



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 30/E/KPT/2019
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.20910>
Volume 8, No. 4, 2023 (903-918)

DIGITAL BUSINESS ETHICS THE ROLE OF GOVERNMENT POLICY ON TIKTOK SHOP INDONESIA LICENSE REVOCATION

Sigit Hariyanto¹, Amin Wahyudi²

Pasca Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

¹hariyantosigit850@gmail.com, ²aminwahyudi@iainponorogo.ac.id

Abstract

In This article discusses the role of the government in regulating digital business, focusing on the revocation of TikTok Shop licenses in Indonesia. Seeing the rapid development of digital business, digital business ethics is one of the main concerns. In the case of TikTok Shop license revocation, this article analyzes the role of the government in the policies that have been taken in order to create digital market economic stability. The author explains the background to this issue, including the rapid growth of TikTok Shop and its operating licenses. With the development of potential users who continue to increase, there is a violation of permissions by the TikTok application. In his analysis, the author highlights ethics in digital business and the role of government in creating economic stability in order to create broad value benefits to society. The method used in this study is qualitative with an in-depth literature approach. The results show that the importance of ethics in digital business and the important role of the government as a policy owner in regulating and supervising every technological development in order to protect the interests of the public and its relevance in the context of future regulatory development.

Keywords: Digital Business Ethics, the Role of Government, Stability Economy

Abstrak

Artikel ini membahas peran pemerintah dalam mengatur bisnis digital, dengan fokus pada pencabutan izin TikTok Shop di Indonesia. Melihat perkembangan bisnis digital yang semakin pesat, etika bisnis digital menjadi salah satu perhatian utama. Dalam kasus pencabutan izin TikTok Shop, artikel ini menganalisis peran pemerintah atas kebijakan yang telah diambil demi terciptanya stabilitas ekonomi pasar digital. Penulis menjelaskan latar belakang masalah ini, termasuk pertumbuhan pesat TikTok Shop dan izin operasionalnya. Dengan berkembangnya potensi pengguna yang terus meningkat, terjadi pelanggaran izin yang dilakukan aplikasi TikTok. Dalam analisisnya, penulis menyoroti etika dalam bisnis digital serta peran

pemerintah dalam menciptakan stabilitas ekonomi demi terciptanya nilai kebermanfaatannya yang luas kepada masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan literatur yang mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya etika dalam bisnis digital serta peran penting pemerintah selaku pemilik kebijakan dalam mengatur dan mengawasi setiap perkembangan teknologi dalam rangka untuk melindungi kepentingan masyarakat dan relevansinya dalam konteks pengembangan regulasi kedepannya.

Kata kunci: Etika Bisnis Digital, Peran Pemerintah, Stabilitas Ekonomi

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi digital bisnis (E-commerce) saat ini, pemenuhan kebutuhan masyarakat terkait belanja produk sangat dimudahkan. Segala bentuk informasi disajikan dengan mudah dan cepat seakan tanpa batas, dengan bermodal media telepon genggam (Hand Phone) masyarakat bebas memilih dan membeli barang yang dibutuhkannya dengan cepat dan mudah (Rusli & Alisyah, 2021). Digital bisnis kini menjadi sebuah solusi yang ditawarkan di era modern dalam sebuah sistem perdagangan Internasional. Dengan tidak meninggalkan fungsi dan tujuan terjalannya hubungan dagang internasional tersebut adalah untuk mendapatkan sebuah keuntungan dari berbagai negara sebagai mitra kerjasama (Chadziq, 2016).

