TINJAUAN *MAQĀṢID SYARÎ'AH* TERHADAP PENUTUPAN JUAL BELI PADA PLATFORM TIKTOK

SKRIPSI

Oleh:

ANISATUR ROCHMAH
102200063

Pembimbing :

Dr. ABID ROHMANU, M.H.I.
NIP 197602292008011008

JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARÎ'AH

FAKULTAS SYARÎ'AH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2024

ABSTRAK

Rochmah, Anisatur. 2024. Tinjauan *Maqāṣid syarî'ah* Terhadap Penutupan Jual Beli Pada Platform Tiktok. Skripsi. Jurusan Hukum Eknmi SYARÎ'AH Fakultas SYARÎ'AH Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Dr. Abid Rohmanu, M.H.I

Kata kunci: Penutupan tiktok, jual beli online, *Maqāṣid syarî'ah*

Dalam ranah muamalah, khususnya dalam konteks jual beli, penting untuk memastikan bahwa transaksi tersebut memenuhi syarat dan rukun yang telah ditetapkan. Namun, seiring dengan perubahan zaman, terdapat inovasi-inovasi ekonomi yang menarik perhatian, salah satunya adalah fenomena sistem jual beli online pada suatu platform Tiktok. Penggunaan media sosial seperti Tiktok membantu bagi perusahaan, pelaku bisnis, maupun online shop dalam menjangkau target sasarannya sebagai media promosi, media informasi, maupun sarana meningkatkan citra institusi di depan khalayak. Namun hal ini menjadi pro dan kontra, sejak munculnya, Tiktok telah menggemparkan dunia media sosial dengan konsep berbagi video pendek yang unik dan menarik. Aplikasi ini dengan cepat menjadi fenomena global, khususnya di kalangan generasi muda. Keberhasilan TikTok sebagai platform media sosial merupakan salah satu cerita sukses terbesar dalam sejarah media sosial.

Penelitian ini akan mengkaji dua permasalahan utama terkait penutupan jual beli pada platform Tiktok. Pertama, bagaimana factor-faktor yang mempengaruhi penutupan jual beli pada platform Tiktok?. Kedua, bagaimana tinjauan *maqāṣid syarî'ah* terhadap penutupan jual beli pada Platform Tiktok?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif pustaka dengan fokus pada analisis normatif terkait Penutupan jual beli pada platform Tiktok dalam Tinjauan *maqāṣid syarî'ah*. Pengumpulan data yang digunakan, Penulis melakukan studi kepustakaan (library research) terhadap bahan-bahan hukum yang digunakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, di mana informasi relevan diambil dari jurnal ilmiah yang telah diperoleh melalui membaca, memahami, dan mencatat data. Data yang diperoleh melalui beberapa penelitian kepustakaan bersumber dari peraturan, buku-buku, dokumen resmi, serta publikasi, dan hasil penelitian.

Penutupan jual beli di TikTok Shop dapat dianalisis dari perspektif maqasid shariah, yang menekankan pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam hal pemeliharaan agama, penutupan ini dapat meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam perdagangan, seperti kejujuran dan keadilan. Untuk pemeliharaan jiwa, penutupan dapat melindungi konsumen dari produk yang tidak aman dan praktik bisnis yang tidak etis. Dari segi pemeliharaan akal, hal ini dapat meningkatkan transparansi dan kualitas informasi produk, membantu konsumen membuat keputusan yang lebih baik. Dalam hal pemeliharaan keturunan, penutupan ini dapat mencegah dampak negatif moral dan sosial dari konten yang tidak pantas, serta mendukung ekonomi lokal. Terakhir, dalam pemeliharaan harta, penutupan ini berpotensi melindungi hak konsumen dan penjual, meskipun berdampak pada UMKM yang bergantung pada TikTok Shop. Secara keseluruhan, analisis maqasid shariah menunjukkan bahwa penutupan TikTok Shop dibenarkan karena upaya untuk mencapai kepatuhan penuh terhadap prinsip-prinsip syariah dalam perdagangan daring masih diperlukan.

PONOROGO

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Anisatur Rochmah
NIM : 102200063
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : **TINJAUAN *MAQASID SHARIAH* TERHADAP PENUTUPAN JUAL BELI PADA PLATFORM TIKTOK**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian skripsi.

Ponorogo, 20 Mei 2024

Mengetahui,	Menyetujui,
Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah	Pembimbing
M. Ilham Tanzilulloh, M.H.I.	**Dr. Abid Rohmanu, M.H.I.**
NIP 198608012015031002	NIP 19760229200801100

KEMENTERIAN AGAMA RI

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

NAMA	: Anisatur Rochmah
NIM	: 102200063
JURUSAN	: Hukum Ekonomi Syariah
JUDUL	: TINJAUAN MAQASHID SYARIAH TERHADAP PENUTUPAN JUAL BELI PADA PLATFORM TIKTOK

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang munaqosah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorgo pada:

Hari	: Senin
Tanggaal	: 3 Juni 2024

Dan ini telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu syaria pada:

Hari	: Selasa
Tanggaal	: 11 Juni 2024

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : M. Ilham Tanzilulloh, M.H.I ( )
2. Penguji I : Anis Hidayatul Imtihanah, M.H.I ( )
3. Penguji II : Dr. Abid Rohmanu, M.H.I ( )

Ponorogo, 11 Juni 2024

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Syariah

Dr. Hj. Khusniati Rofiah, M.S.I

NIP. 197401102000032001

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	:	Anisatur Rochmah
NIM	:	102200063
Jurusan	:	Hukum Ekonomi Syariah
Judul	:	TINJAUAN MAQASID SYARIAH TERHADAP PENUTUPAN JUAL BELI PADA PLATFORM TIKTOK

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disaksikan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**.

Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 13 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan

Anisatur Rochmah

102200063

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisatur Rochmah

Nim : 102200063

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : **TINJAUAN *MAQASID SHARIAH* TERHADAP PENUTUPAN JUAL BELI PADA PLATFORM TIKTOK**

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar hasil karya sendiri. Di dalam tidak terdapat bagian yang berupa plagian dari karya orang lain, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan di dalam karya tulis ini, saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Ponorogo, 21 Mei 2024

Yang membuat pernyataan

ANISATUR ROCHMAH

102200063

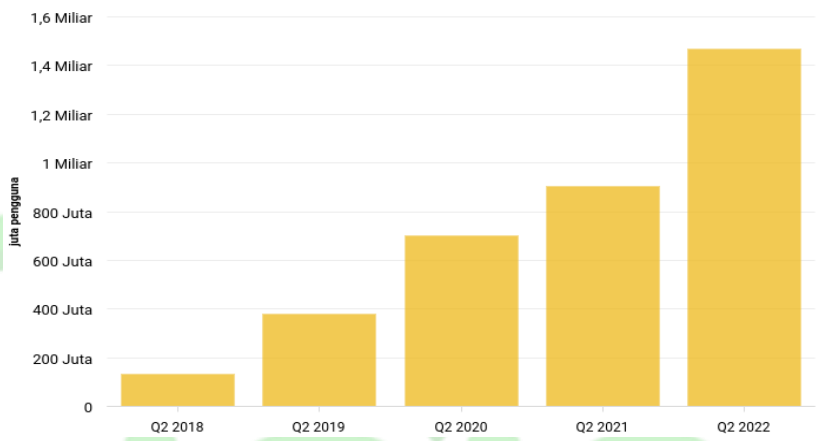
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial terpopuler, menduduki puncak daftar unduhan di Apps Store dan Google Play selama hampir lima tahun berturut-turut.Menurut laporan dari Business of Apps, pada Q2 2022, TikTok memiliki 1,46 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia.Angka tersebut meningkat 62,52% dibandingkan periode yang sama tahun lalu.Pada Q2 2021, pengguna aktif bulanan TikTok tercatat sebanyak 564 juta.[1]

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna tiktok dari tahun ke tahun[1]



Seperti halnya platform media sosial lain seperti Instagram, YouTube, dan Facebook, TikTok juga telah meluncurkan fitur baru yang disebut TikTok For Business. TikTok For Business adalah platform yang dirancang khusus untuk membantu merek dan perusahaan dalam membuat, mengelola, dan

[1] Cindy Mutia Annur, "Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global per Kuartal II (2018-2022)" dalam https://databoks.katadata.co.id/datapublish, diakses dalam 10 November 2023

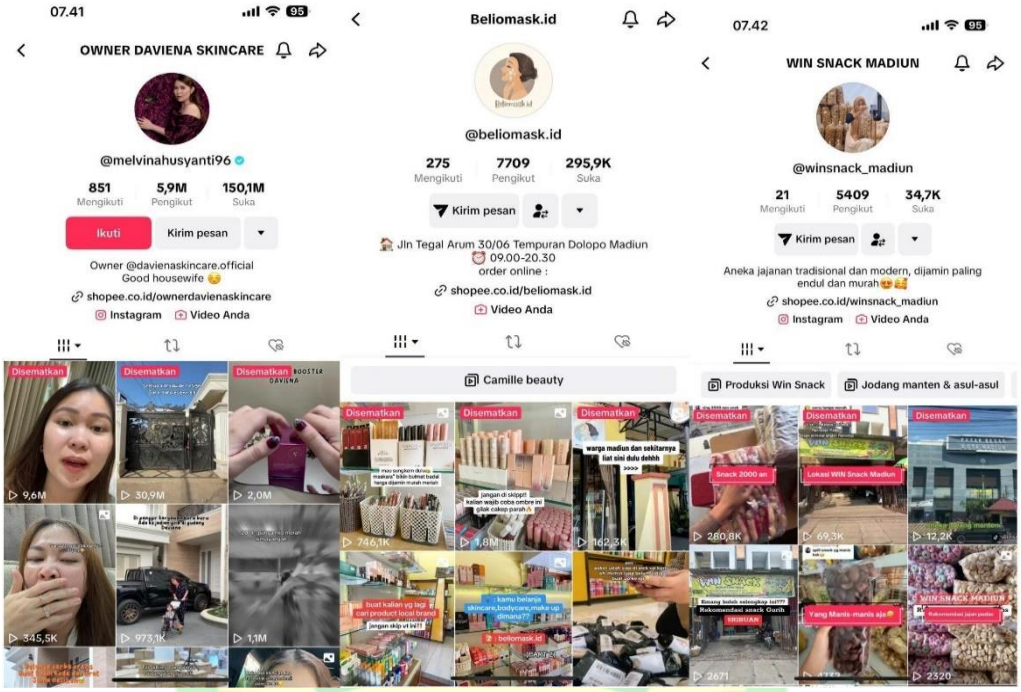
mengoptimalkan kampanye iklan mereka di TikTok. Fitur ini memberikan berbagai alat inovatif yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan dan jangkauan audiens secara efektif. Melalui TikTok For Business, perusahaan dapat membuat konten kreatif yang memanfaatkan tren dan gaya khas TikTok untuk menarik perhatian pengguna.

Selain itu, platform ini juga menyediakan analitik mendalam yang memungkinkan pengiklan untuk melacak kinerja kampanye mereka secara real-time, sehingga mereka dapat membuat keputusan berbasis data untuk meningkatkan efektivitas iklan mereka. Dengan pendekatan yang interaktif dan dinamis, TikTok For Business memberikan solusi yang canggih dan komprehensif bagi merek yang ingin meningkatkan visibilitas dan engagement mereka di salah satu platform media sosial yang paling cepat berkembang di dunia.

Meskipun Tiktok dikenal sebagai platform media sosial yang menyediakan hiburan, TikTok For Business menawarkan berbagai keuntungan yang signifikan bagi merek dan perusahaan. Salah satu keunggulan utamanya adalah kemampuan untuk mencapai audiens yang luas dan beragam, mengingat TikTok memiliki pengguna aktif harian yang sangat besar di seluruh dunia. Platform ini juga dirancang untuk mendukung konten yang kreatif dan interaktif, memungkinkan merek untuk menciptakan kampanye yang menarik dan memikat.[2] Dengan fitur-fitur canggih seperti penargetan iklan yang akurat dan analitik mendalam, bisnis dapat memantau dan mengoptimalkan kinerja iklan mereka secara real-time, sehingga meningkatkan return on investment

(ROI). Beberapa brand, pelaku bisnis, dan institusi sudah mulai memanfaatkan Tiktok dengan cara ini :

Gambar 1. 2 Pemanfaatan Aplikasi Tiktok oleh Pelaku usaha[2]



Dengan fitur-fitur unik seperti video pendek dan kemampuan viral yang tinggi, TikTok memungkinkan konten untuk cepat menyebar dan menarik perhatian banyak pengguna. Selain itu, interaksi langsung dengan pengguna melalui komentar dan live streaming juga menambah nilai lebih dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens. Inilah yang membuat TikTok menjadi platform yang esensial dalam strategi pemasaran digital saat ini.[3]

Munculnya TikTok menimbulkan perdebatan sejak kemunculannya. Fitur Tiktok yang terbaru ini sangat berbeda dari platform media sosial sebelumnya

[2] Dokumentasi tiktok dari anisaturrochmah, diakses Tanggal 10 November 2023
[3] Robi Afrizan, *Money from Tiktok* (Bandung: Penerbit Khaira, 2022), 20.

yang lebih fokus pada foto atau video panjang, sehingga memberikan pengalaman baru bagi pengguna. Kepopuleran TikTok terutama di kalangan remaja membuatnya menjadi fenomena global yang signifikan dalam waktu singkat. Keberhasilan TikTok sebagai media sosial adalah salah satu kisah sukses terbesar dalam sejarah industri ini.

Tiktok tidak hanya ingin dikenal sebagai platform media sosial. TikTok Shop pertama kali diluncurkan sebagai upaya TikTok untuk memperluas ekosistemnya dan menjadikannya lebih dari sekadar platform berbagi video. Diluncurkan pada tahun 2021, fitur ini memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dan membeli produk langsung dari video yang mereka tonton. Integrasi *e-commerce* ini memberikan pengalaman belanja yang lancar dan interaktif, menggabungkan hiburan dan transaksi dalam satu platform.

Namun, terdapat beberapa laporan mengenai penutupan sementara TikTok Shop di beberapa wilayah akibat berbagai kendala, seperti masalah perizinan atau regulasi lokal yang belum sepenuhnya mendukung model bisnis ini. Sebagai contoh, ketatnya regulasi perlindungan konsumen dan persyaratan kepatuhan lokal di beberapa negara bisa menjadi tantangan operasional bagi TikTok Shop.

Kehadiran TikTok Shop memberikan dampak signifikan pada perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lokal. Platform ini membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam dengan cara yang efisien dan terjangkau. Melalui fitur TikTok Shop, para pelaku UMKM dapat memanfaatkan popularitas video pendek dan

engagement tinggi dari pengguna TikTok untuk memamerkan produk mereka secara kreatif dan menarik. Selain itu, algoritma TikTok yang efektif dalam menargetkan audiens yang tepat, membantu UMKM dalam mendapatkan pelanggan potensial secara lebih mudah. Lebih jauh, fitur interaktif seperti live streaming dan penggunaan influencer lokal memberikan dinamika baru pada strategi pemasaran, memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli.[4]

Kondisi ini menimbulkan ketidakadilan dalam persaingan bisnis, di mana UMKM kerap kali kesulitan mempertahankan pangsa pasar mereka. Meskipun TikTok Shop menyediakan platform yang luas dan memungkinkan inovasi dalam strategi pemasaran, UMKM seringkali kalah bersaing dengan perusahaan besar yang memiliki anggaran besar untuk iklan dan akses ke influencer ternama. Hal ini menempatkan UMKM pada posisi yang kurang menguntungkan karena keterbatasan sumber daya dan modal.

Pemerintah Indonesia menyatakan keprihatinannya atas dampak negatif yang diakibatkan oleh Tiktok Shop terhadap kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal. Mereka menilai bahwa platform *e-commerce* ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan asing untuk mempelajari tren produk yang sedang populer di Indonesia. Informasi tersebut kemudian bisa digunakan untuk mengembangkan produk serupa di luar negeri dengan biaya produksi yang lebih rendah, yang pada akhirnya mengancam daya saing UMKM lokal.

