah TikTok memberikan US\$840.000.000 secara *cash* dan US\$1.000.000.000 dalam bentuk *promissory note*. Totalnya adalah US\$1.840.000.000. lalu dari hasil tersebut US\$340.000.000 digunakan oleh Tokopedia untuk membeli hak eksklusif dari TikTok *shop*.  $US\$1.840.000.000 - US\$340.000.000 = US\$1.500.000.000$ . Jadi US\$1.500.000.000 ini setara dengan 75,01% saham Tokopedia.<sup>59</sup> Jadi secara konklusinya ialah TikTok yang sudah beroperasi kembali ini berada dibawah naungan Tokopedia yang dimana Tokopedia juga mayoritas sahamnya dimiliki oleh TikTok. Hal ini masih menjadi persoalan di masyarakat karena TikTok *shop* beroperasi didalam satu aplikasi yang sama yaitu TikTok.

Direktorat Jenderal Menteri perdagangan Isy Karim mengatakan TikTok *shop* diberikan waktu selama 3 sampai 4 bulan untuk mengalihkan semua transaksi dagangnya ke Tokopedia. Ia menambahkan bahwa kelonggaran ini bukan karena perlakuan istimewa. Namun memang diberikan untuk mempermudah pihak Tiktok untuk melakukan perbaikan agar nantinya tidak terjadi hal yang tidak sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Contohnya juga kepada *e-commerce* lain seperti Shopee yang juga pernah diberi kelonggaran agar patuh pada Permendag 31, “Seperti Shopee, di Permendag 31 Tahun 2023 itu kan mereka harus menyetop *cross*

---

<sup>59</sup>Ferry Irwandi, “Kejanggalan Dalam Kembalinya Tiktok Shop.,” 2024, [https://youtu.be/myRMTi1Xaok?si=g1b0\\_uFGS2NZuDmv](https://youtu.be/myRMTi1Xaok?si=g1b0_uFGS2NZuDmv).

bordernya. Nah itu juga untuk penyesuaian kita kasih batas 3-4 bulan, sama seperti TikTok *shop*,” ujarnya.<sup>60</sup>

Lalu dilansir dari laman resmi kementerian perdagangan republik Indonesia per tanggal 4 Maret 2024 Dirjen Menteri perdagangan Isy Karim mengatakan proses integrasi data TikTok ke TikTok *shop* telah mencapai 87 persen.<sup>61</sup> Jadi kesimpulannya TikTok beroperasi kembali berada dibawah naungan Tokopedia namun proses pemindahan data atau sinkronisasi dan segala hal memerlukan waktu, dan itu sudah diberi kelonggaran oleh kementerian perdagangan republik Indonesia agar tetap mematuhi Permendag No. 31 tahun 2023.

b. Mekanisme TikTok *Affiliate* Pada Saat TikTok *Shop* Ditutup

Pada saat TikTok *shop* ditutup, mekanisme TikTok *affiliate* mengalami perubahan. Para *affiliator* yang mendapat komisi dari *affiliate* produk *seller* kehilangan penghasilannya karena tautan *link* produk (keranjang kuning) sudah tidak tersedia. Berbeda dengan *affiliator* yang mendapat kontrak dari *seller* TikTok *shop*. Sebelum TikTok *shop* ditutup, mereka mendapat 2 macam penghasilan. Yaitu berupa komisi apabila membuat pengguna lain membeli produk *seller*

---

<sup>60</sup>Elsa Catriana, “Kemendag ‘Buka-Bukaan’ Alasan Kasih Izin TikTok Shop Kembali Dibuka,” last modified 2023, accessed March 16, 2024, <https://money.kompas.com/read/2023/12/20/140000526/kemendag-buka-bukaan-alasan-kasih-izin-tiktok-shop-kembali-dibuka>.

<sup>61</sup>Pementrian Perdagangan RI, “Soal Migrasi TikTok Shop, Kemendag: Pembayaran Sudah Di Tokopedia,” last modified 2024, accessed March 16, 2024, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/soal-migrasi-tiktok-shop-kemendag-pembayaran-sudah-di-tokopedia>.

dari *link* tautan video promosi mereka dan juga gaji dari *seller* karena telah membuat video promosi untuk produk mereka. Pada saat TikTok *shop* ditutup mereka tetap mendapat gaji dari *seller* untuk mempromosikan produk mereka meskipun sudah tidak bisa mencantumkan *link* tautan produk mereka. Tentunya dengan kesepakatan yang telah diatur kembali oleh kedua belah pihak.