Dunia bisnis digital dengan segala dukungan teknologi informasi yang berkembang pesat seakan mengalami lompatan disetiap perodesasinya. Pemerintah sebagai pemilik kebijakan ekonomi seakan dipaksa segera dapat beradaptasi atas perubahan perilaku pasar. Dengan demikian pentingnya sebuah etika bisnis menjadi landasan atas segala kebijakan untuk mengontrol jalannya perubahan tersebut. Tanpa penerapan etika bisnis yang benar, sangat mungkin terjadinya disfungsi market digital bisnis yang berdampak terhadap kesejahteraan dan keadilan dalam sektor ekonomi (Saputra, 2015a). Media sosial menjadi salah satu platform digital yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan produk-produknya. Salah satunya yang mengalami perkembangan yang begitu pesat melalui penggunaannya adalah aplikasi TikTok. Dalam konteks bisnis TikTok membuat sebuah terobosan dengan menggabungkan fungsi antara media sosial dengan e-commers. Dalam waktu yang relatif singkat, aplikasi ini menjadi penguasa pasar sosial dan bisnis dikalangan masyarakat Indonesia (wardani, 2023).

Beberapa hari ini media sosial telah dihebohkan dengan penutupan aplikasi TikTok Shop pada tanggal 4 Oktober pukul 17.00 WIB. Aplikasi Online shop tersebut resmi ditutup dengan berdasarkan kebijakan pemerintah bahwa platform media sosial hanya boleh dipergunakan untuk mempromosikan produk bukan untuk melakukan transaksi jual beli secara



langsung didalamnya. Dengan semakin banyaknya pelaku bisnis dan konsumen sebagai pengguna aplikasi TikTok Shop, fenomena tersebut juga berdampak terhadap usaha mikro dan pasar konvensional di Indonesia yang mengalami penurunan penjualan secara drastis. Permasalahan tersebut muncul dan kembali ditegaskan karena adanya ketidakpatuhan atas izin TikTok Shop yang semestinya hanya sebagai platform media sosial bukan sebagai e-commerce atau sosial commerce yang fungsinya sebagai media jual dan beli barang melalui platform digital tersebut (liputan 6.com, 2023).

Perdagangan pasar bebas perlunya difahami tidak hanya sebuah perdagangan antar negara tetapi juga cara-cara baru yang dilakukan. Oleh karena itu diperlukanya sebuah hukum yang berwawasan kedepan. Aturan atau hukum tersebut diharapkan dapat mewadahi setiap aktivitas ekonomi secara global dalam sekup ; investasi, perlindungan konsumen, tanggung jawab produk, perlindungan hak milik dan hukum kontrak jual beli internasional (wahyudi, 2022). Pemerintah sebagai pemilik kebijakan sudah sepantasnya ikut andil dalam menjaga stabilitas ekonomi dalam negeri. Hukum dan aturan tersebut hadir dan di harapkan membawa dampak atas kesejahteraan masyarakat dalam aspek ekonomi mikro dan UMKM di Indonesia (fadila, 2023). Penelitian ini berdasarkan literatur dari buku, jurnal, artikel dan literatur lainnya. Dengan pendekatan literature research peneliti menghimpun, dan mengelompokan data sebagai pendukung tema pokok tentang etika bisnis dan peran pemerintah atas penutupan platform digital TikTok Shop Indonesia. Peneliti lalu mendalami dan mengkaji terkait permasalahan tersebut sebagai temuan baru dalam aspek ilmu pengetahuan di lingkup pendidikan.

Adapun penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Ruslang, Muslimin Kara dan Abdul Wahab yang membahas etika bisnis digital dengan judul: Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa dengan terlaksananya etika bisnis yang sesuai dengan maqashid syariah membawa implikasi yang baik terhadap keberlangsungan bisnis Shopee, pembeli yang semakin meningkat kepercayaan terhadap shopee sehingga mereka loyal untuk terus belanja di Shopee. Demikian juga seller semakin setia menjual di Shopee karena jumlah pembeli semakin bertambah yang berpengaruh terhadap keuntungan (Ruslang, Kara, & Wahab, 2020).