[4] ITATS, "*Penyebab ditutupnya tiktokshop di Indonesia*" dalam *pmb.itats.ac.id,* diakses dalam bulan November 2023

Selain dampak negatif terhadap bisnis kecil lokal, kekhawatiran juga muncul mengenai perlindungan konsumen di ekosistem Tiktok Shop. Platform ini kerap kali menjadi tempat transaksi yang tidak terlacak dengan baik, mengakibatkan risiko penipuan serta penjualan produk palsu dan berkualitas rendah. Kurangnya regulasi yang ketat dan mekanisme pengawasan terhadap penjual dapat mengakibatkan konsumen terjebak dalam transaksi yang merugikan. Ditambah lagi, pengumpulan data pribadi pengguna oleh Tiktok menimbulkan kekhawatiran mengenai privasi dan keamanan informasi. Data yang diperoleh bisa saja digunakan untuk tujuan komersial tanpa persetujuan yang memadai dari konsumen.

Dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, pemerintah berupaya meningkatkan perlindungan konsumen dalam aktivitas belanja di Tiktok Shop. Peraturan ini menetapkan standar dan prosedur yang lebih ketat untuk mengawasi transaksi online, guna mengurangi risiko penipuan dan penyalahgunaan data pribadi. Di bawah peraturan ini, platform *e-commerce* seperti Tiktok Shop diwajibkan untuk mengimplementasikan mekanisme verifikasi yang lebih ketat terhadap penjual dan memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas.

Pemisahan platform media sosial dan *e-commerce* seperti TikTok Shop menghadirkan sejumlah tantangan yang signifikan. Salah satu tantangan utama adalah kerumitan dalam memastikan integrasi yang mulus antara dua platform tersebut. Saat ini, banyak pengguna menikmati kemudahan berbelanja langsung dari aplikasi media sosial tanpa harus berganti platform, yang menyediakan

pengalaman pengguna yang efisien dan menyenangkan. Mengharuskan pemisahan bisa mengakibatkan fragmentasi pengalaman pengguna, yang mungkin mengurangi kenyamanan dan menimbulkan kebingungan.

Lebih jauh lagi, pemisahan media sosial dan *e-commerce* di Tiktok ini wajib didukung oleh aturan yang jelas dan penegakan hukum yang tegas. Hal ini diperlukan untuk memastikan bahwa kedua fungsi tersebut dapat dijalankan secara optimal tanpa saling mengganggu atau menciptakan konflik kepentingan yang merugikan pengguna. Aturan yang jelas akan menjelaskan batasan dan pedoman terkait iklan, promosi, dan aktivitas *e-commerce* di platform, sehingga tidak mengganggu pengalaman pengguna yang hanya ingin menikmati konten sosial.

Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan peneliti di lapangan terdapat perbedaan pendapat terkait penutupan tiktok shop, bahwa di satu sisi, penutupan TikTok Shop dianggap perlu oleh beberapa pihak pedagang pasar yang khawatir akan dampak negatifnya terhadap perekonomian lokal dan praktik bisnis yang sehat. Para pedagang di pasar berpendapat bahwa TikTok Shop dapat merusak usaha kecil dan menengah (UKM) yang tidak memiliki sumber daya untuk bersaing dengan platform besar. Selain itu, ada kekhawatiran mengenai keamanan data pengguna dan perlindungan konsumen, mengingat TikTok telah menghadapi berbagai masalah privasi dan regulasi di banyak negara. Regulasi yang ketat terhadap platform ini dianggap penting untuk menjaga kestabilan ekonomi digital dan melindungi kepentingan nasional dari potensi ancaman asing.

Di sisi lain, pebisnis online dan para pengguna yang berpendapat bahwa penutupan TikTok Shop dapat merugikan konsumen dan pedagang kecil yang telah memanfaatkan platform ini untuk memperluas jangkauan pasar mereka. TikTok Shop menyediakan cara yang efisien dan inovatif untuk menjual produk, terutama bagi generasi muda yang lebih familiar dengan teknologi digital. Platform ini memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan menarik. Selain itu, TikTok Shop juga berperan dalam mendukung ekonomi digital dengan menyediakan lapangan kerja baru dan peluang bisnis bagi banyak orang.

Penggunaan sesuatu memiliki pengaruh yang bervariasi, baik menguntungkan (manfaat) maupun merugikan (kerusakan) bagi penggunanya. Dalam ajaran Islam, prinsip dasar pemanfaatan benda-benda di dunia ini adalah untuk mencapai kebaikan. Kegiatan tersebut harus sejalan dengan ajaran Islam atau setidaknya tidak bertentangan dengan nilai-nilainya. Pakar ushul fiqh telah menetapkan bahwa produk apapun harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan tujuan syariat (maqāṣid syarî'ah). Menurut Imam As-Syatibi, terdapat tiga tingkatan yang harus diperhatikan dalam *maqāṣid al-syarî'ah* , yaitu.:[5]

Pertama, kebutuhan primer yang dikenal sebagai Ad-dharuriyat, menempati posisi tertinggi dalam *maqāṣid syarî'ah* dan menjadi penentu kesejahteraan di dunia maupun akhirat. Kedua, kebutuhan sekunder atau Al Hajiyat, mencakup hal-hal yang mendukung tercapainya kesejahteraan. Meski

[5] Muhammad Syukri Albani Nasution dan Rahmat Hidayat Nasution, *Filsafat Hukum Islam Dan Maqashid Syariah,* (Jakarta : KENCANA, 2020), 43

tidak melakukannya tidak akan menghambat kesejahteraan, namun bisa menimbulkan kesulitan. Ketiga, kebutuhan tersier atau Al-tahsiniyat, adalah kebutuhan yang dianggap baik oleh masyarakat secara umum. Ketidakadaan kebutuhan ini tidak akan menghilangkan kesejahteraan atau memunculkan kesulitan karena hanya berfungsi sebagai pelengkap bagi kebutuhan primer dan sekunder.

Untuk menciptakan kesejahteraan dan menghindari kerusakan baik di dunia maupun akhirat, para ahli ushul fiqh mendalami dan menetapkan bahwa lima aspek utama ini harus diperhatikan dan dipelihara dalam kehidupan. Ada lima elemen dasar dalam *maqāṣid syarî'ah* yang harus dijaga, yaitu memelihara agama (*hifz al-din*), memelihara jiwa (*hifz al-nafs*), memelihara keturunan (*hifz al-nasl*), memelihara akal (*hifz al-aql*), dan memelihara harta (hifz al-mal). Namun, beberapa ulama ada yang lebih mengutamakan penjagaan harta daripada akal.

Maqāṣid syarî'ah memiliki kaitan erat dengan pelarangan aktivitas jual beli di TikTok. Jika aspek ini diabaikan, bisa terjadi ketidakseimbangan dalam agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Walau banyak yang mendukung perdagangan di TikTok, pelaku UMKM offline merasakan ketidakadilan ini. Regulasi ketat diperlukan untuk melindungi konsumen dan mencegah risiko yang mungkin timbul dari platform seperti TikTok Shop. Penutupan TikTok Shop menjadi contoh nyata bagaimana masalah keamanan data dapat

berdampak serius. Di era digital seperti sekarang, perhatian terhadap regulasi dan keamanan data sangat penting untuk kesuksesan bisnis online.[6]

Berdasarkan paparan di atas, peneliti berminat untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang transaksi jual beli di platform Tiktok melalui penelitian yang berjudul **"TINJAUAN *MAQĀṢID SYARÎ'AH* TERHADAP PENUTUPAN JUAL BELI PADA PLATFORM TIKTOK".**

B. Rumusan Masalah

Masalah utama dalam penelitian ini adalah tentang penutupan transaksi jual beli di platform Tiktok. Mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi penutupan jual beli pada Platform Tiktok?
2. Bagaimana tinjauan *maqāṣid syarî'ah* terhadap penutupan jual beli pada Platform Tiktok?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

1. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi penutupan jual beli pada Platform Tiktok.
2. Untuk mendeskripsikan tinjauan *maqāṣid syarî'ah* pada Penutupan Jual Beli pada Platform Tiktok.

D. Manfaat Penelitian

[6] M.Umer Chapra, Masa Depan Ilmu Ekonomi (Jakarta: Gema Insani, 2001), 50-51.

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara toritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan secara rinci terkait ekonomi islam terhadap tinjauan *maqāṣid syarî'ah* terhadap pada Penutupan Jual Beli pada Platform Tiktok. Sehingga dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan prakteknya dibidang ekonomi.

a. Penelitian ini bisa menjadi referensi yang lebih mendalam mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi penutupan transaksi jual beli di Platform TikTok.
b. Penelitian ini bisa dijadikan referensi berharga bagi mahasiswa atau siapa saja yang ingin menyelidiki penutupan transaksi jual beli di platform TikTok dari perspektif maqāṣid syarî'ah.

2. Manfaat Praktis

Di harapkan karya ini dapat memberi manfaat praktis bagi masyarakat dan mahasiswa, berfungsi sebagai sumbangan pemikiran serta bahan masukan. Karya ini juga bisa menjadi referensi untuk penelitian-penelitian di bidang serupa di masa depan, menambah wawasan khususnya bagi mahasiswa tentang bagaimana *maqāṣid syarî'ah* memandang penutupan transaksi jual beli di platform TikTok.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, ditemukan beberapa karya tulis ilmiah yang membahas tentang jual beli, diantaranya adalah :

1. Skripsi yang ditulis oleh Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani pada tahun 2022 di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta berjudul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pemasaran Aplikasi Tiktok Shop" meneliti akun KARTINIMU88. Dalam tulisannya, disebutkan bahwa akun ini sebagian telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, namun sebagian lainnya belum. Prinsip yang diterapkan dengan baik adalah prinsip kesatuan (Unity), kehendak bebas (Free Will), serta prinsip kebenaran, kebaikan, dan kejujuran (Truth, Goodness, Honesty) dalam hal kualitas dan kuantitas barang. Namun, prinsip keseimbangan (Equilibrium) belum dipatuhi sepenuhnya karena pengiriman pesanan dengan harga promo tidak dilakukan meskipun pengiriman dengan harga normal dilakukan. Selain itu, tanggung jawab (Responsibility) dalam pengiriman barang dan kejujuran (Truth, Goodness, Honesty) dalam distribusi barang juga belum diterapkan sepenuhnya, mengingat pengirim hanya jujur mengenai kualitas barang tetapi tidak dalam proses pengirimannya. Dampak dari praktik ini adalah keuntungan bagi penjual berupa peningkatan jumlah pengikut dan display penjualan yang meningkat karena banyaknya checkout, namun merugikan pembeli yang kecewa dengan strategi pemasaran tersebut.[7] Perbedaan terdapat pada landasan teori penelitian, penelitian terdahulu membahas etika *Bisnis Islam Terhadap Pemasaran Aplikasi Tiktok Shop* terhadap pengguna

PONOROGO

[7] Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani, *"Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pemasaran Aplikasi Tiktok Shop"* Skripsi (Surakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta, 2022)

aplikasi Tik Tok sedangkan penelitian penulis fokus pada tinjauan *maqāṣid syarî'ah* pada Penutupan Jual Beli pada Platform Tiktok.

2. Ida Bagus Reza Adi Dharma mengkaji perspektif hukum pidana terkait pengguna aplikasi TikTok yang memuat konten pornografi. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pandangan hukum pidana terhadap konten pornografi di TikTok serta tanggung jawab pidana pengguna yang menyebarkan konten tersebut. Temuannya menyatakan bahwa penggunaan TikTok dengan konten pornografi melanggar Undang-Undang Pornografi. Selain itu, konten negatif dalam aplikasi ini juga berpotensi melanggar Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta menyorot penegakan hukum di Indonesia terhadap aplikasi TikTok yang memuat konten pornografi dan menjelaskan lebih lanjut mengenai tanggung jawab pidana pengguna yang terlibat.[8] Perbedaan terdapat pada landasan teori penelitian, penelitian terdahulu membahas hukum pidana terhadap pengguna aplikasi Tiktok berkonten pornografi sedangkan penelitian penulis fokus pada tinjauan *maqāṣid syarî'ah* pada penutupan jual beli pada Platform Tiktok.
3. Wahyu Nurhidayah melakukan peninjauan *maqāṣid syarî'ah* terhadap fitur live streaming pada aplikasi TikTok. Ia menyoroti bahwa jika aspek *maqāṣid syarî'ah* diabaikan, akan terjadi ketidakselarasan dalam hal keagamaan, kehidupan, akal, keturunan, dan harta. Aktivitas live streaming, seperti bernyanyi dan menari dengan memperlihatkan aurat, menurutnya

[8] Ida Bagus Reza Adi Dharma, "Perspektif Hukum Pidana Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok Berkonten Pornografi"Skripsi (Palembang: Universitas Sriwijaya,2019)

terkait dengan perilaku dan etika yang kurang pantas. Selain itu, kegiatan ini dapat memicu pikiran negatif dan pendapatan yang diperoleh dari aktivitas tersebut sering kali memiliki status yang tidak jelas.[9] Perbedaan terdapat pada masalah yang diangkat, penelitian terdahulu membahas maslahah fitur live streaming aplikasi Tik Tok sedangkan penulis fokus pada penutupan jual beli pada platform Tiktok.

F. Metode Penelitian

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (library research). Metode kualitatif bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang diteliti melalui analisis literatur yang relevan. Pendekatan studi pustaka dipilih karena memungkinkan peneliti untuk meneliti dan menganalisis berbagai sumber tertulis, termasuk buku, jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen lainnya yang membahas secara mendalam konsep maqāṣid syarî'ah, praktik jual beli dalam Islam, serta penggunaan platform media sosial TikTok. Dengan demikian, penelitian ini dapat mengkaji secara komprehensif teori-teori dan pandangan yang ada, memberikan wawasan yang lebih mendalam dan holistik mengenai topik yang diteliti.[10]

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis untuk mendeskripsikan dan menganalisis data mengenai penutupan jual beli di TikTok berdasarkan maqāṣid syarî'ah. Penelitian ini akan menjelaskan

[9] Wahyu Nurhidayah, "*Tinjauan Maqasid Shariah terhadap fitur live streaming aplikasi tiktok"* Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022)
[10] Suharismi Arikunto, Dasar – Dasar Research, (Tarsoto:Bandung, 1995), 58

secara sistematis bagaimana konsep *maqāṣid syarî'ah* diuraikan dalam literatur Islam klasik dan kontemporer. Selain itu, penelitian ini akan mengidentifikasi dan menganalisis alasan utama di balik penutupan transaksi jual beli di platform digital TikTok, dengan mempertimbangkan aspek hukum, etika, dan sosial dalam konteks *maqāṣid syarî'ah*.

b. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian "Tinjauan *maqāṣid syarî'ah* terhadap Penutupan Jual Beli pada Platform TikTok", kehadiran peneliti sangat penting sebagai pengamat penuh. Peneliti terlibat aktif dalam mengumpulkan data untuk memastikan data yang diperoleh lengkap dan akurat. Peneliti juga berpartisipasi langsung di aplikasi TikTok, mengamati dan menganalisis dinamika serta praktik jual beli. Kehadiran ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang interaksi dan transaksi di platform tersebut, sehingga data yang dikumpulkan mencerminkan kondisi sebenarnya.

c. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data dalam penelitian ini terdiri dari konsep dan teori yang mendetail mengenai *maqāṣid syarî'ah* yang berhubungan dengan penutupan jual beli di platform TikTok. Sumber data primer meliputi buku-buku dan jurnal-jurnal ilmiah yang membahas *maqāṣid syarî'ah* secara luas, observasi langsung pada aplikasi TikTok untuk memahami

praktik jual belinya, serta regulasi pemerintah yang spesifik mengatur kegiatan tersebut pada platform digital.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian "Tinjauan *maqāṣid syarî'ah* terhadap Penutupan Jual Beli pada Platform TikTok", penggunaan data sekunder sangat krusial karena memberikan konteks mendalam dan informasi tambahan yang menunjang analisis utama. Data sekunder ini meliputi kumpulan informasi yang telah tersedia publik dan telah diproses oleh peneliti lain, termasuk buku-buku akademis, hasil studi terdahulu, dan artikel-artikel internet yang secara khusus membahas aspek-aspek terkait dengan *maqāṣid syarî'ah* dan dinamika jual beli di platform digital seperti TikTok.[11]

d. Teknik Pengumpulan Data

Desain kualitatif sebagai pendekatan dalam melakukan penelitian yaitu berusaha untuk mengungkap fenomena sosial yang ada di masyarakat, teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan studi literatur.

