

# PEMBATASAN TIKTOK SHOP MENURUT PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN NOMOR 31 TAHUN 2023 TENTANG PERIZINAN BERUSAHA, PERIKLANAN, PEMBINAAN, DAN PENGAWASAN PELAKU USAHA DALAM PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK

*Linda Margareta, Isnawati, Gusti Heliana Safitri*

*Fakultas Hukum  
Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*

## **ABSTRAK.**

TikTok Shop telah berkembang pesat sejak pertama kali diperkenalkan, menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan transaksi tanpa harus meninggalkan aplikasi TikTok. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 memberikan pembatasan terhadap TikTok Shop yang sangat penting dalam menjaga persaingan yang sehat. Pembatasan tersebut mengatur agar media sosial tidak berfungsi sebagai penjual langsung, tetapi hanya sebagai platform untuk memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli. Penelitian ini menganalisis implementasi pembatasan TikTok Shop menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 terhadap pelaku usaha e-commerce. dan pembatasan mengenai larangan media sosial menjadi penjual langsung dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 sudah efektif dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang sehat. Implementasi pembatasan TikTok Shop menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 memberikan dampak signifikan terhadap pelaku usaha e-commerce di Indonesia. Pembatasan ini, yang mengatur kewajiban perizinan usaha, larangan TikTok untuk menjadi penjual langsung, serta pengawasan transaksi, bertujuan untuk menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang sehat dan adil. Pemerintah harus memperkuat mekanisme pengawasan terhadap platform e-commerce besar,

seperti TikTok, dengan memanfaatkan teknologi dan sumber daya manusia yang memadai. Dan agar pemerintah memperkuat mekanisme pengawasan terhadap platform e-commerce besar, seperti TikTok, dengan memanfaatkan teknologi dan sumber daya manusia yang memadai.

**Kata kunci:** E-commerce, Pembatasan TikTokShop, Perlindungan Hukum.

## **TIKTOK SHOP RESTRICTIONS ACCORDING TO THE REGULATION OF THE MINISTER OF TRADE NUMBER 31 OF 2023 CONCERNING BUSINESS LICENSING, ADVERTISING, COACHING, AND SUPERVISION OF BUSINESS ACTORS IN TRADE THROUGH ELECTRONIC SYSTEMS**

### **ABSTRACT.**

*TikTok Shop has grown tremendously since it was first introduced, offering ease for users to make transactions without having to leave the TikTok app. Regulation of the Minister of Trade Number 31 of 2023 provides restrictions on TikTok Shops, which are very important in maintaining healthy competition. The restriction stipulates that social media does not function as a direct seller, but only as a platform to facilitate transactions between sellers and buyers. This study analyzes the implementation of TikTok Shop restrictions according to the Regulation of the Minister of Trade Number 31 of 2023 on e-commerce business actors. and*

*restrictions on the prohibition of social media from becoming direct sellers in the Regulation of the Minister of Trade Number 31 of 2023 have been effective in creating a healthy e-commerce ecosystem. The implementation of TikTok Shop restrictions according to the Regulation of the Minister of Trade Number 31 of 2023 has had a significant impact on e-commerce business actors in Indonesia. These restrictions, which govern business licensing obligations, TikTok's prohibition on being a direct seller, and transaction supervision, aim to create a healthy and fair e-commerce ecosystem. The government should strengthen the oversight mechanism for large e-commerce platforms, such as TikTok, by utilizing adequate technology and human resources. And for the government to strengthen the oversight mechanism for large e-commerce platforms, such as TikTok, by utilizing adequate technology and human resources.*

**Keywords:** *E-commerce, TikTokShop Restrictions, Legal Protection.*

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang pesat di Indonesia telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor perdagangan. Salah satu inovasi yang mencolok adalah munculnya platform e-commerce berbasis media sosial seperti TikTok Shop. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli langsung di dalam aplikasi, menciptakan pengalaman berbelanja yang praktis dan interaktif. TikTok Shop menjadi populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda,

karena mampu menghadirkan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, di balik pertumbuhan pesat ini, muncul tantangan besar terkait dengan aspek regulasi dan pengawasan terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung di dalam platform tersebut.