Penelitian selanjutnya dari Muhammad Rusli dan Rifki Alisyah dengan judul Penerapan Etika Bisnis Islam di Zaman Digital (Studi Pada Bukalapak.Com). Adapun Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan Bukalapak.com sudah menerapkan etika bisnis yang benar sesuai dengan syariat Islam. Akan tetapi terdapat beberapa aspek etika pada penjual dan pembeli diantaranya penjual yang tidak jujur, tidak menjaga hak konsumen,



pembeli yang tidak sopan, pembeli yang tidak menjaga hak penjual serta dari pihak penyedia Bukalapak yang tidak menanggapi keluhan penjual dan pembeli secara intens. Dari beberapa hal diatas apabila tidak ada evaluasi dalam proses transaksi melalui digital bisnis yang didasari etika, maka dalam waktu jangka panjang dapat mengakibatkan masalah yang akan berdampak atas keberlangsungan bisnis berbasis digital itu sendiri (Rusli & Alisyah, 2021).

Penelitian yang ketiga dari Rendro Prasetyo dengan judul Peran Pemerintah Daerah dalam Akselerasi Transformasi Digital Industri Kecil dan Menengah. Adapun hasil yang didapatkan pemerintah daerah berperan dalam akselerasi transformasi digital dalam bidang UMKM sekaligus bertanggungjawab mempersiapkan atas solusi terjadinya permasalahan didalamnya. Adapun langkah-langkah yang telah diambil diantaranya : edukasi literasi digital, pelatihan dan pendampingan, optimalisasi perang pedamping, perbaikan aplikasi dan langkah strategis untuk promosi. Secara umum pemerintah melalui OPD Dinas Perindustrian dan Perdagangan DIY menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa peran dan kebijakan pemerintah dalam bisnis digital dengan berbagai aspek sangatlah penting. Adapun keterbatasan penelitian ini tidak dapat menunjukkan bobot dan prioritas alternatif kegiatan yang dilakukan (Prasetyo, 2020).

KAJIAN TEORI

Etika Bisnis Digital

Etika dalam bahasa Yunani kuno: *ethikos* yang berarti timbul dari kebiasaan. Dalam ilmu filsafat, etika mempelajari sebuah nilai dan kualitas atas sebuah tindakan yang mencakup penerapan nilai seperti benar, salah, baik, buruk dan tanggungjawab terhadap moral. Dalam bidang ilmu, etika bersifat normatif karena berperan atas apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh individu (Butarbutar, 2019). Etika juga diartikan sebagai suatu dasar perbuatan yang sah dan benar pada perilaku manusia. Etika menjadi sebuah panduan atau kerangka moral sebagai dasar individu atau kelompok dalam menetapkan sebuah keputusan dalam berbagai konteks, termasuk dalam dunia bisnis, ilmu pengetahuan dan di kehidupan sehari-hari (Firdaus, 2019). Dalam menjalankan bisnis tentunya tidak dapat dipisahkan dari fungsi etika. Kegiatan bisnis yang berlandaskan etika berdampak atas keseimbangan bisnis dengan pihak-pihak terkait didalamnya. Etika bisnis mencakup seluruh kegiatan bisnis yang beragam serta bagaimana menjaga terjadinya keseimbangan atas jalannya bisnis tersebut (Butarbutar, 2019).



Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini telah memberikan dampak perubahan terhadap sektor perdagangan. Perubahan tersebut sangat berpengaruh terhadap perilaku bisnis konvensional dalam waktu singkat beralih menjadi bisnis digital. Bisnis digital merujuk pada aktivitas ekonomi yang dilakukan melalui jaringan internet atau online. Aktivitas tersebut mencakup promosi, penjualan produk dan beragam model bisnis yang mengandalkan sebuah platform digital. Transaksipun tergolong praktis, cepat dan mudah tanpa harus datang atau bahkan bertemu antara penjual dan pembeli. Selain itu jarak bukan lagi menjadi sebuah halangan dalam melaksanakan segala aktivitas bisnis tersebut (Wati, Arif, & Devi, 2022). Transaksi jual beli secara online menjadi sebuah aktivitas masyarakat yang tidak asing lagi pada era modern saat ini. Dengan demikian, etika bisnis digital menjadi sebuah hal yang sangat penting sebagai ladsan dasar aturan dari itu semua (Saputra, 2015). Adapun cakupan etika bisnis menyangkut empat hal sebagai berikut (Purwatiningsih, 2022):