1. Wawancara

Teknik wawancara atau disebut dengan interview adalah:" … *occurs when researcher aks one or more participant general, open-ended questions and record their answers, than transcribes and types the data for analyses*". Dalam penelitian kualitatif teknik interviuew merupakan

[11] Umrati hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 85.

teknik utama untuk pengumpulan data tentang penutupan aktivitas jual beli di akun tiktok.

Penggunaan teknik interviuew diarahkan sampai pada fase dept interview, yaitu melakukan wawancara secara berulang-ulang sampai data yang diperoleh sesuai dengan tema dan permasalahan penelitian yang muncul di lapangan. Wawancara ditujukan kepada pengguna tiktok, pebisnis online, dan pedagang dipasar tradisional.

Jenis wawancara yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian adalah wawancara tidak terstruktur, maksudnya adalah mempersiapkan daftar pernyataan tertulis yang akan dijawab oleh informan sebagai sumber data tentang jual beli di tiktok shop. Sedangkan sumber datanya adalah para pengguna, pebisnis online, dan pedagang di pasar tradisional yang terdampak tiktok shop.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi sebagaimana dijelaskan oleh Denzin NK., and Lincoln YS. (1994:393) bahwa:"… *are prepared for personal than official reasons and include diaries, memors, letter, fieldnote, and soo on* ". Definisi lain tentang metode documenter yaitu:"... *Personal document are any first person narrative that this describe and individual's action, experience, and biliefes. A personal document includes diaries, personal letters, and anecdotal record*".

Teknik dokumentasi digunakan sebagai teknik pengumpul data skunder dalam rangka melengkapi data hasil interviuew dan hasil

observasi. Data dokumentasi berupa peraturan Menteri perdagangan terkait aturan penutupan jual beli di tiktok shop.

3. Studi Pustaka

Teknik ini disebut juga dengan studi pustaka yaitu cara menelusuri keputakaan yang berisi tentang teori-teori dari karya ilmiah baik yang sudah diterbitkan atau belum diterbitkan berupa hard copy atau sof copy yang ada pada buku-buku (*e-books*), makalah, journal online. Teknik literatur review ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data primer dalam menguji benar tidaknya hasil penelitian yang diperoleh tentang penutupan jual beli pada akun tiktok.

Pentingnya studi literatur karena datanya bersifat tetap, autentik, mudah ditemukan, dan dapat dipertanggungjawabkan karena data literatur tersebut memiliki keabsahan dan telah melalui prosedur penelitian yang standart. Studi literatur, sebagai tenik dalam penelitian untuk memperoleh data digunakan karena:

a. Data yang diperoleh berbentuk teori-teori yang mendukung kegiatan penelitian
b. Data yang diperoleh nanti digunakan untuk melakukan ferifikasi kualitas teori yang ditemukan dari hasil penelitian.
c. Autentik data dari studi literatur dapat dipertanggungjawabkan.
d. Teknik studi literatur ini bersumber pada buku, laporan penelitian, jurnal ilmiah, dan catatan lain, berusaha mencari sumber-sumber teori yang relevan sesuai dengan tema dan permasalahan penelitian

yang telah ditetapkan sehingga penelitian yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.

e. Teknik Analisis Data

serangkaian langkah yang teliti. Pertama, dilakukan pembacaan dan pemahaman mendalam terhadap semua jurnal ilmiah dan buku yang relevan dengan topik penelitian. Kedua, dilakukan identifikasi konsep-konsep kunci mengenai *maqāṣid syarî'ah* dan etika bisnis Islam yang terdapat dalam literatur tersebut. Langkah ketiga melibatkan analisis mendalam tentang bagaimana konsep-konsep tersebut diimplementasikan dalam konteks penutupan jual beli pada platform TikTok. Keempat, dilakukan interpretasi terhadap kesesuaian tindakan penutupan jual beli TikTok dengan prinsip-prinsip hukum Islam yang terkandung dalam konsep *maqāṣid syarî'ah* dan etika bisnis Islam. Terakhir, dari hasil analisis tersebut, penarikan kesimpulan disusun dengan cermat. Hasil analisis ini disajikan dalam format naratif deskriptif yang mudah dipahami, memberikan gambaran yang komprehensif mengenai konsep *maqāṣid syarî'ah* dalam penelitan yang dikaji dengan dasar-dasar etika bisnis Islam.[12]

f. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam metodologi penelitian merupakan aspek krusial yang menjamin kepercayaan dan akurasi hasil penelitian. Teknik pemeriksaan keabsahan data menjadi esensial, terutama dalam konteks penelitian yang langsung berinteraksi dengan sumber data, di mana peran

[12] Suharsismi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 114.

peneliti sangat menonjol dalam mendapatkan dan memastikan kualitas data. Dalam penelitian ini, metode analisis dokumen dipilih, yang mengharuskan peneliti untuk mengandalkan keabsahan data pada literatur dan dokumen hukum yang relevan terkait *maqāṣid syarî'ah* serta regulasi *e-commerce* di platform digital. Dengan mengutamakan sumber-sumber data yang dapat dipercaya dan terpercaya, peneliti memastikan bahwa interpretasi dan kesimpulan yang dihasilkan dari analisis tersebut memiliki dasar yang kuat dan dapat diandalkan.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan hasil penelitian ini, penulis menyajika secara ringkas struktur proposal skripsi atau karya ilmiah ini. Struktur penulisan ini terdiri dari empat bab yang mencakup :

BAB I : **PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi penegasan judul, latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, tahapan-tahapan penelitian, dan sistematika pembahasan tentang Tinjauan *maqāṣid syarî'ah*terhadap penutupan jual beli pada platform Tiktok.

BAB II : **JUAL BELI DAN MAQĀṢID SYARIAH**

Di bab ini diuraikan konsep dasar yang melibatkan teori *maqāṣid al-syarî'ah* terkait larangan jual beli di platform TikTok sesuai dengan arahan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Meski transaksi jual beli di TikTok Shop dilarang, platform tersebut masih bisa dimanfaatkan oleh pedagang untuk mempromosikan barang atau jasa mereka. Untuk transaksi jual beli, tetap harus dilakukan melalui situs resmi atau marketplace yang telah memiliki izin PMSE dari Kementerian Perdagangan.

BAB III : TINJAUAN MAQĀṢID SYARÎ'AH TERHADAP PENUTUPAN JUAL BELI PADA PLATFORM TIKTOK

Penelitian ini membahas dampak penutupan aktivitas jual beli di platform TikTok berdasarkan pandangan *maqāṣid syarî'ah* serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Sesuai dengan peraturan tersebut, TikTok Shop dilarang mengadakan transaksi jual beli. Namun, TikTok tetap dapat digunakan oleh pedagang untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Transaksi jual beli sendiri harus dilakukan melalui situs resmi

atau marketplace yang telah mendapatkan izin PMSE dari Kementerian Perdagangan.

BAB V : **PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis terkait dengan pembahasan yang telah dipaparkan.

.

PONOROGO

BAB II

JUAL BELI DAN *MAQĀṢID SYARÎ'AH*

A. *Maqāṣid Syarî'ah*

1. Pengertian *Maqāṣid Syarî'ah*

Maqāṣid syarî'ah adalah tujuan dibalik adanya serangkaian aturan-aturan yang telah digariskan oleh Allah SWT tujuan tersebut adalah untuk untuk mendapatkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan bagi umat manusia. Memperjelas makna *maqāṣid syarî'ah* perlu dijelaskan istilah-istilah terkait ushul fiqih sebagaimana dijelaskan oleh asy-Syiatibi dan Ibnu'asyur, yaitu :[13]

a. Hikmah adalah tujuan ditetapkan atau ditiadakannya suatu hukum seperti halnya *ifthor* (berbuka) sebagai hikmah adanya *masyaqqoh* (kesulitan).
b. *Maslahat* disini adalah setiap perkara yang memberikan kemanfaatan dan menghapus keburukan.
c. '*Illat* adalah sifat yang *dzohir* (jelas), bisa diterapkan disetiap kondisi seperti *safar* menjadi *illat* disyariatkannya *qhasr*.

2. Tujuan *Maqāṣid syarî'ah*

Syarî'ah memiliki tujuan dalam pelaksanaanya. Para ulama salaf dan khalaf bersepakat bahwa setiap hukum *Syarî'ah* pasti memiliki alasan. Menurut Ibn Qayyim al-jawziyyah dalam jasser sudah menyebutkan bahwa

[13] Sabil, Jabbar. 2022. "*Maqasid Syariah*". Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 23

Syarî'ah adalah suatu hikmah dan tercapainya perlindungan bagi kehidupan orang baik di dunia atau di akhirat.[14]

Syarî'ah merupakan keseluruhan dari keadilan, kedamaian, kebijakan dan kebaikan, jadi setiap aturan yang mengatasnamakan keadilan dengan ketidakadilan, kedamaian dengan pertengkaran, kebaikan dengan keburukan, dalam kebijakan dengan kebohongan adalah aturan yang tidak mengikuti *Syarî'ah* meskipun hal itu di kalim sebagai suatu interprentasi yang benar.

Secara singkat dipaparkan sudah jelas bahwa ide sentral dan sekaligus tujuan akhir dari maqashid *syari''ah* adalah *maslahah*. Dengan demikian tidak ada salahnya jika dalam pembahasan ini diketegahkan penegetian maslahah agar paham tentang *maqāṣid syarî'ah* yang menjadi semakin utuh dan juga sempurna. Dalam perkembanagn yang berikutnya kajian tentang *maqāṣid syarî'ah* merupakan kajian utama dalam filsafat hukum Islam. *maqāṣid syarî'ah* melibatkan pertanyaan kritis tentang tujuan ditetapkannya suatu hukum karena *maqāṣid syarî'ah* berkaitan dengan maksud dan tujuan *syarî'ah*.

3. Kerangka *Maqāṣid Syarî'ah*

Mewujudkan kemaslahatan dan menjauhi kerusakan di dunia dan akhirat para ahli usul fiqh meneliti dan menetapkan ada lima unsur pokok

PONOROGO

[14] Habibah, M. (2020). "*Implementasi Maqashid Syariah Dalam Merumuskan Tujuan Laporan Keuangan Bank Syariah*". AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah, Vol. 3, No. (2), hlm. 177-192.

yang diperhatikan, keilma pokok tersebut bersumber dari Al-Quran dan juga merupakan tujuan *Syarî'ah* (*maqāṣid syarî'ah*).[15]

Kelima pokok merupakan suatu hal yang harus selalu dijaga dalam kehidupan ini, kelima pokok tersebut merupakan bagian dari dlaruriyat yang apabila tidak terpenuhi dalam kehidupan ini maka akan membawa kerusakan bagi manusia. Untuk mengetahui lebih jelas lagi tentang kelima hal tersebut lebih jelas lagi, al-syathibi membagi maqashid *Syarî'ah* menjadi *dlaruriyah, hajiyah, tahsiniyah.*

a. *Dharuriyah*

Dharuriyah adalah penegakan kemaslahatan agama dan dunia artinya, ketika *dharuriyah* itu hilang maka kemaslahatan didunia dan akhirat juga akan hilang, dan yang akan muncul justru kerusakan. *Dharuriyah* merupakan keadaan dimana suatu kebutuhan wajib dipenuhi dengan segera. *Dharuriyah* menunjukkan kebutuhan dasar atau primer yang harus ada dalam kehidupan manusia.

b. *Hajiyah*

Sementara tahapan kedua dari *maqāṣid syarî'ah* yaitu *hajiyah* yang mendefenisikan sebagai hal-hal yang dibutuhkan untuk mencapai kemudahan dan menghilangkan kesulitan. *Hajiyah* ini juga dimaknai dengan kedaan dimana jika suatu kebutuhan terpenuhi bisa menambah value pada kehidupan manusia karena itu *hajiyah* dimaknai dengan

[15] Nurfalah, I., & Rusydiana, A. S. (2019). "*Digitalisasi keuangan syariah menuju keuangan inklusif: Kerangka maqashid syariah*". Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, Dan Akuntansi, Vol. 11, No. 1, hlm. 55-76.

pemenuhan kebutuhan sekunder atau sebagai pelengkap dan penunjang kehidupan manusia.[16]

c. *Tahsiniyah*

Tahapan terakhir *maqāṣid syarî'ah* yaitu *tahsiniyah* yang didefenisikan sebagai kebiasaan-kebiasaan yang baik dan menghindari yang buruk sesuai dengan apa yang telah diketahuioleh akal sehat. Seseorang ketika menginjak keadaan *tahsiniyah* berarti telah mencapai keadaan dimanan ia bisa memenuhi suatu kebutuhan yang meningkatkan kepuasan dalam hidupnya. Tahsiniyat dikenal dengan kebutuhan tersier atau identik dengan kebutuhan yang bersifat mendekati kemewahan.

4. Esensi *Maqāṣid Syarî'ah*

Esensi dari *maqāṣid syarî'ah* yaitu *Jalb al-Mashalih wa Daf'u al-Mafasid*, hal ini bisa dipahami dengan meraih kemaslahatan dan mengindari kerusakan. Diantara ulama yang membahas tentang *mashalih* (kemaslahatan) dan *mafashid* (kerusakan) yaitu *Izz al-Din Abd al-Salam,* ia adalah Abd al-Aziz bin' Abd al-Salam al-Syafi'i atau yang biasa disebut dengan Sultan al-Ulama. Ibn Abd al-Salam sangat terkenal dengan karangannya yang berjudul *Qawaid al-Ahkam fi mashalih al-Anam*, kitab ini hampir khusus membahasa semua tentang *maqāṣid syarî'ah*, didalam kitab ini ia berbicara tentang *al-mashalih* dan *al-mafashid*. Inti dari pelaksanaan *Syarî'ah* adalah mengerjakan kemsalahatan dan menghindari kerusakan, menurut nya secara garis besar maqashid yang ada dalam Al-Quran adalah

[16] Rafsanjani, H. (2016). "*Etika produksi dalam kerangka maqashid syariah*". Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 1, No. 2.

perintah untuk mencari kemaslahatan dan aspek-aspek yang mendukungya juga larangan membuat kerusakan beserta segala penyebabnya.[17]

Menurut Imam asy-Syatibi, ada lima bentuk *maqāṣid syarî'ah*. Lima bentuk ini juga disebut prinsip umum. Masing-masing bentuk ini memiliki dua pembagian, yaitu dari segi wujud atau penjagaan dan dari segi adam atau pencegahan. Lima bentuk *maqāṣid syarî'ah* ini adalah sebagai berikut:

a. *Maqāṣid syarî'ah* untuk melindungi agama (Din)

Bentuk *maqāṣid syarî'ah* untuk melindingi agama merupakan hak memeluk dan meyakini seseorang boleh dan berhak memeluk agama yang diyakini secara bebas dan tanpa gangguan. Contoh penjagaan adalah melaksnakan sholat dan zakat kemudian adapun bentuk pencegahan yang dilakukan ialah *jihad*. Menjaga agama juga berarti menjaga pikiran dan tindakan sesuai dengan perintah Allah serta melaksanakan ibadan dan memelihara Aqidah.

b. *Maqāṣid syarî'ah* untuk jenis melindungi jiwa (*An Nas*)

Bentuk *maqāṣid syarî'ah* untuk melindungi jiwa merupakan landasan dan alasan yang menyatakan bahwa seseorang manusia tidak boleh disakiti, dilukai, apalagi dibunuh bentuk maqashid ini juga bisa dikatan bentuk menjaga jiwa dan diri. Contoh penerapannya ialah dengan makan dan minum, sedangkan dari segi pencegahannya dilakukan dengan cara qisas dan diyat.[18]

---

[17] Winario, M. (2020). "*Esensi dan Standardisasi Mahar Perspektif Maqashid Syariah*". Jurnal Al Himayah, Vol. 4, No. 1, hlm. 69-89.