Perubahan ataupun penambahan klausul pada kesepakatan kontrak meskipun perjanjian tersebut belum berakhir, disebut adendum.<sup>62</sup> Perubahan kontrak ini bisa dilakukan apabila kedua belah pihak setuju dengan tambahan atau perubahan isi kontrak. Hal ini juga terdapat dalam Pasal 1320 KUH Perdata menentukan empat syarat sahnya perjanjian, yaitu:

- a) Kesepakatan yang mengikatkan para pihak
- b) Memiliki kecakapan untuk berbuat suatu perikatan;
- c) Suatu pokok persoalan tertentu
- d) Suatu sebab yang tidak terlarang.<sup>63</sup>

Apabila semua persyaratan tersebut terpenuhi dan tidak ada salah satu pihak dirugikan maka perubahan perjanjian dalam kontrak *affiliator* TikTok dan TikTok *seller* tersebut sah dan diperbolehkan.

---

<sup>62</sup>Bernadetha Aurelia Oktavira, "Kapan Adendum Perjanjian Mulai Berlaku?," *Juli 2023*, last modified 2023, accessed March 24, 2024, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/adendum-perjanjian-lt5fdaf403dba1a/>.

<sup>63</sup>*Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Burgerlijk Wetboek*, 2014.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *affiliator* TikTok dibagi menjadi 2 kategori. Yang pertama ialah *affiliator* yang mendapat penghasilan dari mengafiliasi produk *seller*. Karena *affiliator* tidak perlu meminta izin kepada *seller*, maka tidak ada hubungan hukum yang mengikat. Keduanya hanya mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh aplikasi TikTok itu sendiri. Yang kedua ialah *affiliator* yang juga mendapat kontrak kerja sama oleh *seller*. Karena terikat kontrak, keduanya memiliki hubungan hukum sebagai mitra kerja. Sehingga pada saat TikTok *shop* ditutup meskipun harus kehilangan komisi dari hasil afiliasi produk, *affiliator* tetap mendapat penghasilan dari *seller* dengan ketentuan kerjasama yang diatur ulang.

## **2. Analisis Relasi atau Hubungan Hukum Antara TikTok Affiliate dengan TikTok Seller pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan**

Hubungan hukum akan terjadi apabila ada suatu perjanjian yang menimbulkan peristiwa hukum. Dalam hukum Islam apabila dua kelompok mengadakan ikatan untuk persetujuan dan menimbulkan suatu kewajiban disebut akad.<sup>64</sup>

Perjanjian atau akad memiliki peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat dan merupakan hal yang lumrah terjadi pada aktivitas keseharian manusia. Akad adalah bingkai transaksi dalam ekonomi syariah, karena melalui Akad berbagai kegiatan bisnis dan usaha dapat

---

<sup>64</sup> Darmawati, "Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syari'ah."

dijalankan.<sup>65</sup> Dalam penelitian ini juga pasti ada akan yang mengikat kedua belah pihak antara *affiliator* TikTok dan TikTok *seller*. Ada 2 macam hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dan TikTok *seller* Perspektif Hukum Perikatan yaitu:

**a. Relasi *Affiliator* TikTok dengan TikTok *Seller* dengan Sistem Komisi Perspektif Hukum Perikatan**

TikTok *affiliate* dengan sistem komisi ini ialah para *affiliator* yang membuat video promosi dengan mencantumkan *link* tautan produk dari *seller* TikTok *shop*. Apabila pengguna lain membeli produk *seller* melalui *link* tautan produk (keranjang kuning) yang ada pada video promosi *affiliator*, maka *affiliator* berhak mendapat komisi sesuai yang sudah tertera pada produk sebelum melakukan afiliasi. Jika tidak ada yang membeli produk *seller* dari video promosi yang sudah diunggah oleh *affiliator*, maka *affiliator* tidak akan mendapat komisi. Dalam kata lain *affiliator* akan mendapat komisi bukan karena ia mempromosikan produk dari TikTok *seller*, namun upah karena berhasil membuat pengguna lain membeli produknya. Maka akad ini termasuk kedalam akad *ju'alah*.