Sejak diluncurkan, TikTok Shop berkembang menjadi saluran e-commerce yang sangat diminati, terutama oleh generasi milenial dan Z yang merupakan pengguna aktif TikTok. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 200 juta orang, dengan mayoritas berasal dari kalangan muda yang terbiasa dengan aplikasi mobile dalam kegiatan sehari-hari, termasuk berbelanja secara online.<sup>1</sup> TikTok Shop memanfaatkan tren ini dengan menyederhanakan proses transaksi sehingga pengguna tidak perlu keluar dari aplikasi untuk membeli produk. Hal ini tentu meningkatkan keterlibatan pengguna sekaligus menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha, terutama dalam menjangkau konsumen secara langsung melalui konten video yang menarik.

Namun, kemajuan teknologi ini juga membawa tantangan dalam hal pengaturan hukum. Pemerintah Indonesia merespons dengan menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31

---

<sup>1</sup> Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). *Laporan Survei Pengguna*

*Internet Indonesia 2022*. Jakarta: APJII, 2022, hlm. 2.

Tahun 2023, yang mengatur kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik, termasuk TikTok Shop. Permendag ini hadir untuk menjamin perlindungan konsumen, mengatur praktik perdagangan digital, serta menciptakan persaingan yang sehat di pasar. Isu seperti transparansi informasi, kejelasan status hukum pelaku usaha, dan perlindungan terhadap konsumen menjadi perhatian utama pemerintah dalam merancang regulasi ini.<sup>2</sup>

Sifat global dan dinamis dari media sosial seperti TikTok menciptakan tantangan tersendiri dalam pengawasan. Karena platform ini melibatkan transaksi lintas negara, maka pendekatan pengawasan tidak hanya menjadi tanggung jawab nasional, tetapi juga memerlukan kerja sama internasional. Selain itu, TikTok Shop menjadi ruang strategis bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk memasarkan produknya. Oleh karena itu, regulasi yang diterapkan harus mampu menyeimbangkan antara perlindungan konsumen dan kemudahan akses pasar bagi UMKM. Jika tidak hati-hati, peraturan yang terlalu ketat bisa menurunkan daya saing UMKM, sementara kelemahan pengawasan bisa membuka celah penipuan.<sup>3</sup>

Permendag Nomor 31 Tahun 2023 secara khusus menekankan pembatasan peran media sosial agar tidak bertindak sebagai penjual langsung, melainkan

hanya sebagai platform fasilitator. Kebijakan ini bertujuan untuk menghindari praktik monopoli dan memastikan persaingan yang adil. Namun, tantangan terbesar dalam penerapan kebijakan ini adalah efektivitas pengawasan dan penegakan hukum, terutama terhadap platform asing seperti TikTok yang memiliki sistem operasional tersendiri dan kompleks. Jika pengawasan lemah, dikhawatirkan platform ini dapat menyalahi aturan demi keuntungan bisnis.

Selain mengatur peran platform, Permendag ini juga memuat ketentuan perlindungan konsumen yang lebih rinci. Pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi yang jelas, akurat, dan tidak menyesatkan mengenai produk yang dijual. Regulasi juga mencakup hak konsumen atas pengembalian barang serta jaminan atas transaksi yang aman. Dalam konteks hukum nasional, Permendag Nomor 31 Tahun 2023 harus selaras dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Harmonisasi ini sangat penting untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan berkelanjutan bagi seluruh pelaku ekonomi.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Syamsul, R. *Regulasi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik di Indonesia: Kajian Hukum atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023*. Bandung: Refika Aditama, 2023, hlm. 29.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> Fikri, A. *Perdagangan Digital dan Regulasi di Indonesia: Menyikapi Perkembangan E-Commerce*. Jakarta: Pustaka Abadi, 2022, hlm. 7.