[18] Yakin, A. (2015). "*Urgensi Teori Maqashid Al-Syari'ah Dalam Penetapan Hukum Islam Dengan Pendekatan Mashlahah Mursalah*". AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman, Vol. 2, No. 1.

c. *Maqāṣid syarî'ah* Untuk melindungi pikiran (*Aql*)

Konsep maqashid ini atau konsep menjaga aqal berarti memelihara akal dari hal-hal merusak kesadaran. Bentuk *Maqāṣid syarî'ah* untuk melindungi pikiran ataupun akal. Berangkat dari hal ini segala hal menyebabkan hilangnya akal tersebut menjadi tidak boleh. Termasuk didalamnya mengkonsumsi narkoba ataupun minumn keras. Contoh penerapannya dalam bentuk penjagaan dilakukan dengan makan dan juga mencari makan, sedangkan dalam bentuk pencegahan dilakukan dalam bentuk penegakkan hukum bagi pengkonsumsi narkoba.

d. *Maqāṣid syarî'ah* untuk melindungi harta (*Mal*)

Maqāṣid syarî'ah untuk melindungi harta menjamin bahwa setiap orang berhak memiliki kekayaan harta benda dan merebutnya dari orang lain merupakan hal yang dilarang, baik dalam bentuk pencurian, korupsi dan lain sebagainya. Contoh dalam penerapan yang telah dilakukan dengan cara melaksanakan dengan cara melakukan jual beli dan mencari rezeki yang halal, sedangkan dalam bentuk pencegahan yang dilakukan dengan hukum potong tangan bagi pencuri dan menghindari riba.

e. *Maqāṣid syarî'ah* untuk melindungi keturunan (*Nasl*)

Maqāṣid syarî'ah untuk melindungi keturunan untuk membuat zina menjadi terlarang karena dapat memberikan dampak negatif bai, secara biologis, psikologis, ekonomi, sosial, nasab, hukum, waris dan sebagainya. Karena itu penjagaanya dilakukan dalam bentuk pernikahan,

sedangkan bentuk pencegahannya dilakukan dengan menegakkan hukum bagi orang yang berzina dan yang menuduh orang lain berzina tanpa bukti.

B. E - Commerce

1. Pengertian *E-commerce*

E- Commerce adalah kombinasi teknologi, bisnis dan aplikasi yang menghubungkan bisnis dan konsumen dalam konteks *E-commerce* juga diartikan sebagai penjualan, pembelian serta pemasaran suatu barang atau jasa secara elektronik seperti melalui televisi, computer, radio dan internet. Dalam kegiatan *e-commerce* siapapun dapat mengikuti asalkan memiliki koneksi internet. *e-commerce* dapat dilihat dari berbagai sisi atau sudut pandang, yaitu:[19]

a. Komunikasi, dari sudut pandang komunikasi *e-commerce* sebagai pengirim barang, memberikan layanan informasi maupun pembayara melalui internet atau alat lainnya yang berbasis elektronik.
b. Bisnis, perspektif bisnis *e-commerce* sebagai aplikasi teknologi yang mengarah pada transaksi bisnis otomatis dan alur kerja.
c. Layanan, pada sudut pandang layanan *e-commerce* mejadi sebuah alat untuk memenuhi kebutuhan bak pada perusahaan, konsumen baik juga manajemen untuk mengurangi pengeluaran serta meningkatkan mutu produk dan meningkatkan kualitas pelayanan pengiriman.

[19] 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.

d. Online, dalam sudut pandang ini *e-commerce* menjadi suatu alat dalam membeli ataupun menjual barang, jasa, informasi menggunakan internet atau media lain

2. Sifat Penggunaan *E-commerce*

Berdasarkan sifat penggunaanya, *e-commerce* dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu;[20]

a. Bisnis *E-commerce* kepada konsumen (B2C) yaitu kegiatan jual beli hanya melibatkan perilaku bisnis dan konsumen
b. Bisnis ke bisnis (B2B) yaitu penjualan dan jasa *e-commerce* hanya melibatkan satu bisnis dengan bisnis lainnya atau perusahaan dengan perusahaan, tidak pada konsumen.
c. Konsumen ke konsumen (C2C) yaitu konsumen yang menjual produknya kepada konsumen lain.

C. Tiktok

Tiktok merupakan "salah satu aplikasi yang paling diminati oleh dunia dan memungkinkan penggunanya membuat video dengan durasi 15 detik disertasi music, filter dan beberapa fitur menarik lainnya". Aplikasi Tiktok pertama kali dikenalkan oleh Zhang Yiming pada tahun 2016 yang merupakan produk atau keluaran dari perusahaan ByteDance. Aplikasi ini sebelumnya memiliki nama Douyin dan menjadi terkenal di China. Karena kepopulerannya tersebut, aplikasi Douyin mulai merambah dan berekspansi ke beberapa negara

[20] Imelda Martinelli et al., "Tanggung Jawab Hukum Atas Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Terhadap Kesesuaian Pembelian Produk Pada Video Promosi Platform TikTok Di Indonesia," Unes Law Review 5, no. 4 (2023): 2160–2171, https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i4.576.

yang kemudian aplikasi tersebut dinamai dengan nama baru yaitu Tiktok. Tiktok merupakan aplikasi sosial media dimana penggunanya dapat membagikan video pendek kreatif mereka secara langsung.[21]

Di Indonesia sendiri aplikasi Tiktok mulai populer pada tahun 2019 dan kebanyakan pengguna aplikasi tersebut berasal dari kalangan remaja. Terdapat beberapa manfaat dari Tiktok, yaitu:

a. Sebagai Edukasi

   Tiktok menyediakan konten edukasi yang beragam yang menyajikan ilmu-ilmu pengetahuan seperti tips dan trik, berita, dan lain sebagainya yang bertujuan untuk menambah wawasan.

b. Sebagai *E-commerce*

   Selain untuk edukasi, tiktok juga bisa dimanfaatkan sebagai *E-commerce* yang berfungsi untuk media pemasaran. Dalam aplikasi Tiktok telah tersedia fitur baru yang Bernama Tiktokshop yang menyediakan katalog produk hingga konten video yang menarik untuk memasarkan produknya.[22]

D. Peraturan Bisnis Melalui Sistem Elektronik

Dari segi hukum, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 merupakan landasan untuk menghadapi perkembangan social commerce. Dari perspektif penjual, regulasi ini memberikan peluang bagi pelaku Usaha Mikro

[21] Budi Dharma and M Rafiq Efrianda, "Analisis Penjualan Online Melalui Media Sosial TikTok," Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi (Jupea) 3, no. 3 (2023): 269–278, https://doi.org/https://doi.org/10.51903/jupea.v3i3.885.

[22] 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.

Kecil Menengah (UMKM) untuk mempromosikan produk mereka di pasar tanpa takut bersaing dengan produk lain yang mungkin dapat memengaruhi harga pasar, khususnya yang ditawarkan di social commerce. Dengan demikian, secara umum, Permendag No. 31 Tahun 2023 telah menetapkan beberapa hal sebagai berikut;[23]

a. Pasal 2 ayat (3) secara jelas mengatur beberapa model bisnis dalam konteks perdagangan melalui sistem elektronik diantaranya mencakup iklan baris online, pelantar (platform) pembanding harga, daily deals retail online, lokapasar (marketplace), dan social-commerce. Regulasi yang terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 membahas perizinan usaha, periklanan, pelatihan, dan pengawasan terhadap pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Dampak dari regulasi ini dapat dirasakan oleh pelaku social commerce yang kini diwajibkan memenuhi persyaratan perizinan dan tunduk pada pengawasan yang ditetapkan oleh pemerintah.
b. Pasal 21 ayat (2) melarang pengadaan perdagangan melalui sistem elektronik yang mengadopsi model bisnis lokapasar dan social commerce untuk berperan sebagai produsen, termaktub dalam peraturan yang berkaitan dengan distribusi barang. Kebijakan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya monopoli dan menjaga persaingan usaha yang sehat di sektor perdagangan Indonesia. Sebelumnya, terdapat kekhawatiran dari pedagang konvensional yang merasa dirugikan akibat aktivitas

[23] Penjelasan Pasal 2 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

perdagangan oleh TikTok Shop yang diduga melakukan monopoli. Dugaan monopoli oleh TikTok Shop terutama terfokus pada dominasinya dalam aktivitas media sosial dan perdagangan online.[24]

c. Pasal 21 ayat (3) melarang penyelenggara perdagangan menggunakan sistem elektronik yang menggunakan model bisnis social commerce untuk memberikan fasilitas dalam proses transaksi pembayaran di platform elektroniknya. Walaupun begitu, platform social commerce masih diizinkan untuk mengiklankan produk dan layanan, namun tidak diizinkan untuk menyediakan sistem pembayaran atau melaksanakan proses transaksi jual-beli. Aturan ini berdampak signifikan pada salah satu social commerce yang sebelumnya hadir di Indonesia, yaitu Tik Tok Shop.[25]
d. Pasal 13 ayat (3) menetapkan bahwa tidak diperbolehkan ada hubungan atau koneksi antara sistem elektronik yang dipergunakan sebagai platform penjualan melalui suatu sistem elektronik yang dipergunakan di luar kerangka penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik tersebut. Dengan dikeluarkannya regulasi ini, social commerce memiliki tanggung jawab untuk melindungi konsumen dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik.
e. Pasal 18 ayat (1) dan (2) menambahkan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik luar negeri yang ingin beroperasi di sektor perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia.

[24] Ibid., Penjelasan Pasal 21 ayat (2).
[25] Ibid., Penjelasan Pasal 21 ayat (3).

f. Pasal 19 ayat (2) menetapkan harga minimal sebesar USD100 per unit untuk barang jadi dari luar negeri yang dijual langsung oleh penjual kepada konsumen di Indonesia melalui platform *e-commerce*.

PONOROGO

BAB III

TINJAUAN *MAQĀṢID SYARÎ'AH* TERHADAP PENUTUPAN JUAL BELI PADA PLATFORM TIKTOK

A. Gambaran Umum Tiktok Shop

Pada 17 April 2021, TikTok di Indonesia memperkenalkan fitur baru yang dinamakan TikTok Shop. Fitur ini adalah inovasi dalam dunia social *e-commerce* yang memadukan penjual, pembeli, dan kreator untuk menciptakan pengalaman belanja yang lancar, nyaman, dan menyenangkan. Pengguna dapat melakukan pembelian langsung tanpa perlu membuka aplikasi lain, karena proses pembayaran bisa dilakukan langsung di aplikasi TikTok.[26]

Dengan fitur ini, TikTok tetap berkomitmen untuk menghadirkan kesenangan bagi penggunanya. Saat meluncurkan fitur tersebut, TikTok berkolaborasi dengan artis Nagita Slavina untuk mengadakan acara live shopping di platform mereka. Dalam siaran itu, Nagita mempromosikan berbagai produk, mulai dari barang kecantikan sampai peralatan elektronik, sambil menawarkan beragam promo menarik. Acara ini mendapatkan respon yang luar biasa dari masyarakat dan telah ditonton oleh lebih dari 1,4 juta orang.

Belanja di TikTok Shop sangatlah simpel. Kamu hanya perlu mengupdate aplikasi TikTok di ponselmu ke versi terbaru dan pastikan sudah punya akun terdaftar. Berikut ini langkah-langkah berbelanja di TikTok Shop:

[26] Ai Nur Sa'adah, Ayu Rosma, dan Dea Aulia, "Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur TikTok Shop Pada Aplikasi TikTok," Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan 2, no. 5 (2022): 131–140, https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176.

a. Buka aplikasi TikTok di smartphone (Android/iOS).
b. Kunjungi akun toko yang menjual produk yang ingin beli.
c. Klik ikon tas "shop" yang muncul di halaman utama profil toko.
d. Scroll ke bawah untuk menemukan produk yang ingin dibeli.
e. Setelah memilih produk, klik tombol "Buy Now".
f. Di halaman "Order Summary", isi alamat lengkap dan detail pesanan seperti jumlah item, warna, catatan (opsional), serta metode pembayaran.
g. Pilih salah satu dari tujuh metode pembayaran yang tersedia, seperti OVO, Dana, kartu kredit, transfer bank, Indomaret, atau Alfamart.
h. Ikuti petunjuk selanjutnya untuk menyelesaikan transaksi pembayaran..[27]

Selain digunakan untuk berbelanja, TikTok Shop juga dapat digunakan untuk berjualan. Berikut adalah cara untuk berjualan di TikTok Shop:

a. Daftar sebagai penjual dengan mengunjungi halaman pendaftaran penjual TikTok Shop.
b. Lengkapi profil toko dengan informasi yang diperlukan, termasuk nama toko, deskripsi, dan logo.
c. Tambahkan produk yang akan dijual dengan mengunggah foto, deskripsi, harga, dan stok produk.
d. Pilih dan atur metode pembayaran yang akan digunakan untuk transaksi.
e. Gunakan fitur live streaming dan video untuk mempromosikan produk kepada pengguna TikTok.

[27] Febi Fatlika Nurussofiah et al., "Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi," Development: Journal of Community Engagement 1, no. 2 (2022): 92–108, https://doi.org/10.46773/djce.v1i2.329.

f. Pantau dan kelola pesanan masuk melalui dashboard penjual, termasuk pengemasan dan pengiriman produk.

g. Berikan layanan pelanggan yang baik dengan merespon pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat..[28]

B. Peristiwa Penutupan Platform Tiktok Shop

Di Indonesia terdapat beberapa platform yang digunakan masyarakat untuk jual beli online. Platform-platform ini disebut dengan *e-commerce*. Beberapa *e-commerce* yang digunakan masyarakat adalah Shopee, Tokopedia, dan yang baru saja ditutup adalah Tiktok Shop, tepatnya pada bulan Oktober 2023. Tiktok Shop ditutup karena beberapa alasan, salah satunya menyangkut akan perizinan. Tiktok belum memiliki izin untuk beroperasi sebagai *e-commerce* di Indonesia.[29]

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 telah mengatur definisi media sosial, social commerce, dan social commerce. Untuk dapat melakukan kegiatan usaha jual beli, Tiktok Shop harus memiliki izin berusaha, hal ini tercantum pada Pasal 3 ayat (1) "Pelaku Usaha wajib memiliki Perizinan Berusaha dalam melakukan kegiatan usaha di sektor perdagangan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko,".[30]

---

[28] "Mengenal Apa Itu TikTok Shop Dan Cara Menggunakannya," 2022, https://kumparan.com/berita-update/mengenal-apa-itu-TikTok-shop-dan-caramenggunakannya-1x9SZO2FF04/full , .