Secara etimologi akad *jua'lah* ialah sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena telah melakukan sesuatu atau mengerjakan sesuatu yang diminta oleh seseorang. Sedangkan

---

<sup>65</sup>Budiwati, "Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah."

secara terminologi akad *ju'alah* yaitu hadiah, imbalan, atau pemberian seseorang dalam jumlah tertentu kepada orang lain yang telah mengerjakan suatu perbuatan khusus yang telah orang lain pinta.<sup>66</sup>

*Al Ju'alah* ialah sesuatu apa saja yang dijadikan upah atau imbalan bagi seseorang atas suatu pekerjaan atau apa saja yang diberikan seseorang untuk melaksanakan suatu pekerjaan tertentu. Dalam istilah perundang-undangan, hal tersebut dinamakan dengan perjanjian yang berimbalan hadiah.<sup>67</sup>

Rukun akan *ju'alah* ialah sebagai berikut :

- 5) *Ja'il* : ialah pihak yang mengadakan akad *ju'alah*. Atau pihak yang akan memberi imbalan untuk suatu pekerjaan.
- 6) *Maj'ulah* : ialah pihak yang mengikuti sayembara atau pihak yang mengerjakan sesuatu untuk mendapat upah atau imbalan.
- 7) *Ju'ul* : upah atau imbalan yang diberikan oleh *ja'il*.
- 8) *Shigat* : ialah pernyataan ijab qabul dalam pelaksanaan akad *ju'alah*.<sup>68</sup>

Akad *Ju'alah* dianggap telah sah apabila sudah memenuhi seluruh rukun dan syarat dalam pelaksanaannya. Rukun dan syarat tersebut antara lain:

---

<sup>66</sup>Neni Nuraeni Sumiati, "Akad Ijarah Dan Jualah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah Di Indonesia," *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 192.

<sup>67</sup>Haryono, "Konsep Al Ju'alah Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-Hari," *Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*. 6, no. 2 (2018): 645.

<sup>68</sup>Aini, Handoko, and Armen, "Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Penghasilan Pada Aplikasi BuzzBreak."

1) Lafal (akad)

Terjadinya akad atau ijab *qabul* merupakan syarat pertama yang harus terpenuhi. Memang pada transaksi perdagangan melalui *marketplace* terutama pada TikTok *shop* ini para pihak tidak langsung semerta-merta bertemu lalu mengucapkan akad dalam perjanjian akad *ju'alah*. Ijab dan *qabul* sudah terlaksana dengan *seller* TikTok menambahkan produknya pada etalase produk afiliasi dan para *affiliator* menambahkan produk pada *link* tautan video promosi mereka. Hal tersebut sudah menunjukkan bahwa kedua belah pihak melakukan ijab *qabul*.

2) Orang yang memberikan janji untuk mengupahnya.

Dalam mekanisme TikTok *affiliate* ini, saat *seller* TikTok *shop* menambahkan produknya pada etalase, afiliasi *seller* sudah harus menambahkan besaran komisi pada setiap produk yang berhasil terjual oleh bantuan video promosi dari *affiliator*. Jadi pada saat barang terjual oleh *affiliator* maka komisi akan otomatis langsung masuk ke akun TikTok *affiliator* yang selanjutnya bisa dicairkan melalui rekening bank. Jadi tidak mungkin terjadi malprestasi dalam akad *ju'alah* pada TikTok *affiliate* ini.

3) Pekerjaan yang hukumnya *mubah* bukan dilarang apalagi sampai diharamkan.

Dalam mekanisme TikTok *affiliate*. Pekerjaan yang dilakukan *affiliator* kepada *seller* TikTok ialah mempromosikan produknya. Tentu produk yang dipromosikan ialah produk yang halal dan diperbolehkan oleh agama Islam dan negara. Karena TikTok *shop* sendiri harus taat pada peraturan pemerintah Indonesia. Jadi semisal ada produk yang haram atau membahayakan otomatis tidak bisa dijual di TikTok *shop*.

4) Harus adanya upah yang jelas.

Mekanisme upah/ komisi dalam TikTok *affiliate* ini sudah jelas tertera pada produk dari *seller* TikTok *shop*. Pada saat *seller* mengunggah produknya ke etalase afiliasi, *seller* harus menambahkan persentase komisi yang didapat oleh *affiliator*.<sup>69</sup>

Didalam kitab Al-Qur'an Allah Subhanahu Wa Ta'ala memperbolehkan pemberian imbalan atau upah kepada seseorang yang telah berkontribusi menemukan barang yang hilang. Hal itu tertera dalam Al-Qur'an surat Yusuf ayat 72.<sup>70</sup>

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman :

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Artinya: “Penyeru-penyuru itu berkata: “Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh

<sup>69</sup>Sumiati and Neni Nuraeni, “Akad Ijarah Dan Jualah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah Di Indonesia,” *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4 (2022): 193.