1. Etika bisnis dalam hubungan dengan stakeholder, yaitu sebuah perusahaan dianggap mematuhi etika bisnis dengan pekerja apabila perusahaan dapat memenuhi ketentuan hak dan kewajiban pekerja yang telah diatur oleh Undang-Undang yang berlaku
2. Etika bisnis dalam hubungan dengan lingkungan sosial, yaitu etika bisnis yang bisa menjadi solusi masalah sosial yang berhubungan dengan perusahaan. Didalamnya termasuk pentingnya campur tangan pemerintah, persoalan privatisasi, globalisasi dan lain-lain.
3. Etika bisnis dalam hubungan dengan kebijakan internal, yaitu meliputi permasalahan yang menyangkut hubungan antara pemilik perusahaan dan pekerja.
4. Etika bisnis dalam hubungan dengan perilaku individu, yaitu bagaimana individu seharusnya melakukan individu lain didalam lingkungan perusaan.

Pelanggaran etika bisnis digital semakin banyak bermunculan dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi pada saat ini. Pelanggaran tersebut dilakukan oleh para pebisnis yang tidak bertanggung jawab, penguasaan pasar serta ingin mendapatkan banyak keuntungan. Semua itu pada akhirnya berdampak atas bisnis yang dijalankan, seperti : gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi, dan lain sebagainya (Renata, 2023). Dari paparan diatas pentingnya peran dan kebijakan pemerintah didalam sebuah aturan untuk menjaga keberlangsungan jalanya bisnis berbasis digital.



Peran Kebijakan Pemerintah Dalam Media Digital Bisnis

Teknologi digital diproyeksikan akan terus berkembang dan menguasai sendi kehidupan manusia. Meskipun masih banyak peluang dan hambatan atas perkembangannya. Aktivitas bisnis selalu dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal, seperti : politik, hukum, lingkungan bisnis global, kondisi perekonomian dan teknologi (Prasetyo, 2020). Teknologi media digital tidak hanya sebatas sebagai alat komunikasi melainkan sebuah sistem sosial bisnis yang menghubungkan individu atas dasar pemenuhan kebutuhan hidup. Konten tersebut diantaranya seperti website, media sosial, e-commerce dan media lainnya. Pelaku bisnis meyakini bahwa penggunaan media digital, terutama untuk perdagangan (online) memberikan dampak manfaat yang positif (Takariani, Praditia, & Puspitasari, 2020). Walaupun terdapat juga dampak negatif yang muncul dari aktivitas digital tersebut.

Perkembangan teknologi menjadi jembatan penghubung baru antara masyarakat dengan pemerintah. Pemerintah sebagai pemilik kebijakan tertinggi harus mampu meminimalisir segala potensi yang muncul sebagai dampak dari perkembangan teknologi. Dunia bisnis yang sangat dinamis juga mengalami pergeseran yang pesat dari tradisional menuju digital. Dengan demikian diharapkan campur tangan pemerintah dalam mempersiapkan segala bentuk aturan atas kemungkinan yang akan terjadi dengan pesatnya perubahan tersebut. Dalam konteks platform digital bisnis, penting adanya pemisahan fungsi berdasarkan izin yang didapatkan. Salah satunya yang perlu diperjelas adalah fungsi E-commerce sebagai platform digital penyedia jasa jual beli barang secara online. Sedangkan sosial commerce sebagai media komunikasi, promosi dan transaksi jual beli produk secara online dalam satu wadah (Tempo, 2023). Dengan pemaparan diatas semakin memperjelas terkait izin dan fungsi atas platform digital bisnis dengan segala bentuk aktivitas didalamnya.