[29] Budi Dharma and M Rafiq Efrianda, "Analisis Penjualan Online Melalui Media Sosial TikTok," Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi (Jupea) 3, no. 3 (2023): 269–278, https://doi.org/https://doi.org/10.51903/jupea.v3i3.885

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

Sedangkan, Tiktok hanya memiliki izin Kantor Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing (KP3A). Pemerintah memiliki peraturan bahwa media sosial tidak diperbolehkan merangkap menjadi *e-commerce*. Peraturan ini berlaku bagi perusahaan dalam negeri maupun luar negeri. Maka dari itu, Pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk menutup Tiktok Shop. Kebijakan ini terbilang tiba-tiba. Banyak masyarakat pelaku bisnis yang merasa rugi. Dari segi finansial, banyak sekali masyarakat yang melaporkan bahwa mereka mengalami kerugian dan dalam rangka untuk mengatasi kerugian tersebut, mereka mengalami kesulitan untuk berpindah ke platform *e-commerce* lainnya.[31]

Pemerintah dalam membuat kebijakan penutupan tersebut tentu saja tidak bisa sempurna, tentu saja ada pihak yang merasa dirugikan juga ada yang merasa diuntungkan. Asal mula penutupan ini disebabkan oleh banyak sekali pedagang-pedagang ruko atau toko offline yang mengatakan bahwa usaha mereka sepi, karena mayoritas masyarakat yang lebih suka untuk berbelanja online. Barang yang dijual secara online juga cenderung lebih murah, karena biaya yang dikeluarkan pedagang relatif lebih sedikit. Serta, yang marak terjadi pada saat ini adalah melalui Tiktok Shop menyebabkan rantai perdagangan yang terpotong, dimana produsen langsung menjual kepada konsumen atau end-user, yang menyebabkan harga barang dapat jauh lebih murah daripada di pasaran atau toko offline. Pedagang yang tak bisa mengikuti perkembangan zamanpun akhirnya tertinggal dan kesulitan untuk mencari pelanggan.

[31] Muh. Fathir Maulid Yusuf, "Dampak Penutupan Tiktok Shop Terhadap Pengguna Dan Pelaku Bisnis Dalam *E-commerce*", (JISDIK), Vol. 02 No. 01, 2024, Hal. 01-07

Berkaitan, dengan pihak Tiktok Shop yang tidak memiliki izin untuk menjadi *e-commerce*, maka Pemerintah memilih kebijakan penutupan tersebut.[32]

Larangan aktivitas ekonomi di platform digital TikTok Shop ini berawal dari keluhan para pelaku usaha di Pasar Tanah Abang yang mengalami penurunan omzet. Mereka berpendapat bahwa konsumen mulai beralih ke *e-commerce* yang menawarkan harga lebih murah dan kemudahan bertransaksi secara online tanpa perlu datang ke pasar fisik.[33] Oleh karena itu, para pelaku usaha meminta pemerintah untuk segera menutup aktivitas ekonomi di TikTok Shop guna memperbaiki kondisi UMKM dan pelaku usaha di Pasar Tanah Abang yang mengalami penurunan pendapatan.[34]

Dari situasi tersebut, pemerintah, terutama Menteri Perdagangan, merespons dengan mengeluarkan regulasi yang disahkan pada 26 September 2023 sebagai tanggapan terhadap keluhan dari UMKM lokal dan pelaku usaha di Pasar Tanah Abang. Selain itu, para pelaku usaha UMKM lokal juga mengeluhkan tentang fitur social-commerce yang dipersembahkan oleh TikTok, di mana mereka sebagai penjual atau afiliasi akan dikenakan biaya komisi sebesar 10% oleh TikTok.[35] Pemerintah kemudian melakukan observasi

---

[32] Shohib Muslim, Muktar, dan Supena Diansah, "Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia", Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains, Vol. 02, No.10 (Oktober 2023), 958.

[33] Tim Detikinet. 2023. Dilarang Jualan di Indonesia, ini Daftar Negara yang Blokir TikTok. Diunduh https://inet.detik.com/law-and-policy/d-6958017/dilarang-jualan-di-indonesia-ini-daftar-17-negara-yang-blokir-TikTok pada Tanggal 19 Mei 2024 Pukul 12.13 WIB

[34] Aulia Damayanti. "Terungkap Alasan Tiktokshop Ditutup", 20 Mei 2024, https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-6966407/terungkap-alasan-tiktok-shop-ditutup#:~:text=TikTok%20Shop%20resmi%20ditutup%20pada,izin%20berdagang%20bagi%20e%2Dcommerce.

[35] Rena Rena, Iftitah Dian Humairoh, and Mia Rosmiawati, "Problematika Normatif Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social-Commerce Pada TikTok Shop," Crepido 5, no. 2 (2023): 184–195, https://doi.org/https://doi.org/10.14710/crepido.5.2.184-195

lebih lanjut terhadap dampak yang dirasakan oleh pelaku usaha UMKM lokal akibat adanya fitur social-commerce yang dapat diakses dengan mudah melalui siaran langsung TikTok yang menarik minat banyak konsumen ketika menggunakan media sosial.

Kehadiran konten atau siaran langsung TikTok yang menawarkan promosi produk dengan harga murah dari pasar ini membuat UMKM lokal semakin frustrasi. Terutama karena terlihat bahwa tokoh masyarakat, termasuk Public Figure dengan banyak pengikut, juga mulai berjualan di TikTok Shop. Mereka yang berasal dari lapisan sosial yang lebih tinggi, seperti selebriti, influencer, pengusaha, bahkan dokter spesialis kulit yang sebelumnya sudah mapan secara ekonomi dan memiliki banyak penggemar, juga ikut terlibat dalam berjualan di TikTok. Mereka menjual produk mereka sendiri atau menjadi afiliasi dari penjual lain yang bekerja sama, dan mendapatkan komisi sebagai imbalannya.[36]

Peluang ini secara otomatis menghasilkan pendapatan besar bagi mereka berkat ketenaran dan jumlah pengikut yang dimiliki. Dampaknya secara tidak langsung membuat orang yang sudah kaya semakin meningkatkan kekayaannya, sementara pedagang di pasar yang tidak memiliki keistimewaan seperti mereka akan menghadapi kesulitan untuk bersaing. Beberapa dari mereka bahkan mencoba meniru strategi penjualan melalui siaran langsung dengan memberikan diskon besar-besaran, namun tetap saja jumlah penjualan

[36] Deddy Ahmad Fajar, Farah Nur Fauziah, dan Khurriyatul Mutrofin, "Predatory Pricing Melumpuhkan UMKM Indonesia: Studi Kasus TikTok Shop," Jurnal El-Idaarah 2, no. 2 (2022). h.21

barang yang berhasil tetap jauh lebih rendah dibandingkan dengan para tokoh terkenal tersebut.[37]

Beberapa dari mereka telah mencoba bermitra dengan individu yang memiliki banyak pengikut, yang sering disebut sebagai afiliasi, dengan membayar mereka untuk mempromosikan produk mereka. Namun, banyak pedagang yang menghadapi kendala finansial sehingga tidak mampu membayar afiliasi untuk jasa promosi. Situasi seperti ini mendorong pemerintah untuk merasa perlu mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023. Tujuan dari peraturan ini adalah untuk mengatur persaingan perdagangan di Indonesia agar lebih adil dan untuk memperkuat posisi UMKM lokal. Dengan adanya peraturan ini, semua orang masih diperbolehkan untuk melakukan promosi di TikTok, tetapi untuk transaksi jual beli secara online, mereka harus menggunakan platform yang telah ada sebelum TikTok Shop muncul. Hal ini dilakukan untuk menghindari percampuran antara fungsi media sosial dan kegiatan jual beli.[38]

Alasan berikutnya mengapa pemerintah menerbitkan Permendag adalah karena adanya praktik-praktik yang tidak sehat dalam sistem perdagangan. Di TikTok Shop, ditemukan barang-barang thrifting yang dijual dengan harga yang lebih ekonomis daripada harga pasarannya. Thrifting sendiri merujuk

[37] Faesal Faesal et al., "Dampak Penutupan TikTok Shop Dalam Penjualan Produk:(Studi Kasus Pedagang TikTokShop Di Desa Ambokembang, Kedungwuni)," Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen 3, no. 1 (2024): 108–114, https://doi.org/https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i1.1986.

[38] Gading Nugroho and Nina Yuliana, "Penutupan TikTok Shop Memengaruhi Ekonomi Digital di Indonesia," Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial 2, no. 4 (2023): 112–22, https://doi.org/https://doi.org/10.6578/triwikrama.v2i4.1061.

pada penjualan barang bekas dari luar negeri ke Indonesia, termasuk barang-barang bekas dengan merek ternama dari luar negeri.

Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan Permendag sebagai upaya untuk melindungi dan memberikan kerangka hukum bagi pelaku usaha UMKM lokal. Keputusan pemerintah yang diatur dalam Permendag termasuk dalam kategori peraturan yang berbeda-beda, yang bertujuan secara tidak langsung untuk mengurangi kemungkinan terjadinya praktik-praktik yang merugikan serta mengurangi risiko persaingan usaha yang tidak sehat.[39]

Melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, pengaturan lebih ketat terfokus pada perdagangan lintas batas untuk barang impor yang sudah ada di Indonesia, sementara platform masih memiliki kebebasan untuk menjual dan memberikan diskon yang berpotensi mendorong predatory pricing. Selain itu, menurut pendapatnya, *e-commerce* seperti Shopee menjadi pihak yang paling diuntungkan dengan penutupan TikTok Shop dan revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020. Hal ini karena konsumen TikTok kemungkinan akan beralih ke platform *e-commerce* lain, termasuk Shopee, tanpa terkecuali transaksi melalui Instagram atau WhatsApp yang memiliki sistem keamanan yang belum tentu terjamin.[40]

C. Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Penutupan Platform Tiktok Shop

PONOROGO

[39] Margaretha Rosa Anjani and Budi Santoso, "Urgensi Rekonstruksi Hukum *E-commerce* Di Indonesia," Law Reform 14, no. 1 (2018): 89–103, https://doi.org/https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20239.

[40] Arum Tarina, "Urgensi Izin Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Bagi Usaha Mikro Dan Kecil," Jurnal Pelita Ilmu 14, no. 02 (2020): 88–106.

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Perdagangan, mengeluarkan regulasi baru untuk menguatkan tata kelola perdagangan di Indonesia agar adil dan mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat, terutama dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Sebelumnya, perizinan usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang kemudian dicabut dan digantikan oleh Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023.[41]

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 mengatur bahwa setiap pelaku usaha yang berkecimpung dalam perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) wajib memperoleh izin usaha. Izin tersebut diperoleh dengan cara mendaftarkan nomor, nama, dan instansi penerbit izin usaha yang masih berlaku dari negara asal kepada penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik melalui pengajuan permohonan izin usaha ke lembaga OSS. Pelaku usaha yang dimaksud dalam ketentuan ini mencakup perseorangan maupun badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun non badan hukum, yang terlibat dalam perdagangan melalui sistem elektronik, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.[42]

Hal tersebut masih samar-samar dalam memberikan izin usaha kepada pelaku usaha, khususnya penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik

[41] Zahra Afina Mahran and Muhamad Hasan Sebyar, "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Perkembangan *E-commerce* Di Indonesia," Hakim 1, no. 4 (2023): 51–67, https://doi.org/https://doi.org/10.51903/hakim.v1i4.1440

[42] Arum Tarina, "Urgensi Izin Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Bagi Usaha Mikro Dan Kecil," Jurnal Pelita Ilmu 14, no. 02 (2020): 88–106.

(PPMSE) dikarenakan Permendag ini belum mengatur secara tegas tentang model bisnis PPMSE yang berkembang saat ini seperti munculnya sosial *e-commerce*, marketplace, retail online, platform, dan lain-lain.

Menurut studi yang dilakukan oleh Bagas Wicaksena (2022), Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 merupakan turunan dari kebijakan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 yang memerlukan revisi terkait beberapa hal. Ini termasuk penyesuaian jumlah minimal produk dalam negeri yang harus diperdagangkan melalui platform *E-commerce*, penyusunan mekanisme pengawasan yang bersifat kolaboratif yang mencakup pengawasan terhadap konsistensi pelaku usaha untuk mendukung program penjualan produk dalam negeri, serta pembuatan pedoman baku untuk menangani keluhan mengenai predatory pricing. Selain itu, juga diperlukan pengawasan bersama dengan asosiasi marketplace untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, seperti standar nasional Indonesia dan label berbahasa Indonesia.[43]

Maka dari itu, Permendag Nomor 50 Tahun 2020 dicabut karena sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat saat ini sehingga diganti dengan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 telah membawa perbedaan yang signifikan dalam tata kelola perdagangan melalui sistem elektronik bertujuan untuk mempermudah pembinaan dan pengawasan, seperti adanya definisi penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik dengan

[43] Debby Kusuma Andani and Didiek Wahju Indarta, "Pengawasan Hukum Platform *E-commerce* TikTok Dan UMKM Oleh KPPU Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999," Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam 5, no. 2 (2023): 2393–2408, https://doi.org/https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i2.4003

model bisnis seperti retail online, lokapasar atau marketplace, iklan baris online, pelantara atau platform, daily deals, social commerce.

Dalam Pasal 1 disebutkan bahwa retail online merujuk pada pedagang yang memiliki Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dengan platform berupa situs web atau aplikasi yang dibuat, dioperasikan, dan dimiliki oleh pedagang tersebut sendiri. Selanjutnya, lokapasar (marketplace) adalah platform yang menyediakan fasilitas baik sebagian maupun seluruh proses transaksi dalam sistem elektronik bagi pedagang untuk menawarkan barang dan jasa. Sedangkan iklan baris online merujuk pada media yang memfasilitasi pertemuan antara penjual dan pembeli dalam keseluruhan proses transaksi tanpa melibatkan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).[44]

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 Ayat 17 dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, media sosial yang masuk dalam kategori social-commerce diatur sedemikian rupa. Penyelenggara media sosial diperbolehkan hanya menyediakan fitur, menu, dan fasilitas tertentu yang memungkinkan promosi barang dan jasa, sementara transaksi langsung antara penjual dan pembeli tidak diizinkan dalam social-commerce.[45]

Oleh karena itu, penerapan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 memberikan ketentuan yang tegas kepada TikTok, sesuai dengan Pasal 21 Ayat (3), yang menyatakan bahwa Penyelenggara

[44] Imelda Martinelli et al., "Tanggung Jawab Hukum Atas Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Terhadap Kesesuaian Pembelian Produk Pada Video Promosi Platform TikTok Di Indonesia," Unes Law Review 5, no. 4 (2023): 2160–2171, https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i4.576

[45] Zahra Afina Mahran and Muhamad Hasan Sebyar, "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Perkembangan *E-commerce* Di Indonesia," Hakim 1, no. 4 (2023): 51–67, https://doi.org/https://doi.org/10.51903/hakim.v1i4.1440

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) dengan model bisnis social-commerce dilarang menyediakan fasilitas transaksi pembayaran dalam sistem elektronik. Hal ini bertujuan untuk memisahkan antara fungsi media sosial dan marketplace guna mencegah terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat dan potensi kebocoran data pribadi yang dapat termasuk dalam kategori ancaman inadvertent threats, yaitu kebocoran data yang terjadi secara tidak disengaja atau karena kelalaian, serta intentional threats yang mencakup faktor eksternal seperti serangan siber melalui peretasan data, virus, dan lain sebagainya.[46]

Dikeluarkannya Permendag 31 Tahun 2023 ini, membuat TikTok mengambil langkah dengan menggandeng Tokopedia sebagai marketplace dan TikTok Shop hadir kembali pada tanggal 12 Desember 2023 lalu. karena Tokopedia telah melakukan kontrak eksklusif TikTok Shop 340 juta, investasi TikTok ke Tokopedia 840 juta, Promissory note TikTok 1 miliar, total $1,5 miliar. TikTok mengakuisisi 75,01% saham Tokopedia melalui kesepakatan antara TikTok dan PT. GoTo Gojek Tokopedia Tbk (Goto) dengan tujuan memperluas, memperkuat dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia dengan fokus memberikan manfaat bagi pengguna serta pelaku usaha terutama usaha mikro, kecil, dan menengah.[47]

Alasan TikTok memilih Tokopedia sebagai mitra antara lain karena Tokopedia memiliki jumlah pengguna yang besar dan aktif di Indonesia, yang

[46] Nathania Alwi Ramdhani and Imron Musthofa, "Analisis Respons UMKM dan Konten Kreator Terhadap Kebijakan Social Commerce Lewat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023," Jurnal Ekonomi & Bisnis 11, no. 3 (2023): 433–443, https://doi.org/https://doi.org/10.58406/jeb.v11i3.1352

[47] Dyahnesa Harul Puspitaningrum and Febi Theresia Immanuel, "Pedagang Digital Kolaborasi TikTok Shop Dan Tokopedia," Etic (Education and Social Science Journal) 1, no. 2 (2024): 50–54.