Di sisi lain, keberadaan TikTok Shop juga menimbulkan kekhawatiran di sektor ritel konvensional. Banyak pelaku usaha kecil tradisional mengeluhkan penurunan omzet karena pergeseran perilaku konsumen yang lebih memilih berbelanja secara online. Hal ini memunculkan tantangan baru bagi pemerintah dalam menciptakan ekosistem perdagangan yang inklusif dan adil. Strategi penguatan kapasitas digital bagi UMKM lokal menjadi kunci agar mereka tidak tertinggal dalam persaingan, sekaligus untuk memastikan bahwa transformasi digital tidak menciptakan kesenjangan ekonomi yang semakin lebar di tengah masyarakat.<sup>5</sup> Pemerintah perlu mendorong kolaborasi antara sektor digital dan pelaku usaha lokal agar transformasi perdagangan dapat berlangsung secara merata dan berkeadilan.

Selain itu, literasi digital konsumen juga harus menjadi perhatian utama dalam pengawasan e-commerce melalui media sosial. Banyak pengguna yang belum memahami hak dan kewajiban mereka saat bertransaksi secara online, sehingga rentan menjadi korban penipuan atau membeli produk yang tidak sesuai. Pemerintah, melalui lembaga terkait seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Badan Perlindungan Konsumen Nasional, perlu aktif dalam melakukan edukasi publik terkait transaksi digital, keamanan data

pribadi, serta cara bertransaksi yang aman.<sup>6</sup> Dengan demikian, ekosistem perdagangan digital yang tumbuh bukan hanya canggih dari sisi teknologi, tetapi juga sehat dari sisi perlindungan hak-hak semua pihak yang terlibat.

## B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi pembatasan TikTok Shop menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 terhadap pelaku usaha e-commerce ?
2. Apakah pembatasan mengenai larangan media sosial menjadi penjual langsung dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 sudah efektif dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang sehat ?

## C. Metode Penelitian

Metode penelitian hukum digunakan sebagai pedoman dalam melakukan kajian secara sistematis terhadap permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Penelitian hukum bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan dan efektivitas norma hukum dalam konteks tertentu.

1. Jenis Penelitian

---

<sup>5</sup> Pusat Studi Ekonomi Digital. *Dampak Platform Digital terhadap UMKM dan Toko Tradisional di Indonesia*. Jakarta: CISEA Press, 2023, hlm. 14.

<sup>6</sup> Badan Perlindungan Konsumen Nasional. *Pedoman Literasi Konsumen Digital di Era E-Commerce*. Jakarta: BPKN, 2023, hlm. 10.

Jenis penelitian dalam penulisan ini adalah penelitian hukum normatif, yang bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji norma-norma hukum yang terkait dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.<sup>7</sup>

## 2. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah dalam penulisan ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu dengan Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Pendekatan ini akan mengkaji penerapan hukum terhadap pembatasan TikTok Shop di Indonesia, dengan mengacu pada prinsip-prinsip hukum yang ada dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) serta peraturan terkait lainnya yang mengatur perdagangan melalui system elektronik.

## 3. Sumber Bahan Hukum

Adapun bahan hukum yang penulis gunakan sebagai acuan untuk menunjang penelitian ini adalah :

### a. Bahan Hukum Primer

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

- b) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

- c) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Amendemen UU ITE)

- d) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

- e) Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 Tahun 2018 tentang Pengawasan dan Pengaturan Produk yang Dijual Melalui Platform E-Commerce

- f) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

### b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu publikasi tentang hukum yang meliputi buku-buku teks hukum, jurnal-jurnal hukum, dan kamus-kamus hukum. Bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen resmi.

### c. Bahan Hukum Tersier

---

<sup>7</sup> Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2006, Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat, Rajagrafindo Persada, Jakarta, hlm. 13

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang berfungsi sebagai pendukung, yang memberikan petunjuk atau penjelasan mengenai bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum, kamus Belanda-Indonesia, dan sebagainya.

#### 4. Teknik Pengelolaan Bahan Hukum

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan bahan hukum dengan cara studi dokumentasi atau studi kepustakaan yaitu dengan cara menelaah bahan-bahan pustaka yang sesuai dengan objek penelitian yakni peraturan perundang-undangan, putusan hakim, literatur - literatur karya ilmiah seperti buku-buku teks dan jurnal-jurnal ilmiah, serta majalah dan surat kabar yang berkaitan dengan penelitian yang penulis teliti ini.