<sup>70</sup>Hijar Ifyan, “Implementasi Akad Ju ' Alah Dalam Aplikasi Implementasi Akad Ju ' Alah Dalam Aplikasi Tiktok ( Mahasiswi Uin Khas Jember )” (Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember, 2022). 18

bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya”.

Lalu ketentuan atau hukum akad *ju'alah* ini juga telah dibahas dan ditentukan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *Ju'alah*, sebagai berikut:

“Imbalan *Ju'alah* hanya berhak diterima oleh pihak *maj'ul* lalu apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi; Pihak *Ja'il* harus memenuhi imbalan yang diperjanjikannya jika pihak *maj'ullah* menyelesaikan (memenuhi) prestasi (hasil pekerjaan / *natijah*) yang ditawarkan.”<sup>71</sup>

Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa akad *ju'alah* pada TikTok *affiliate* sah-sah saja dilakukan selama tidak melenceng dari syariat Islam. Contohnya apabila melakukan *affiliate* menggunakan video promosi orang lain. Karena termasuk dalam pencurian maka secara syariat Islam haram hukumnya. Contoh lainnya ialah berbohong atau memberikan informasi yang salah pada saat membuat video promosi dengan tujuan menarik banyak pembeli. Hal ini termasuk dalam unsur pembohongan.

#### **b. Relasi Hubungan Hukum Antara *Affiliator* TikTok Dan TikTok *Seller* Dalam Sistem Perjanjian Kontrak Perspektif Hukum Perikatan**

---

<sup>71</sup>Izam Bahtiar Rahmika, “Tinjauan Akad *Ju'alah* Terhadap Misi Berhadiah Dalam Fitur *Mal Koin* Pada Aplikasi *Hago*” (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023). 33

Dalam kontrak antara *affiliator* TikTok dan TikTok *seller* biasanya *seller* TikTok mengajukan kontrak kerjasama kepada *affiliator* melalui pesan media sosial. Kontrak diajukan dalam bentuk *form* yang berisi data serta peraturan dan mekanisme yang ditentukan oleh *seller* kepada *affiliator*. Setelah mengajukan penawaran *affiliator* akan membaca dan menelaah tawaran kerja sama dari *seller*. Apabila kedua belah pihak sepakat maka kontrak sah dibuat. Biasanya para *affiliator* diminta membuat video promosi milik *seller* TikTok dengan mencantumkan *link* tautan dari produk tersebut. Apabila kewajiban-kewajiban dari kreator sudah terpenuhi maka kreator berhak atas bayaran dari *seller* TikTok. Dan juga kreator berhak atas komisi jika ada penjualan produk melalui video yang dipromosikan oleh kreator.

Berbeda dengan *affiliator* TikTok yang mendapat komisi karena telah membuat orang lain membeli produk mereka, maka tidak dengan *affiliator* yang memang sudah mendapat kontrak kerja sama dari *seller*. Secara garis besar kreator mendapat bayaran (*fee*) dari membuat video promosi tersebut, ada tidaknya pembeli tidak akan menjadi pengaruh terhadap bayaran kepada kreator. Namun jika dalam video promosi tersebut juga mencantumkan *link* tautan produk dan membuat pengguna lain membeli produknya, maka kreator akan mendapat 2 macam penghasilan. Yaitu dari

komisi hasil penjualan dan juga gaji dari *seller* karena telah mempromosikan produknya.

Namun karena TikTok *shop* tidak mematuhi salah satu aturan dari peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023, TikTok *shop* ditutup dan fitur *link* tautan produk (keranjang kuning) sudah tidak lagi tersedia. Kreator yang mendapat kontrak kerja sama dengan *seller* akan mengubah mekanisme dan ketentuan yang sudah ada dalam kontrak kerja sama. Hal ini sah-sah saja asal tidak melanggar rukun akad perjanjian. Rukun akad yang telah disepakati ada empat macam, yaitu:

- 1) Para pihak yang membentuk akad
- 2) Pernyataan kehendak para pihak
- 3) Objek akad, dan
- 4) Tujuan akad.<sup>72</sup>

Apabila tidak ada hal yang dilanggar dan setelah kesepakatan baru yang dibuat tidak merugikan kedua belah pihak, maka perubahan mekanisme atau penambahan ketentuan tertentu diperbolehkan.

---

<sup>72</sup>Urbanus Uma Leu, "Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syariah," *Tahkim: Jurnal Hukum dan Syariah* 10, no. 1 (2014): 51, <https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/THK/article/view/63>.