PONOROGO

berpotensi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan bergabungnya kedua perusahaan ini, dampaknya dapat memengaruhi ekosistem *E-commerce* di Indonesia, termasuk peningkatan ketergantungan pada teknologi dan digitalisasi dalam menjalankan bisnis, perluasan akses pasar dan pelanggan, peningkatan daya saing dan inovasi dalam bisnis, serta kontribusi terhadap perekonomian nasional.[48]

Kembalinya fitur tambahan TikTok Shop pada aplikasi TikTok kini dikelola dan dioperasikan oleh Tokopedia. Berlakunya Permendag Nomor 31 Tahun 2023 ini dirasa kurang tepat dan terkesan tergesa-gesa karena TikTok Shop yang sempat di tutup pada 4 Oktober 2023 lalu, kini TikTok Shop dapat berjalan seperti biasa dengan menggandeng Tokopedia yang memiliki izin marketplace yang masih tergabung dalam satu aplikasi yang sama.[49]

Dengan bergabungnya dua perusahaan tersebut, menimbulkan kemungkinan berpotensi monopoli di industri *E-commerce,* karena TikTok dan Tokopedia merupakan dua pemain atau perusahaan besar dalam industri ini yang menguasai sebagian besar pangsa pasar *E-commerce* di Indonesia sehingga dapat membuat pemain atau *E-commerce* lainnya kesulitan untuk bersaing. hal ini menjadi menjadi pemicu kekhawatiran terjadinya persaingan usaha tidak sehat dalam industri *E-commerce*.

[48] Moody Rizqy Syailendra and Inayah Fasawwa Putri, "Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM Serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 Terhadap Social Commerce TikTok Shop," Innovative: Journal Of Social Science Research 3, no. 6 (2023): 5087–5100, https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.6520

[49] Rena Rena, Iftitah Dian Humairoh, and Mia Rosmiawati, "Problematika Normatif Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social-Commerce Pada TikTok Shop," Crepido 5, no. 2 (2023): 184–195, https://doi.org/https://doi.org/10.14710/crepido.5.2.184-195

Oleh karena itu, perlunya perizinan usaha berbagai jenis model bisnis untuk menciptakan ekosistem perdagangan melalui sistem elektronik yang sehat dan aman ini dengan dibentuknya Permendag Nomor 31 Tahun 2023 ini mengatur marketplace dan sosial *E-commerce* yakni penyelenggara media sosial memiliki perbedaan dalam perizinannya, sehingga harus dua yang harus diajukan ke Kementerian Perdagangan

D. Penutupan Jual Beli pada Platform Tiktok Menurut Pengguna Tiktok dan Pelaku Bisnis

Perkembangan teknologi digital telah menghasilkan perubahan yang signifikan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam ranah perdagangan. Salah satu terobosan yang mencolok adalah kehadiran platform media sosial yang tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai wadah untuk aktivitas jual beli. TikTok Shop adalah salah satu contoh platform tersebut yang telah berhasil menarik perhatian banyak pengguna dengan menawarkan berbagai produk yang unik dan menarik. Namun, setelah adanya penutupan aktivitas jual beli di TikTok Shop telah menimbulkan berbagai reaksi dari para pengguna setianya.[50]

Wawancara kepada Annisa selaku pengguna dan pernah berbelanja di tiktok shop terkait penutupan jual beli di platform tiktok shop, mengatakan bahwa :

"Saya sangat kecewa karena sekarang kehilangan akses ke beragam produk yang biasanya tersedia di TikTok Shop. Produk-produk yang mereka tawarkan itu unik dan menarik, dan saya jarang menemukannya di tempat lain.

[50] Yazrul Anuar, Raju Moh Hazmi, and Jasman Nazar, "TikTok Shop Vs *E-commerce* Vs Negara: Mencari Titik Keseimbangan Dalam Bingkai Ekonomi Konstitusional," Law Jurnal 4, no. 1 (2023): 1–10.

Selain itu, harganya juga jauh lebih murah dibandingkan platform belanja lainnya. Saya merasa pelayanan di TikTok Shop juga lebih cepat dan responsif."[51]

Selain itu, pengguna lainnya Budi menambahkan:

"Produk yang dijual di TikTok Shop sangat unik dan sulit ditemukan di tempat lain. Harga yang ditawarkan juga sangat kompetitif, sering kali lebih murah dari platform lainnya. Selain itu, saya merasa pengiriman dari TikTok Shop lebih cepat dan pelayanan mereka sangat memuaskan."[52]

Jika dikaitkan dengan platform berbelanja lainnya, menurut para pengguna salah satunya Citra bahwa:

"Ya, ada perbedaan yang signifikan. Di TikTok Shop, saya bisa menemukan produk-produk yang tidak biasa dan menarik, yang hampir tidak pernah saya lihat di platform lain. Selain itu, harga-harga di TikTok Shop jauh lebih terjangkau. Saya juga merasa pelayanan di TikTok Shop lebih cepat dan efisien dibandingkan platform belanja lainnya."[53]

Pengguna lain Dika menambahkan, bahwa:

"Harga di TikTok Shop jauh berbeda, biasanya lebih murah dibandingkan dengan platform lainnya. Pelayanannya juga lebih cepat, dari mulai proses pembelian hingga pengiriman barang. Itu salah satu alasan utama saya sering berbelanja di sana"[54]

Berdasarkan hasil wawancara langsung oleh beberapa pengguna TikTok Shop mengungkapkan bahwa mereka merasa kecewa karena mereka kehilangan akses ke beragam produk yang biasanya tersedia di platform ini. Mereka mencatat bahwa TikTok Shop menawarkan berbagai produk unik dan menarik yang sulit ditemukan di tempat lain, bahkan harga yang ditawarkan jauh berbeda dengan platform lainnya. Selain itu pengguna tersebut juga mengungkapkan bahwa pelayanan platform TikTok Shop lebih cepat di

[51] Annisa, Wawancara Pengguna Tiktok, 19 Mei 2024, 19.30 WIB
[52] Budi, Wawancara Pengguna Tiktok, 19 Mei 2024, 19.40 WIB
[53] Citra, Wawancara Pengguna Tiktok, 19 Mei 2024, 20.00 WIB
[54] Dika, Wawancara Pengguna Tiktok, 19 Mei 2024, 20.25 WIB

bandingkan dengan platform lainnya. Oleh karena itu pengguna tersebut merasa sulit mengambil langkah untuk mencari platform *e-commerce* lain yang mirip dengan TikTok Shop.

Sebaliknya, penghentian operasi platform social commerce tersebut dianggap akan berdampak besar bagi pelaku jual beli daring atau UMKM, salah satunya pelaku bisnis online Dini, Pemilik Toko Aksesoris, bahwa:

"Waktu penutupan TikTok Shop itu mbak sangat mempengaruhi bisnis saya. Produk-produk yang saya jual mengalami ketidakpastian loh. Saya merasa bingung tentang langkah selanjutnya dan sedang mencari alternatif untuk menjual produk saya. Saya telah mencoba beralih ke platform *e-commerce* lainnya seperti shopee, saya malahan dapat tantangan besar dalam membangun kembali basis pelanggan yang sudah saya miliki di TikTok Shop."[55]

Pelaku bisnis online lainnya yaitu Rahmat, selaku penjual pakaian, setelah penutupan tiktok shop merasa menghadapi tantangan yang sulit, mangatakan bahwa:

"Salah satu tantangan terbesar adalah membangun kembali basis pelanggan. Di TikTok Shop, saya memiliki pelanggan setia dan visibilitas yang baik. Sekarang, setelah apenutupan, saya harus mulai dari awal untuk membangun minat konsumen terhadap produk saya. Selain itu, saya merasa kehilangan akses ke pangsa pasar yang signifikan, yang mudah dijangkau melalui TikTok Shop."[56]

Selain itu Tia, selaku pelaku bisnis skincare menambahkan cara mengatasi penutupan jual beli melalui platform tiktok shop, bahwa:

"Saya berusaha untuk beralih ke platform *e-commerce* lain mbak seperti Lazada waktu itu, tetapi tidak mudah. Saya harus membangun kembali mencari pelanggan saya dari awal. Menurut saya sih TikTok Shop memberikan eksposur yang unik dan efektif bagi produk saya, dan saat kehilangan ini membuat saya harus bekerja keras untuk mempromosikan produk di platform lain."[57]

[55] Dini, Wawancara Pelaku Bisnis, 20 Mei 2024, 18.30 WIB
[56] Rahmat, Wawancara Pelaku Bisnis, 20 Mei 2024, 19.00 WIB
[57] Tia, Wawancara Pelaku Bisnis, 20 Mei 2024, 18.30 WIB

Berdasarkan hasil wawancara oleh beberapa pelaku bisnis *e-commerce* TikTok Shop mengungkapkan bahwa produk yang mereka jual di TikTok Shop mengalami ketidakpastian setelah penutupan platform ini. Mereka merasa kebingungan tentang langkah selanjutnya dan mencari alternatif untuk menjual produk mereka. Beberapa di antara mereka berusaha untuk beralih ke platform *e-commerce* lainnya, tetapi menghadapi tantangan dalam membangun kembali basis pelanggan mereka. Selain itu ada juga pelaku bisnis *e-commerce* TikTok Shop yang aktif di TikTok Shop merasa kehilangan akses ke pangsa pasar yang signifikan. Mereka mencatat bahwa platform ini memberikan eksposur yang unik dan efektif bagi produk mereka. Penutupan TikTok Shop membuat mereka harus berjuang untuk membangun kembali visibilitas mereka di platform *e-commerce* lainnya.

Kemudian, potensi gangguan yang sebelumnya dimiliki oleh TikTok Shop adalah kemampuannya untuk menggeser pasar tradisional, yang pada gilirannya dapat mengakibatkan perpindahan konsumen dari pasar konvensional ke platform digital, mengancam eksistensi pasar tradisional yang telah mapan selama bertahun-tahun. Terkait dengan penutupan tersebut, beberapa pedagang tradisional di Pasar Besar Madiun merasa lega, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Siti, seorang penjual pakaian:

"Waktu adanya penutupan TikTok Shop sangat melegakan saya, tetapi sama saja mbak dampaknya masih terasa sampai sekarang. Harga barang di pasar menjadi rusak karena menurut saya harga di TikTok Shop terlalu murah. Ini membuat kami, pedagang pasar tradisional apalagi fashion, kesulitan. Selain itu, saya juga menghadapi tantangan lain seperti mahalnya harga sewa

ruko ditambah lagi sepi. Jadi saya berharap masyarakat kembali berbelanja ke pasar tradisional."[58]

Ibu Ani selaku penjual kosmetik di pasar, menambahkan tantangan yang dihadapi bahwa:

"Tantangan terbesar adalah mengembalikan pelanggan ke pasar tradisional mbak. Meskipun TikTok Shop sudah diatur oleh pemerintah sekarang setelah adanya penutupan, dampaknya masih ada kok saya rasa. Persaingan di aplikasi online antar *e-commerce* juga semakin ketat. Kami berharap ada regulasi yang bisa menjaga keseimbangan antara perdagangan online dan offline agar tidak saling merugikan."[59]

Dari hasil wawancara dengan para pedagang di pasar tradisional, terungkap bahwa kehadiran TikTok Shop telah merusak struktur harga barang di pasar dan memberikan kerugian yang signifikan bagi pedagang pasar tradisional. Selain itu, mereka juga harus menghadapi tantangan lain di luar pengaruh TikTok Shop, seperti kenaikan harga sewa ruko. Meskipun platform jual beli tersebut telah ditutup, dampak yang sudah terjadi seperti perubahan kebiasaan belanja masyarakat dan peningkatan persaingan di platform daring masih terasa oleh para pedagang.

Para pedagang pasar tradisional berharap agar pemerintah mengeluarkan regulasi yang mendukung hubungan yang sehat antara perdagangan daring dan perdagangan konvensional, tanpa merugikan satu sama lain. Mereka berharap bahwa dengan terpenuhinya harapan ini, mereka dapat tetap berperan dalam memajukan perekonomian lokal, melestarikan warisan budaya, dan lebih baik dalam menghadapi serta beradaptasi dengan perkembangan modern.

[58] Siti, Wawancara Pedagang Pasar Tradisional, 21 Mei 2024, 10.20 WIB
[59] Ani, Wawancara Pedagang Pasar Tradisional, 21 Mei 2024, 10.50 WIB

E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penutupan Jual Beli Pada Platform Tiktok

TikTok telah memperoleh Surat Izin Usaha Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing Bidang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (SIUP3A Bidang PMSE) dari Kementerian Perdagangan. Namun, hingga saat ini, TikTok belum mengajukan permohonan izin perdagangan elektronik (electronic commerce). Oleh karena itu, TikTok dengan model bisnis social-commerce dilarang untuk memfasilitasi transaksi pembayaran pada platform elektroniknya.[60]

Pemerintah memutuskan untuk memisahkan platform social commerce dan *e-commerce* karena melihat bahwa jika keduanya digabungkan, akan memberikan keuntungan bagi platform itu sendiri dengan memungkinkan mereka menggunakan algoritma pengguna untuk mengatur iklan yang ditargetkan kepada pengguna.[61]

Kebijakan penutupan TikTok Shop didasarkan pada penemuan bahwa platform tersebut telah merusak ekosistem penjualan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal yang beroperasi secara offline. Pedagang di Tanah Abang mengalami kerugian signifikan, dengan penurunan omset lebih dari 50%, karena mereka kalah bersaing dengan produk impor yang dijual dengan

PONOROGO

[60] Editor BAKRI UMA, "Menggali Jejak Perkembangan TikTok: Dari Musical.ly Hingga Fenomena Global", URL: https://bakri.uma.ac.id/menggali-jejak-perkembangan-tiktok-dari-musical-ly-hingga-fenomena-g lobal/ , (diakses pada 21 Mei 2024, pukul 21.47)

[61] Tim CNN Indonesia, "Mengapa TikTok Shop Bisa Membunuh UMKM Indonesia?", URL: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230919103145-92-1000791/mengapa-tiktok-shop-bisa-membunuh-umkm-indonesia/1 . (diakses pada 21 Mei 2023, pukul 22.00)

harga yang lebih murah daripada di pusat grosir terbesar di Asia Tenggara ini.[62] Kebijakan larangan TikTok Shop diharapkan mampu melindungi UMKM dari serbuan barang impor dan penetapan harga predator (*predatory pricing*).