#### 5. Analisis Bahan Hukum

Metode analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode content analysis (Analisis isi) serta dengan analisis yang bersifat kualitatif yang dituangkan dalam bentuk narasi atau pendapat hukum yang bersifat normatif dan pada fase akhir memberikan Preskripsi mengenai hal-hal yang bersifat esensial dari penelitian ini.

## II. PEMBAHASAN

### A. Implementasi Pembatasan TikTok Shop Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Pelaku Usaha E-Commerce..

Perkembangan e-commerce di Indonesia mengalami lonjakan signifikan berkat inovasi digital yang memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Salah satu platform yang paling menonjol adalah TikTok melalui fitur TikTok Shop yang mengintegrasikan media sosial dan perdagangan digital. Inovasi ini memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen secara luas dengan biaya relatif rendah. Namun, kemajuan ini juga menimbulkan tantangan dalam aspek pengawasan dan regulasi.

Sebagai respons atas tantangan tersebut, pemerintah Indonesia mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang secara tegas membatasi aktivitas perdagangan di platform media sosial. Kebijakan ini bertujuan menjaga integritas pasar dan mencegah terjadinya praktik monopoli oleh platform digital yang memiliki kekuatan algoritmik dan pengaruh besar terhadap konsumen. Salah satu poin penting dalam regulasi ini adalah pelarangan peran ganda media sosial sebagai penyedia layanan dan sekaligus pelaku perdagangan.

Peraturan ini secara khusus mengatur berbagai aspek, mulai dari perizinan pelaku usaha hingga pembatasan TikTok Shop dalam menjual produk secara langsung. Dengan demikian, platform seperti TikTok hanya boleh berperan sebagai fasilitator, bukan sebagai penjual. Ketentuan ini menjadi upaya untuk menciptakan level playing field yang adil, di mana pelaku usaha

kecil dapat bersaing tanpa harus berhadapan langsung dengan kekuatan modal besar yang dimiliki platform digital itu sendiri.

Bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, peraturan ini membawa dampak signifikan karena mereka dituntut untuk memenuhi syarat legalitas, seperti izin usaha dan pemenuhan standar produk. Pelaku usaha yang sebelumnya dapat berdagang secara bebas di TikTok Shop kini harus menyesuaikan diri dengan regulasi administratif. Ini menciptakan tantangan baru, terutama bagi mereka yang belum terbiasa dengan prosedur birokrasi formal atau belum memiliki kapasitas pengelolaan usaha yang mapan.

Dalam jangka pendek, adaptasi terhadap regulasi baru ini memang menimbulkan beban tambahan bagi pelaku usaha, namun di sisi lain juga memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen. Pemerintah diharapkan aktif dalam memberikan bimbingan teknis, pelatihan, dan pendampingan agar UMKM dapat menjalankan usaha secara legal tanpa merasa dirugikan oleh kompleksitas regulasi yang baru diterapkan.

Implementasi kebijakan ini juga berdampak pada TikTok sebagai platform. TikTok perlu melakukan penyesuaian sistem agar tidak lagi menjual produk sendiri serta memastikan hanya penjual sah yang dapat memanfaatkan fitur perdagangan. Kolaborasi dengan pemerintah dalam

hal verifikasi pelaku usaha dan kontrol konten perdagangan menjadi langkah penting untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Namun, pengawasan terhadap volume transaksi yang sangat besar di TikTok Shop bukanlah hal yang mudah. Pemerintah dan TikTok sama-sama menghadapi tantangan dalam menerapkan pengawasan efektif tanpa menghambat inovasi. Hal ini membutuhkan teknologi pemantauan yang kuat, serta regulasi yang adaptif terhadap dinamika perdagangan digital yang terus berkembang.

Sebagai penutup, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 mencerminkan upaya pemerintah untuk menjaga keseimbangan antara inovasi teknologi dan keadilan dalam perdagangan. Keberhasilan regulasi ini tidak hanya bergantung pada kepatuhan pelaku usaha dan platform, tetapi juga pada peran aktif pemerintah dalam mendampingi proses transisi menuju ekosistem e-commerce yang inklusif, aman, dan berkelanjutan.