Perdagangan melalui digital bisnis dibagi menjadi dua macam, yaitu perdagangan domestik dan perdagangan internasional. Didalam kegiatan perdagangan domestik tidaklah banyak ditemukan sengketa dan pelanggaran , karena hukum, budaya dan etika yang mendasari prinsip perdagangan berdasarkan hukum yang sama dalam suatu negara. Berbeda dengan perdagangan internasional, yang lebih banyak muncul permasalahan karena melibatkan hubungan antar negara yang memiliki hukum, budaya dan etika yang berbeda (Harahap, 2019). Teknologi internet yang pada awalnya diciptakan hanya diperuntukan untuk publikasi informasi kini telah menjadi sarana untuk bertransaksi. Kebijakan digital bisnis secara global kini telah banyak mengalami

perubahan demi terciptanya kebijakan terhadap penyelenggara dan perlindungan hukum terhadap konsumen. Sistem hukum negara dan pembangunan aturan hukum baru harus terus dihadirkan dalam mengawal perkembangan perdagangan elektronik yang semakin meningkat. Berdasarkan hal di atas, perlu adanya campur tangan pemerintah dengan berbagai instansi yang terlibat didalamnya demi memunculkan produk hukum yang mengatur jalannya perdagangan yang berbasis elektronik untuk kebermanfaatannya bersama (Lukito, 2017).

Peran Kebijakan Pemerintah dalam Stabilitas Ekonomi Digital

Pesatnya perkembangan teknologi digital informasi memiliki dampak signifikan terhadap aktivitas ekonomi masyarakat. Masyarakat semakin dipermudah dengan munculnya berbagai platform digital bisnis dalam pemenuhan kebutuhan layanan jasa dan jual beli produk. Perkembangan teknologi digital yang pesat menjadikan sebuah tantangan tersendiri bagi pemerintah. Peran pemerintah dalam menjaga stabilitas ekonomi pasar digital semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut. Pasar digital menawarkan beragam peluang ekonomi, tetapi juga membawa tantangan baru seperti risiko keamanan data, persaingan yang tidak seimbang dan perubahan cepat model bisnis. Pemerintah memegang peranan kunci dalam mengembangkan sebuah regulasi yang mendukung perkembangan bisnis digital serta menjaga stabilitas ekonomi pasar. Dengan berbagai instrumen kebijakan, pemerintah dapat menciptakan lingkungan bisnis digital yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Kebijakan pemerintah juga berfungsi untuk mengatasi permasalahan yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi tersebut (Hidayatullah, 2019).

Pemerintah sangatlah berperan besar dalam stabilitas ekonomi pasar, dengan adanya campur tangan tersebut maka pasar akan stabil dalam perputarannya serta dapat mengantisipasi terjadinya monopoli pasar. Dengan semakin berkembangnya pasar bebas berbasis teknologi digital, pemerintah harus mampu mempersiapkan regulasi untuk mengendalikan aktivitas ekonomi tersebut. (Hidayatullah, 2019). Demikian pula dengan sektor UMKM, sektor ini memiliki peran penting dalam sektor ekonomi secara luas kepada masyarakat. Peningkatan pendapatan masyarakat dapat mendorong peningkatan pendapatan suatu negara, stabilitas dan pertumbuhan ekonomi. Dengan terwujudnya stabilitas pasar ekonomi digital, maka akan terjadi keseimbangan antar pelaku ekonomi didalamnya yang berdampak terhadap keadilan dan kesejahteraan masyarakat (Purnomo, 2019).

Stabilitas pasar ekonomi digital merujuk pada kondisi pasar dan aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan pemanfaatan fungsi teknologi



digital agar tetap berjalan aman dan terkendali. Terwujudnya stabilitas ekonomi digital menjadi sangat penting karena dampak perkembangan digital bisnis yang sudah merambah hampir semua aspek kehidupan manusia (Takariani dkk., 2020). Stabilitas pasar ekonomi digital menjadi landasan yang penting dalam menghadapi tantangan dan hambatan era digital saat ini. Sebagai pendorong ekonomi global di era digital, menjaga stabilitas ekonomi digital adalah kunci untuk mendapatkan masa depan yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Pengambilan Metode Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan literatur atau literature research. Kerangka berfikir dalam penelitian ini tentang “Etika Bisnis Digital Peran Kebijakan Pemerintah Atas Pencabutan Izin Tiktok Shop Indonesia” diperjelas dengan alur dan langkah-langkah penelitian dengan tahapan. Merencanakan proses penelitian dengan merencanakan penelitian dengan menentukan tema serta merumuskan masalah penelitian. Selanjutnya mengumpulkan data literatur, mengidentifikasi dan melakukan pemilihan literatur yang sesuai dengan tema penelitian. Dan langkah terakhir, yaitu pelaporan dengan menuliskan hasil penelitian melalui literatur yang telah melalui proses pengumpulan serta penyeleksian lalu membahasnya serta menyimpulkannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian, apa itu Tiktok?