Kontroversi seputar TikTok Shop dimulai ketika Menteri Koperasi menyatakan kekhawatirannya terhadap Project S TikTok Shop, yang dicurigai sebagai strategi khusus oleh ByteDance untuk mengumpulkan data tentang produk yang populer di suatu negara. Ada kekhawatiran bahwa produk-produk tersebut kemungkinan akan diproduksi di Tiongkok dan kemudian dipasarkan kembali melalui TikTok Shop. Hal ini dianggap dapat mendorong pemasaran produk-produk Tiongkok dan berpotensi mengurangi kinerja produk lokal.[63]

Alasan penutupan TikTok Shop di Indonesia adalah karena masalah perizinan yang berhubungan dengan bisnis *e-commerce*. TikTok Shop hanya memiliki izin sebagai Kantor Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing (KP3A), sedangkan untuk beroperasi sebagai platform *e-commerce*, TikTok Shop harus memiliki izin sesuai aturan yang berlaku terkait *e-commerce*. Selain itu, penutupan TikTok Shop juga berdampak pada UMKM dan ekonomi Indonesia, karena banyak pelaku UMKM kehilangan pasar dan daya beli menurun akibat penutupan tersebut. TikTok Shop menargetkan nilai transaksi atau GMV (Gross Merchandise Value) sebesar US$ 20 miliar tahun ini, dengan

PONOROGO

[62] Maulina Ulfa, "TikTok Shop Ditutup, Potensi Ekonomi Social Commerce Bisa Meredup", URL: https://www.idxchannel.com/economics/tiktok-shop-ditutup-potensi-ekonomi-social-commerce-bisa-meredup, (diakses pada 21 Mei 2024, pukul 22.02)

[63] Shohib Muslim, Muktar, dan Supena Diansah, "Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia", Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains, Vol. 02, No.10 (Oktober 2023), 958.

sekitar Rp 230 triliun berasal dari Asia Tenggara, dan sebagian besar dari Indonesia. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi penutupan tiktokshop di Indonesia:[64]

1. Kepatuhan regulasi

   Tutupnya TikTok Shop mungkin disebabkan oleh kegagalan dalam memenuhi persyaratan regulasi pemerintah Indonesia. Ini bisa mencakup masalah perlindungan data pengguna, kewajiban pajak, atau ketentuan bisnis lainnya. Penutupan ini dilaksanakan berdasarkan ketentuan dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023, yang secara tegas melarang penggabungan media sosial dengan layanan transaksi *e-commerce*. Pemerintah Indonesia mengharapkan agar platform social commerce hanya digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa tanpa menyediakan fasilitas transaksi jual-beli langsung.[65]

2. Perlindungan Data Pengguna

   Salah satu persyaratan kunci bagi platform seperti TikTok Shop adalah perlindungan data pengguna. Pemerintah Indonesia telah menerapkan regulasi ketat terkait perlindungan data pribadi pengguna, dan platform *e-commerce* diwajibkan untuk mematuhi peraturan tersebut. Mungkin TikTok Shop menghadapi masalah terkait perlindungan data pengguna. Kemungkinan terjadi pelanggaran privasi pengguna, seperti pengumpulan

PONOROGO

[64] "Penyebab Ditutupnya Tiktokshop Di Indonesia," n.d., https://pmb.itats.ac.id/penyebab-ditutupnya-tiktok-shop-di-indonesia/.

[65] Rena Rena, Iftitah Dian Humairoh, and Mia Rosmiawati, "Problematika Normatif Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social-Commerce Pada TikTok Shop," Crepido 5, no. 2 (2023): 184–195, https://doi.org/https://doi.org/10.14710/crepido.5.2.184-195

data tanpa izin yang memadai atau penyimpanan data yang tidak aman. Keamanan data pengguna adalah aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh platform *e-commerce*, dan pelanggaran dalam hal ini dapat berujung pada tindakan hukum dan penutupan.

3. Keluhan Masyarakat

   Banyak keluhan dari masyarakat mengenai serbuan barang murah asing yang dijual melalui TikTok Shop. Hal ini dianggap merugikan pelaku usaha lokal karena persaingan harga yang tidak sehat. TikTok Shop dianggap melanggar peraturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang seharusnya tidak menyediakan fitur transaksi jual-beli.

4. Persyaratan Bisnis Lainya

   Selain menghadapi tantangan terkait perlindungan data dan pajak, TikTok Shop juga harus mematuhi berbagai persyaratan bisnis lainnya yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini mencakup persyaratan izin usaha, ketaatan terhadap standar perdagangan elektronik, serta berbagai persyaratan hukum lainnya. Kemungkinan besar, pelanggaran terhadap beberapa aspek ini juga dapat mengakibatkan penutupan TikTok Shop.

5. Isu Pajak

   Pajak merupakan aspek penting dalam operasional bisnis *e-commerce*. TikTok Shop, seperti platform *e-commerce* lainnya, diharuskan untuk mematuhi kewajiban pajak sesuai dengan regulasi yang berlaku di Indonesia. Ketidakpatuhan terhadap peraturan pajak bisa menjadi salah satu alasan di balik penutupan TikTok Shop. Kemungkinan besar, terdapat

masalah terkait pembayaran pajak atau pelaporan yang tidak akurat. Hal ini dapat menciptakan ketidaksetaraan dalam persaingan bisnis dengan pelaku usaha lokal yang mentaati semua ketentuan pajak yang berlaku.[66]

Penutupan TikTok Shop di Indonesia menekankan pentingnya kepatuhan terhadap regulasi dan keamanan dalam bisnis *e-commerce*. Regulasi yang ketat diperlukan untuk melindungi konsumen dan mengurangi potensi risiko yang terkait dengan platform seperti TikTok Shop. Contoh penutupan TikTok Shop adalah ilustrasi yang jelas tentang bagaimana masalah keamanan data dapat memiliki dampak serius. Di era digital ini, pemahaman akan regulasi dan keamanan data menjadi semakin vital bagi bisnis online yang ingin sukses.

Dalam hal ini dapat kita ketahui bahwasanya faktor dalam penutupan tiktok shop disebabkan oleh adanya beberpa faktor, termasuk kepatuhan terhadap regulasi, isu pajak, peraturan dalam mengatur platform kebijakan pemerintahan. Penutupan tersebut (tiktok Shop) dapat berdampak pada bisnis e-comerce di indonesia dan dapat menyebabkan kerugian bagi para pedagang dan pengusaha yang terlibat dalam bisnis e-comerce.

F. Tinjauan *Maqāṣid syarî'ah* Terhadap Penutupan Jual Beli Pada Platform Tiktok

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 memiliki konsekuensi besar terhadap penghentian kegiatan jual beli di platform

[66] Moody Rizqy Syailendra and Inayah Fasawwa Putri, "Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM Serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 Terhadap Social Commerce TikTok Shop," Innovative: Journal Of Social Science Research 3, no. 6 (2023): 5087–5100, https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.6520

TikTok Shop di Indonesia. Permendag No. 31/2023 mengeluarkan larangan bagi platform social commerce seperti TikTok Shop untuk menyediakan layanan pembayaran atau melakukan transaksi jual beli. Pasal 21 ayat 3 dari Permendag No. 31 Tahun 2023 menegaskan bahwa platform social commerce hanya diizinkan untuk melakukan promosi produk dan jasa. TikTok Shop, sebagai salah satu platform social commerce di Indonesia, harus menutup layanan transaksi pada tanggal 4 Oktober 2023 demi mematuhi ketentuan Permendag No. 31/2023. TikTok mengumumkan bahwa mereka tidak akan menyediakan fasilitas transaksi jual beli barang di TikTok Shop Indonesia. Dampak dari regulasi ini sangat signifikan terhadap keberadaan social commerce di Indonesia, yang tidak diizinkan untuk memfasilitasi pembayaran dalam sistem elektroniknya.[67]

Tujuan Permendag No. 31/2023 adalah untuk memisahkan platform social commerce yang mengintegrasikan media sosial dan *e-commerce*. Langkah ini bertujuan agar platform social commerce seperti TikTok Shop tidak memiliki keunggulan akses terhadap algoritma tertentu. Selain itu, regulasi ini juga bertujuan untuk merespons keluhan dari pedagang, menanggapi penurunan aktivitas jual beli di pasar tradisional, serta memastikan kesetaraan bagi semua pelaku usaha, termasuk UMKM, dalam perdagangan online.[68]

[67] Nathania Alwi Ramdhani and Imron Musthofa, "Analisis Respons UMKM dan Konten Kreator Terhadap Kebijakan Social Commerce Lewat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023," Jurnal Ekonomi & Bisnis 11, no. 3 (2023): 433–443, https://doi.org/https://doi.org/10.58406/jeb.v11i3.1352

[68] Zahra Afina Mahran and Muhamad Hasan Sebyar, "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Perkembangan *E-commerce* Di Indonesia," Hakim 1, no. 4 (2023): 51–67, https://doi.org/https://doi.org/10.51903/hakim.v1i4.1440

Namun, keputusan pemerintah dalam menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dianggap kurang mempertimbangkan kondisi yang ada secara menyeluruh. Penyelenggaraan regulasi tersebut hanya melihat dari satu perspektif saja. Terlebih lagi, kebijakan ini berdampak pada kreator affiliate yang telah lama bergabung dengan TikTok Shop, yang jumlahnya mencapai 7 juta pengguna. Penghentian aktivitas ekonomi di TikTok Shop mengakibatkan penurunan omzet bagi kreator affiliate atau pelaku bisnis online, karena mereka tidak lagi dapat melakukan promosi produk seperti sebelumnya. Hal ini juga menimbulkan kekecewaan bagi kreator affiliate, mengingat dominasi pengguna aplikasi TikTok yang cukup besar di Indonesia dibandingkan dengan aplikasi lainnya.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara kepada beberapa pelaku bisnis *e-commerce* TikTok Shop mengungkapkan bahwa produk yang mereka jual di TikTok Shop mengalami ketidakpastian setelah penutupan platform ini. Mereka merasa kebingungan tentang langkah selanjutnya dan mencari alternatif untuk menjual produk mereka. Beberapa di antara mereka berusaha untuk beralih ke platform *e-commerce* lainnya, tetapi menghadapi tantangan dalam membangun kembali basis pelanggan mereka. Selain itu ada juga pelaku bisnis *e-commerce* TikTok Shop yang aktif di TikTok Shop merasa kehilangan akses ke pangsa pasar yang signifikan.

Berdasarkan wawancara dengan pelaku bisnis dan pengguna, kebijakan pemerintah dalam mengeluarkan regulasi ini dinilai kurang tepat dan terkesan terburu-buru dalam menyahkan Peraturan Menteri Perdagangan. Hal ini karena TikTok Shop masih beroperasi seperti biasa dan belum ditutup sepenuhnya. Jika pemerintah bertujuan untuk membatasi skala distributor barang impor dalam TikTok Shop dan lebih mendukung produk lokal dari UMKM, maka penting bagi pemerintah untuk berkomunikasi dengan perusahaan TikTok terkait pembatasan tersebut.[69]

Dalam analisis kategori Dharuriyah, penutupan jual beli di TikTok dapat dilihat dari sudut pandang penegakan kemaslahatan agama dan dunia yang mendasar. Dharuriyah mencakup kebutuhan dasar yang sangat penting dan harus dipenuhi segera untuk menjaga kemaslahatan umat manusia baik di dunia maupun akhirat. Jika dilihat dari perspektif ini, jual beli melalui platform digital seperti TikTok memiliki peran signifikan dalam memenuhi kebutuhan primer manusia, seperti sandang, pangan, dan papan.

Namun, jika praktik jual beli di TikTok tidak diatur dengan baik dan melanggar prinsip-prinsip syariah, hal ini dapat menimbulkan kerusakan yang luas. Misalnya, adanya penipuan, barang palsu, atau konten yang tidak etis dapat merusak kepercayaan konsumen dan menyebabkan kerugian ekonomi. Lebih jauh lagi, jika konten-konten jual beli tersebut mengandung unsur yang bertentangan dengan ajaran agama, seperti pornografi atau produk haram, maka hal ini bisa merusak tatanan moral dan spiritual masyarakat.

[69] Rena, Iftitah Dian Humairoh, Problematika Normatif dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social-Commerce pada Tiktok Shop, JURNAL CREPIDO, Volume 05, Nomor 02, 2023

Oleh karena itu, dalam konteks dharuriyah, sangat penting untuk memastikan bahwa jual beli di TikTok dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menjaga kemaslahatan umat. Pemerintah dan pemangku kepentingan harus mengambil langkah-langkah untuk mengatur dan mengawasi aktivitas jual beli di platform ini, memastikan bahwa barang dan jasa yang dijual memenuhi standar halal dan thayyib (baik dan berkualitas). Dengan demikian, kebutuhan dasar masyarakat dapat terpenuhi tanpa mengorbankan nilai-nilai agama dan moral yang penting bagi kelangsungan hidup yang sejahtera di dunia dan akhirat.

Maqashid syariah adalah tujuan atau maksud syariah yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan umat manusia dan mencegah kerusakan. Dalam konteks penutupan jual beli di TikTok, esensi maqashid syariah dapat dianalisis dari beberapa aspek utama, yaitu perlindungan agama (*hifz al-din*), perlindungan jiwa (*hifz al-nafs*), perlindungan akal (*hifz al-aql*), perlindungan keturunan (*hifz al-nasl*), dan perlindungan harta (*hifz al-mal*).

TikTok, platform media sosial yang awalnya populer untuk konten video pendek, kini telah menjadi wadah aktivitas dan penjualan online. Fenomena ini menimbulkan berbagai pertanyaan dari perspektif hukum Islam, khususnya mengenai kesesuaian dengan *Maqāṣid syarî'ah* atau tujuan-tujuan *Syarî'ah*. *Maqāṣid syarî'ah* adalah prinsip-prinsip yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan manusia melalui pemeliharaan lima kebutuhan dasar:

agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.[70] Adapun analisis dalam *Maqāṣid syarî'ah* sebagai berikut:

1. Pemeliharaan Agama

Dalam konteks jual beli TikTok, aspek menjaga agama meliputi sifat halal produk yang diperjualbelikan dan kepatuhan transaksi terhadap prinsip *syarî'ah*. Membeli dan menjual di TikTok harus memastikan produk yang dijual halal dan tidak melanggar ketentuan Misalnya produk haram seperti alkohol dan produk yang mengandung unsur perjudian tidak boleh dijual.

Memelihara agama dalam konteks perdagangan berarti memastikan aktivitas ekonomi dilakukan secara adil, jujur, dan sesuai dengan prinsip *syarî'ah*. Penutupan TikTok Shop bisa dilihat sebagai langkah untuk mengatur dan mengawasi praktik jual beli agar sesuai dengan nilai-nilai kejujuran dan keadilan. Pengawasan yang lebih ketat terhadap perdagangan daring bisa mencegah praktik kecurangan dan penipuan, yang pada akhirnya mendukung integritas dan moralitas dalam perdagangan.

Selain itu, Penutupan TikTok Shop dapat mendorong peningkatan pengawasan terhadap produk yang dijual dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip *syarî'ah*, seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan penjualan barang haram. Hal ini berdasarkan wawancara pengguna bahwa mereka merasa puas dengan harga dan

[70] 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

pelayanan di TikTok Shop. Dengan pengawasan yang lebih ketat, transaksi di platform lain dapat lebih sesuai dengan prinsip-prinsip *syarî'ah*.

Dengan adanya regulasi yang lebih ketat setelah penutupan TikTok Shop, diharapkan bahwa perdagangan di platform lain akan lebih transparan dan adil, mencegah praktik curang dan menipu yang bertentangan dengan ajaran Islam. Berdasar wawancara Pedagang pasar tradisional berharap adanya regulasi yang bisa menjaga keseimbangan antara perdagangan online dan offline, sehingga perdagangan dapat dilakukan dengan lebih adil. Oleh karena itu Penutupan TikTok Shop dapat mendukung pemeliharaan agama dengan meningkatkan pengawasan dan memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip *syarî'ah*.

2. Pemeliharaan Jiwa

Kegiatan jual beli di TikTok harus memperhatikan keselamatan dan kesejahteraan konsumen. Penjual harus memastikan bahwa produk yang dijual layak digunakan dan tidak membahayakan konsumen. Selain hal tersebut, praktik bisnis yang jujur dan menipu juga penting untuk menopang kehidupan, karena penipuan dapat merugikan konsumen secara fisik dan psikologis. Penutupan TikTok Shop bisa berdampak pada kesejahteraan psikologis pengguna dan pelaku bisnis.

Pengguna merasa kecewa dan kehilangan akses ke produk murah, sementara UMKM merasa tertekan akibat ketidakpastian bisnis. Namun, langkah ini juga dapat dilihat sebagai upaya untuk melindungi konsumen dari produk-produk yang mungkin tidak memenuhi standar kesehatan dan

keselamatan. Pengawasan yang lebih ketat dapat memastikan produk yang dijual aman dan berkualitas, sehingga melindungi kesehatan dan keselamatan konsumen.

Bagi para pengguna dan pelaku bisnis yang aktif di TikTok Shop, penutupan platform ini dapat menyebabkan perasaan ketidakpastian, kebingungan, dan bahkan kehilangan identitas karena kehilangan akses ke komunitas online yang mereka kenal. Berdasarkan wawancara Pelaku bisnis mengalami ketidakpastian tentang langkah selanjutnya dalam bisnis mereka, yang dapat menimbulkan stres dan kecemasan. Oleh karena itu, Penutupan TikTok Shop memiliki dampak yang kompleks terhadap pemeliharaan jiwa

3. Pemeliharaan Akal

Penggunaan TikTok sebagai platform jual beli membantu menjaga kecerdasan dengan memberikan informasi tentang produk dan cara membelinya Namun konten yang menyesatkan atau palsu dapat merugikan dan merugikan pemahaman konsumen. Oleh karena itu, transparansi dan kejujuran dalam menyebarkan informasi produk sangat penting.