B. Pembatasan mengenai larangan media sosial menjadi penjual langsung terhadap ekosistem perdagangan elektronik yang sehat.

Perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan berbagai platform digital yang memungkinkan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen dilakukan dengan cepat dan efisien. Salah satu inovasi dalam dunia e-

commerce adalah keberadaan media sosial yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dan interaksi sosial, tetapi juga sebagai platform untuk berjualan. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial terbesar, telah meluncurkan fitur TikTok Shop yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual produk langsung melalui aplikasi. Meskipun memberikan manfaat bagi pelaku usaha, terutama bagi UMKM, fenomena ini memunculkan sejumlah tantangan hukum, terutama terkait dengan regulasi pasar yang sehat. Untuk itu, pemerintah Indonesia mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, yang mengatur pembatasan terhadap media sosial yang menjadi penjual langsung, salah satunya adalah larangan bagi platform seperti TikTok untuk melakukan penjualan langsung.

Pembatasan yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 bertujuan untuk mengatur dan mengawasi perdagangan melalui sistem elektronik dengan lebih efektif, sehingga menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih adil dan sehat. Sebelum adanya regulasi ini, platform media sosial seperti TikTok memungkinkan konten kreator atau penyelenggara platform untuk tidak hanya menawarkan produk tetapi juga bertindak sebagai penjual langsung. Hal ini berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan antara pelaku usaha e-commerce lainnya yang tidak memiliki akses langsung ke platform media sosial. Pemerintah menyadari bahwa media

sosial yang juga bertindak sebagai penjual dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam persaingan, di mana platform tersebut memiliki keuntungan yang tidak adil dibandingkan pelaku usaha lainnya yang bergantung pada platform lain untuk menjual produk mereka.

Sebagai bentuk tanggapan atas isu ini, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 menetapkan larangan terhadap media sosial, termasuk TikTok, untuk menjadi penjual langsung atau menawarkan produk mereka sendiri dalam platform tersebut. Dengan mengatur larangan ini, diharapkan akan tercipta persaingan yang lebih sehat antara pelaku usaha, khususnya untuk pelaku UMKM yang sebelumnya bergantung pada TikTok untuk menjual produk mereka. Selain itu, pembatasan ini juga bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan mengurangi potensi penyalahgunaan platform digital, yang dapat merugikan konsumen atau merusak integritas pasar digital.

Untuk mengukur efektivitas dari pembatasan larangan media sosial menjadi penjual langsung dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, penting untuk mempertimbangkan beberapa aspek utama, yaitu dampaknya terhadap persaingan pasar, perlindungan konsumen, dan pengawasan transaksi dalam e-commerce. Pertama, dalam hal persaingan pasar, larangan ini diharapkan dapat menciptakan lapangan bermain yang setara antara

TikTok dan platform e-commerce lainnya. Sebelumnya, TikTok sebagai platform media sosial memiliki akses langsung kepada audiens yang sangat besar, sehingga jika platform ini juga bertindak sebagai penjual langsung, hal tersebut memberikan keuntungan yang signifikan, baik dalam hal visibilitas produk maupun kontrol atas transaksi. Dengan adanya pembatasan ini, pelaku usaha e-commerce lainnya, khususnya mereka yang lebih bergantung pada platform yang tidak memiliki audiens sebesar TikTok, kini dapat berkompetisi dengan lebih adil.

Namun, efektivitas pembatasan ini dapat dipengaruhi oleh sejauh mana implementasi regulasi ini dijalankan. Pengawasan terhadap platform-platform besar seperti TikTok tentu membutuhkan sumber daya yang memadai, baik dari sisi regulasi maupun teknologi. Jika pengawasan tidak dilakukan dengan ketat, mungkin saja beberapa platform besar masih dapat memanfaatkan celah untuk berfungsi ganda sebagai penyedia konten dan penjual. Oleh karena itu, keberhasilan pembatasan ini sangat bergantung pada mekanisme pengawasan yang diterapkan oleh pemerintah.