TikTok adalah aplikasi media sosial yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik serta mudah digunakan dan memungkinkan pengguna dapat membuat video pendek yang keren untuk dibagikan. Selain itu adanya dukungan banyak audio musik sehingga pengguna dapat melakukan pertunjukan seperti menari dan gerakan lain secara bebas untuk mendorong kreativitas dalam membuat konten. TikTok menjadi sebuah aplikasi yang seakan memahami apa yang dibutuhkan pengguna sehingga dapat merekomendasikan sebuah penawaran dan mendorong permintaan menjadi lebih baik kedepan. Secara ringkas dapat kita simpulkan TikTok adalah sebuah aplikasi atau platform media sosial yang memiliki misi untuk menginspirasi kreativitas dan memberi sukacita terhadap penggunaannya (TikTok, 2023).

Aplikasi yang berasal dari Negeri China ini diluncurkan pada awal september 2016 oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming. Pada tahun 2018 aplikasi TikTok menjadi salah satu aplikasi paling viral di Indonesia. Dalam perjalanannya pada Juli 2018 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) memblokir aplikasi ini, dikarenakan dianggap



aplikasi penyedia konten yang tidak mendidik masyarakat Indonesia. Tidak berselang lama, agustus 2018 aplikasi ini kembali tersedia di play store dan dapat diunduh kembali masyarakat. Pada Juli 2020 bagaikan sebuah rekor pengguna TikTok mencapai 30,7 juta masyarakat di Indonesia, serta telah diunduh sejumlah 100 juta melalui Google Play Store. Aplikasi TikTok tidak berhenti untuk terus berkembang, selain fungsinya sebagai media konten kreator, salah satu manfaat yang ditawarkan yaitu dalam ranah pengembangan bisnis dan pemasaran melalui pengiklan produk di aplikasi tersebut. Dengan demikian, produk dapat dipromosikan sesuai segmen pasar berdasarkan tujuan, fungsi dan manfaat produk itu sendiri kepada masyarakat luas (IdMetafora.com, 2014)

Permasalahan Izin TikTok Indonesia

Dalam dunia bisnis, penting kiranya pelaku usaha memiliki izin resmi serta mempergunakan fungsi dari izin tersebut sebagaimana mestinya. Dengan demikian pemerintah dapat memberikan kepastian hukum, fungsi pengawasan dan kontrol atas aktivitas ekonomi dalam sekup sektor ekonomi tradisional ataupun digital melalui berbagai izin yang telah diterbitkannya (Tarina, 2020). Beberapa waktu ini banyak media informasi yang menyuguhkan permasalahan yang dialami oleh Aplikasi TikTok Indonesia. Permasalahan tersebut muncul dikarenakan TikTok menyalahgunakan fungsi izin yang didapatkan sebagai platform media sosial. Dengan melihat potensi pengguna dan peluang pasar yang terbuka lebar, TikTok memperluas sistem bisnis dengan menghadirkan fungsinya sebagai media sosial commerce. Sehingga memunculkan aplikasi baru yang diberi nama TikTok Shop yang didalamnya berjalan aktivitas transaksi jual beli secara digital. Menteri Perdagangan Indonesia Zulkifli Hasan menyampaikan bahwa TikTok hanya memiliki izin sebagai platform media sosial, dengan demikian semakin memperjelas pelanggaran izin oleh platform digital dari Negeri China tersebut (Sandi, 2023).