Memelihara akal dalam konteks ini berarti memastikan bahwa masyarakat dapat membuat keputusan yang bijaksana dan informasi yang akurat tentang produk yang mereka beli. Penutupan TikTok Shop dapat meningkatkan kualitas informasi yang tersedia bagi konsumen, karena produk yang dijual melalui platform yang diatur dengan baik lebih cenderung memiliki deskripsi yang jelas dan jujur. Ini membantu

konsumen membuat pilihan yang lebih baik dan terinformasi. Dengan penutupan TikTok Shop, individu dapat mengalihkan fokus mereka dari aktivitas belanja online yang mungkin impulsif atau tidak produktif ke aktivitas yang lebih mendukung pengembangan akal

4. Pemeliharaan Keturunan

Aspek ini menyangkut bagaimana kegiatan dapat mempengaruhi nilai-nilai moral dan sosial masyarakat Iklan dan promosi yang vulgar atau tidak pantas dapat merugikan moral, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi pengguna utama TikTok. Oleh karena itu, dalam jual beli konten harus memperhatikan etika dan kesantunan yang sesuai dengan Islam.

Maqāṣid syarî'ah mengajarkan bahwa memelihara keturunan (hifz an-nasl) berarti memastikan keselamatan dan kesejahteraan generasi mendatang. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti kesehatan, pendidikan, dan keamanan ekonomi keluarga.

Dengan penutupan TikTok Shop, ada potensi untuk memperketat regulasi dan pengawasan terhadap produk yang dijual secara online. Ini dapat membantu memastikan bahwa produk yang dijual aman dan sesuai dengan standar kualitas yang berlaku.

Penutupan platform seperti TikTok Shop dapat mendorong keluarga untuk kembali berbelanja di toko-toko lokal atau pasar tradisional yang lebih terkontrol. Ini bisa membantu mendukung ekonomi lokal dan menjaga stabilitas keuangan keluarga. Hal ini berdasarkan wawancara

kepada seorang pedagang pakaian di pasar tradisional, yang merasa bahwa penutupan TikTok Shop bisa membantu mengembalikan pelanggan ke pasar tradisional, yang pada akhirnya dapat memberikan stabilitas ekonomi bagi pedagang lokal.

5. Pemeliharaan Harta

Platform TikTok harus memastikan transaksi jual beli dilakukan secara wajar dan tidak mengandung unsur penipuan. Perlindungan hak konsumen dan penjual terjamin. Sistem pembayaran dan pengiriman juga harus transparan dan dapat dipercaya untuk menghindari kerugian.

Memelihara harta berarti memastikan bahwa transaksi ekonomi dilakukan secara adil dan transparan, serta melindungi hak-hak ekonomi individu dan bisnis. Penutupan TikTok Shop bisa merugikan UMKM yang telah mengandalkan platform tersebut, namun juga membuka peluang bagi regulasi yang lebih baik untuk melindungi hak konsumen dan penjual. Dalam jangka panjang, regulasi yang baik dapat menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih stabil dan adil, yang mendukung keberlanjutan ekonomi baik untuk konsumen maupun pelaku bisnis.

Bagi pelaku bisnis yang bergantung pada TikTok Shop sebagai sumber pendapatan utama, penutupan platform ini dapat berdampak negatif pada penghasilan dan kestabilan keuangan mereka. Seperti wawancara oleh pelaku bisnis online yang mengalami penurunan pendapatan dan kesulitan dalam membangun kembali basis pelanggan mereka setelah penutupan TikTok Shop.

Penutupan jual beli pada platform TikTok dapat dianalisis dari sudut pandang *Maqāṣid syarî'ah* dengan menempatkan penekanan pada menjaga agama, jiwa, ruh, garis keturunan dan properti. Untuk mematuhi *Maqāṣid syarî'ah*, penjual pembeli di TikTok harus mengikuti prinsip *syarî'ah* dalam semua aspek transaksinya. Hal ini mencakup produk halal, kejujuran dan transparansi dalam bisnis, keamanan produk dan etika dalam konten. Dengan menjunjung tinggi *Maqāṣid syarî'ah*, maka jual beli tidak hanya akan membawa manfaat secara ekonomi, namun juga akan mendatangkan kesejahteraan dan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat.

Dalam hal ini telaah pada *Maqāṣid syarî'ah* dapat disimpulkan bahwa penutupan platfom tiktokshop ini di benarkan. Karena hal ini masih belum sesuai dengan *Maqāṣid syarî'ah*. Hal ini ditinjau dari data yang ada diatas terkait dengan beberapa faktor yang menjadi penyebab penutupan platform tiktokshop tersebut masih bertentangan dan belum sesuai dengan *Maqāṣid syarî'ah*.

PONOROGO

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarakan uraian dalam bab-bab sebelumnya maka sesuai dengan rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti, peneliti memperoleh kesimpulan mengenai penutupan jual beli pada platform tiktok

1. Penutupan TikTok Shop di Indonesia disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk ketidakpatuhan terhadap regulasi pemerintah terkait perlindungan data pengguna, masalah perizinan, keluhan masyarakat tentang persaingan tidak sehat dengan produk asing, serta isu perpajakan. TikTok Shop, yang hanya memiliki izin sebagai Kantor Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing (KP3A), tidak memenuhi persyaratan untuk beroperasi sebagai platform *e-commerce* penuh, sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang melarang penggabungan media sosial dengan layanan transaksi *e-commerce*. Penutupan ini bertujuan melindungi UMKM lokal dari persaingan harga yang merugikan dan memastikan kepatuhan terhadap standar bisnis dan hukum di Indonesia.
2. Penutupan TikTok Shop di Indonesia akibat penerapan Permendag No. 31 Tahun 2023 memiliki dampak signifikan bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk kreator afiliasi, pelaku bisnis online, dan konsumen. Meskipun peraturan ini bertujuan untuk memisahkan platform social commerce dari *e-commerce* guna mencegah dominasi algoritma dan menanggapi keluhan pedagang konvensional, serta

memastikan kesetaraan bagi UMKM, pelaksanaannya dirasa tergesa-gesa dan kurang memperhatikan kondisi aktual. Dari perspektif *Maqāṣid syarî'ah*, penutupan TikTok Shop dapat dibenarkan jika dilihat dari tujuan memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Penutupan ini dapat mendorong pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik jual beli agar sesuai dengan prinsip *syarî'ah*, melindungi konsumen dari produk tidak aman, meningkatkan kualitas informasi produk, dan mendukung ekonomi lokal. Namun, di sisi lain, kebijakan ini menimbulkan ketidakpastian dan kesulitan bagi pelaku bisnis yang bergantung pada TikTok Shop. Oleh karena itu, penutupan TikTok Shop dapat dianggap sebagai langkah yang sesuai dengan *syarî'ah*, meskipun implementasinya memerlukan penyesuaian agar lebih adil dan efektif bagi semua pihak yang terlibat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti paparakan diatas peneliti memberikan saran-saran antara lain sebagai berikut:

1. Pemerintah perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap regulasi yang ada, termasuk Permendag No. 31/2023, untuk memastikan bahwa kebijakan yang diterapkan dapat mengakomodasi kebutuhan dan dinamika pasar yang berkembang pesat, serta memperhitungkan dampaknya terhadap pelaku bisnis, terutama UMKM.
2. Diperlukan peningkatan pengawasan dan penegakan hukum yang efektif terhadap platform-platform *e-commerce* dan social commerce

untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi, serta untuk melindungi konsumen dari praktik yang merugikan. Ini juga dapat membantu mengurangi ketidakpastian di kalangan pelaku bisnis.

PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

Afrizan, Robi. *Money from Tiktok*. Bandung: Penerbit Khaira, 2022.

Ai Nur Sa'adah, Ayu Rosma, dan Dea Aulia, 2022, "Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur TikTok Shop Pada Aplikasi TikTok," Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan 2, no. 5.

Aji Damanuri. *Metode Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN PO Press.

Annur, Cindy Mutia. "Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global per Kuartal II (2018-2022)" dalam https://databoks.katadata.co.id/datapublish, diakses pada tanggal 10 November 2023, jam 19.05.

Arikunto, Suharsismi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Arum Tarina, 2020, "Urgensi Izin Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Bagi Usaha Mikro Dan Kecil," Jurnal Pelita Ilmu 14, no. 02

Aulia Damayanti. "Terungkap Alasan Tiktokshop Ditutup", 20 Mei 2024, https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-6966407/terungkap-alasan-tiktok-shop-ditutup#:~:text=TikTok%20Shop%20resmi%20ditutup%20pada,izin%20berdagang%20bagi%20e%2Dcommerce.

Budi Dharma and M Rafiq Efrianda, 2023, "Analisis Penjualan Online Melalui Media Sosial TikTok," Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi (Jupea) 3, no. 3

Chapra, M.Umer. *Masa Depan Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Gema Insani, 2001.

Debby Kusuma Andani and Didiek Wahju Indarta, 2023, "Pengawasan Hukum Platform *E-commerce* TikTok Dan UMKM Oleh KPPU Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999," Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam 5, no. 2

Deddy Ahmad Fajar, Farah Nur Fauziah, dan Khurriyatul Mutrofin, 2022, "Predatory Pricing Melumpuhkan UMKM Indonesia: Studi Kasus TikTok Shop," Jurnal El-Idaarah 2, no. 2

Dharma, Ida Bagus R.A. Perspektif Hukum Pidana Terhadap Pengguna Aplikasi Tiktok Berkonten Pornografi. *Skripsi*. Palembang: Universitas Sriwijaya, 2019.

Dyahnesa Harul Puspitaningrum and Febi Theresia Immanuel, 2024, "Pedagang Digital Kolaborasi TikTok Shop Dan Tokopedia," Etic (Education and Social Science Journal) 1, no. 2

Editor BAKRI UMA, "Menggali Jejak Perkembangan TikTok: Dari Musical.ly Hingga Fenomena Global", URL: https://bakri.uma.ac.id/menggali-jejak-perkembangan-tiktok-dari-musical-ly-hingga-fenomena-g lobal/ , (diakses pada 21 Mei 2024, pukul 21.47)

Elvaryani, Remmy Meisito Fatmanda. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pemasaran Aplikasi Tiktok Shop.* Skripsi. Surakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta, 2022

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 SYARÎ'AH Universitas Malikussaleh)," JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar

Faesal Faesal et al., 2024, "Dampak Penutupan TikTok Shop Dalam Penjualan Produk:(Studi Kasus Pedagang TikTokShop Di Desa Ambokembang, Kedungwuni)," Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen 3, no. 1

Fauzia, Ika Y. dan Riyadi, A.K. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashid Al- SYARÎ'AH.* Jakarta: Kencana, 2014.

Febi Fatlika Nurussofiah et al., 2022, "Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi," Development: Journal of Community Engagement 1, no. 2

Gading Nugroho and Nina Yuliana, 2023, "Penutupan TikTok Shop Memengaruhi Ekonomi Digital di Indonesia," Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial 2, no. 4

Hanif Rahadian. "Polemik Tiktok Shop di Indonesia, Efektivitas Kebijakan Pemerintah Dipertanyakan, 21 Mei 2024, https://mediaindonesia.com/ekonomi/619127/polemik-tiktok-shop-di-indonesia-efektivitas-kebijakan-pemerintah-dipertanyakan

Imelda Martinelli et al., 2023, "Tanggung Jawab Hukum Atas Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Terhadap Kesesuaian Pembelian Produk Pada Video Promosi Platform TikTok Di Indonesia," Unes Law Review 5, no. 4

Isna Ayu Safitri Kusuma Dewi et al., 2023,"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

Margaretha Rosa Anjani and Budi Santoso, 2018, "Urgensi Rekonstruksi Hukum *E-commerce* Di Indonesia," Law Reform 14, no. 1

Maulina Ulfa, "TikTok Shop Ditutup, Potensi Ekonomi Social Commerce Bisa Meredup", URL: https://www.idxchannel.com/economics/tiktok-shop-ditutup-potensi-ekonomi-social-commerce-bisa-meredup, (diakses pada 21 Mei 2024, pukul 22.02)

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

Moody Rizqy Syailendra and Inayah Fasawwa Putri, 2023, "Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM Serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 Terhadap Social Commerce TikTok Shop," Innovative: Journal Of Social Science Research 3, no. 6

Muh. Fathir Maulid Yusuf, 2024, "Dampak Penutupan Tiktok Shop Terhadap Pengguna Dan Pelaku Bisnis Dalam *E-commerce*", (JISDIK), Vol. 02 No. 01

Nasution, Muhammad S.A dan Nasution, Rahmat H. *Filsafat Hukum Islam Dan Maqashid SYARÎ'AH*. Jakarta: Kencana, 2020.

Nasution. *Metodologi Naturalistik Kualitatif* . Bandung: Tarsito, 1992.

Nathania Alwi Ramdhani and Imron Musthofa, 2023, "Analisis Respons UMKM dan Konten Kreator Terhadap Kebijakan Social Commerce Lewat Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023," Jurnal Ekonomi & Bisnis 11, no. 3

Nurhidayah, Wahyu. *Tinjauan MAQĀṢID SYARÎ'AH terhadap fitur live streaming aplikasi tiktok.* Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022

Penjelasan Pasal 2 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Rena Rena, Iftitah Dian Humairoh, and Mia Rosmiawati, 2023, "Problematika Normatif Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social-Commerce Pada TikTok Shop," Crepido 5, no. 2

Sarwono, Jonatan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.

Shohib Muslim, Muktar, dan Supena Diansah, 2023, "Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis di Indonesia", Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains, Vol. 02, No.10

Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Sunaryo, Agus dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Purwokerto: t.p, 2019.

Tim CNN Indonesia, "Mengapa TikTok Shop Bisa Membunuh UMKM Indonesia?", URL: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230919103145-92-1000791/mengapa-tiktok-shop-bis a-membunuh-umkm-indonesia/1 . (diakses pada 21 Mei 2023, pukul 22.00)

Tim Detikinet. 2023. Dilarang Jualan di Indonesia, ini Daftar Negara yang Blokir TikTok. Diunduh https://inet.detik.com/law-and-policy/d-6958017/dilarang-jualan-di-indonesia-ini-daftar-17-negara-yang-blokir-TikTok pada Tanggal 19 Mei 2024 Pukul 12.13 WIB

Wahed, *Aplikasi Zakat Zira'ah (Pertanian) Pada Masyarakat Daerah Aliran Saluran Kiricekdam Samiran Proppo Pamekasan.* Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017.

Yasep Azzery, 2022, "Analysis of *E-commerce* Growth in the Industrial Age 4.0 in Indonesia," International Journal of Engineering Continuity 1, no. 1

Yazrul Anuar, Raju Moh Hazmi, and Jasman Nazar, 2023, "TikTok Shop Vs *E-commerce* Vs Negara: Mencari Titik Keseimbangan Dalam Bingkai Ekonomi Konstitusional," Law Jurnal 4, no. 1

Zahra Afina Mahran and Muhamad Hasan Sebyar, 2023, "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Perkembangan *E-commerce* Di Indonesia," Hakim 1, no. 4

Ani, 2024, Wawancara Pedagang Pasar Tradisional

Annisa, 2024, Wawancara Pengguna Tiktok

Budi, 2024, Wawancara Pengguna Tiktok

Citra, 2024, Wawancara Pengguna Tiktok

Dika, 2024, Wawancara Pengguna Tiktok

Dini, 2024, Wawancara Pelaku Bisnis

Rahmat, 2024, Wawancara Pelaku Bisnis

Siti, 2024, Wawancara Pedagang Pasar Tradisional

Tia, 2024, Wawancara Pelaku Bisnis

PONOROGO