Kedua, dalam hal perlindungan konsumen, pembatasan ini juga memberikan dampak yang positif. Tanpa adanya pembatasan ini, konsumen mungkin akan kesulitan dalam membedakan mana yang merupakan promosi produk dari pelaku usaha independen dan mana yang merupakan produk dari platform itu sendiri. Jika

TikTok juga menjadi penjual langsung, maka produk yang ditawarkan mungkin tidak sepenuhnya memperhatikan standar kualitas yang berlaku, atau bahkan dapat menipu konsumen dengan klaim yang tidak sesuai. Dengan larangan ini, konsumen lebih terlindungi karena ada aturan yang mengharuskan platform untuk bertindak sebagai fasilitator yang netral, dan tidak mengambil keuntungan langsung dari penjualan produk.

Selain itu, pembatasan ini juga bertujuan untuk mengurangi potensi penipuan yang mungkin terjadi dalam transaksi di platform media sosial. Jika TikTok atau platform lainnya juga bertindak sebagai penjual langsung, mereka mungkin tidak sepenuhnya mematuhi ketentuan yang berlaku di pasar, baik dari sisi pajak, kualitas produk, atau kepatuhan terhadap regulasi lainnya. Dengan adanya regulasi yang jelas, konsumen dapat merasa lebih aman bertransaksi, karena semua penjual yang beroperasi di platform tersebut telah melalui proses verifikasi dan memenuhi standar yang ditetapkan oleh pemerintah.

Namun, dalam pelaksanaannya, ada tantangan dalam memastikan bahwa pembatasan ini tidak menghambat inovasi yang dapat terjadi melalui integrasi antara media sosial dan e-commerce. Platform seperti TikTok menawarkan pengalaman yang sangat berbeda dibandingkan dengan platform e-commerce tradisional, dengan menggabungkan elemen hiburan dan transaksi dalam satu aplikasi.

Pembatasan yang terlalu ketat terhadap fungsi TikTok sebagai platform media sosial dan e-commerce mungkin berdampak pada kreativitas dalam dunia digital, yang pada gilirannya bisa mengurangi pengalaman pengguna dan menghambat perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

### III. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian mengenai pembatasan TikTok Shop menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, dapat disimpulkan bahwa regulasi ini memberikan dampak yang signifikan terhadap ekosistem e-commerce di Indonesia, khususnya bagi pelaku usaha yang memanfaatkan platform digital dalam aktivitas perdagangannya. Pembatasan ini mencakup kewajiban perizinan usaha, larangan bagi TikTok untuk bertindak sebagai penjual langsung, serta pengawasan transaksi, yang semuanya bertujuan menciptakan iklim perdagangan yang sehat, adil, dan transparan. Selain mendorong persaingan yang lebih setara antar pelaku usaha, peraturan ini juga memberikan perlindungan bagi konsumen dengan menegaskan peran platform media sosial sebagai fasilitator, bukan pelaku dagang. Kendati demikian, efektivitas kebijakan ini sangat bergantung pada mekanisme pengawasan pemerintah dan kesiapan pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan ketentuan yang berlaku.

### IV. DAFTAR PUSTAKA

#### Buku

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2022). Laporan Survei Pengguna Internet Indonesia 2022. Jakarta: APJII.
- Fikri, A. (2022). Perdagangan Digital dan Regulasi di Indonesia: Menyikapi Perkembangan E-Commerce. Jakarta: Pustaka Abadi.
- Mertokusumo, S. (2014). Penelitian Hukum. Yogyakarta: Liberty.
- Peter Mahmud Marzuki, 2011, Penelitian Hukum, Kencana,,Jakarta.
- Syamsul, R. (2023). Regulasi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik di Indonesia: Kajian Hukum atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Bandung: Refika Aditama.

#### Perundang-Undangan

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Amendemen UU ITE)
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha

dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Dijual Melalui Platform E-Commerce.

Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 31 Tahun 2018 tentang Pengawasan dan Pengaturan Produk yang

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).