Permasalahan pelanggaran izin tersebut semakin diperjelas dengan keterangan secara tertulis yang dirilis oleh TikTok Indonesia pada Selasa, 3 oktober 2023. Dari pernyataan tersebut TikTok menyampaikan bahwa untuk menghormati dan memenuhi peraturan dan hukum yang berlaku di Indonesia, maka TikTok tidak akan memfasilitasi transaksi e-commerce di dalam TikTok Shop Indonesia. Adapun TikTok Shop secara resmi menghentikan operasionalnya pada hari Rabu, 4 Oktober 2023 pada pukul 17.00 WIB (Rachmawati, 2023a).

Perbedaan Media Sosial, E-Commerce dan Sosial Commerce

Media sosial adalah sebuah platform media didalam jaringan internet yang dapat memfasilitasi antar pengguna dengan tujuan sebagai sarana komunikasi elektronik. Media sosial sendiri dibedakan menjadi beberapa platform sesuai dengan fungsinya, yaitu : media jejaring sosial, jurnal online,



mikroblog, media sharing dan media konten bersama atau wiki. Dalam ranah media sosial, social networking menjadi media yang paling populer. Melalui media ini setiap orang dapat menjalin relasi sosial karena setiap individu dapat membuat akun pribadi didalamnya. Fungsi lainnya, setiap pengguna dapat menjalin jejaring sosial, pertemanan baik pengguna yang telah dikenal ataupun mereka sebagai pengguna lain yang baru dikenal (Takariani dkk., 2020). Sejalan dengan perkembangannya, fungsi media sosial saat ini tidak hanya sebatas sarana komunikasi melainkan dapat difungsikan sebagai wadah kreatifitas, tempat berbagi segala bentuk informasi bahkan sebagai media promosi bisnis.

E-Commerce adalah sebuah platform bisnis melalui sistem elektronik, yaitu : perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik sesuai yang tercantum didalam UU Nomor 7 Tahun 2014 (Nasution, Aminy, & Ramadani, 2019). Dalam definisi lain e-commerce adalah penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa yang mengandalkan sistem elektronik (Rachmawati, 2023b). Adapun fungsi lainnya adalah sebagai platform digital yang memberikan kemudahan pembayaran atas pembelian produk, pertukaran dan pengumpulan data secara otomatis. Adapun beberapa jenis E-Commerce sebagai berikut (Nasution dkk., 2019):

1. Commerce business to business (B2B), yaitu: dilakukan oleh orang atau pihak yang berkepentingan dalam menjalankan bisnisnya demi tujuan keberlanjutan dan saling menguntungkan.
2. E-Commerce business to consumer (B2C), yaitu: dilakukan oleh orang atau pihak yang berkepentingan antara pelaku bisnis atau produsen dengan konsumen.
3. E-Commerce consumer to consumer (C2C), yaitu: dilakukan antara konsumen yang membeli produk dari produsen lalu menjualnya kembali kepada konsumen lainnya.
4. E-Commerce consumer to business (C2B), yaitu : dilakukan antara konsumen dan produsen, dengan kata lain konsumen menyampaikan terkait kebutuhan produk kepada para produsen yang selanjutnya produsen akan menawarkan produk yang diinginkan konsumen.

Sosial Commerce adalah, merupakan gabungan antara e-commerce, media sosial dan isyarat jaringan sosial. Definisi lainnya sosial commerce adalah sebuah jaringan media sosial yang dapat dipergunakan untuk transaksi dan pemasaran jual beli produk secara online dalam satu platform digital. Sosial commerce setidaknya terdiri dari tiga tren utama diantaranya, yaitu: adanya penambahan fitur komersial didalam media sosial, adanya penambahan fitur sosial media didalam e-commerce dan penggunaan



media sosial terhadap perusahaan offline untuk meningkatkan kinerja bisnis. Adapun setidaknya dapat dipaparkan ada 4 karakteristik sosial commerce sebagai berikut (Hidayatulloh, Ganinda, & Nugroho, 2020):

1. Penjual bersifat individual dibandingkan perusahaan dan organisasi
2. Penjual memungkinkan untuk mengorganisir produk pada toko online ersonal
3. Penjual dimungkinkan untuk hiperlink antara toko yang dimilikinya
4. Insentif sosial commerce didasarkan pada pembayaran komisi penjualan yang ada di tokonya.

Peran Pemerintah Indonesia Dalam Menjaga Stabilitas Ekonomi

Layanan Tiktok Shop Indonesia ditutup seiring diterbitkannya Peraturan baru Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Peraturan tersebut menjelaskan fungsi Social-Commerce sebagai penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu dan fasilitas tertentu yang memungkinkan Pedagang (Merchant) dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa. Sedangkan fungsi Media Sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial (Salinan Permendag 31 Tahun 2023 - PMSE, 2023). Peraturan ini mengatur terkait perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Dalam aturan tersebut, terdapat sejumlah peraturan terkait e-commerce serta social commerce, salah satunya pengaturan terkait model bisnis social commerce hanya boleh mempromosikan produk layaknya iklan televisi dan bukan bertransaksi. Dengan menyalahgunakan izin yang diperolehnya TikTok Shop Indonesia harus menerima konsekuensi, menghormati dan menjalankan segala bentuk kebijakan pemerintah Indonesia tersebut (REPUBLIKA, 2023).

Penutupan TikTok Shop Indonesia adalah keputusan yang diambil oleh Presiden Jokowi dan pemerintah untuk melindungi UMKM domestik. Dampaknya adalah UMKM kecil mengalami penurunan pendapatan karena konsumen dapat memperoleh harga yang lebih terjangkau melalui transaksi di platform tersebut. Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Presiden Jokowi, lebih dari 123 juta penduduk Indonesia telah menggunakan Aplikasi TikTok Shop. Selain itu, jumlah transaksi di TikTok Shop mencapai Rp 11.250 Trilyun, yang merupakan jumlah yang signifikan dalam konteks potensi ekonomi digital dalam jangka waktu singkat. Yang lebih mengkhawatirkan lagi, 90% produk yang terjual di aplikasi TikTok Shop adalah produk impor yang dijual dengan harga sangat murah (Kommo Indonesia, 2023)

Dengan banyaknya produk yang dikonsumsi masyarakat Indonesia terlebih lagi 90% merupakan barang impor, Wakil Menteri Perdagangan



Jerry Sambuaga menyampaikan terjadinya predatory pricing. Strategi bisnis di mana perusahaan dengan sengaja menetapkan harga produk pada tingkat yang sangat rendah untuk periode tertentu, biasanya dengan maksud untuk menghilangkan persaingan. Dengan menjual produk dengan kerugian atau harga yang tidak berkelanjutan bagi saingan, strategi tersebut bertujuan untuk mengusir pesaingnya keluar dari pasar. Setelah pesaing melemah atau dipaksa untuk keluar, kemudian dapat menaikkan harga ke tingkat monopolistik atau dominan, berpotensi mengurangi pilihan konsumen dan menghambat persaingan. Selanjutnya pelaku bisnis tersebut dapat menguasai pasar atau terjadinya monopoli pasar dalam sistem ekonomi digital (Media, 2023)

Dengan permasalahan yang muncul atas penutupan TikTok Shop serta langkah antisipasi atas lesatan perkembangan teknologi digital bisnis kedepan, pemerintah Indonesia telah memperlihatkan keseriusan dalam persiapan regulasi terkait semua itu. Penutupan tersebut merupakan keputusan yang diambil untuk melindungi UMKM lokal. Regulasi yang harus dipersiapkan mencakup aturan yang lebih ketat terkait perdagangan dan perpajakan e-commerce, serta perlindungan konsumen dalam transaksi online. Pemerintah juga harus berfokus terhadap penegakan hukum terhadap praktik-praktik ilegal yang mungkin akan muncul kembali. Dalam kerja sama dengan platform digital lainnya, pemerintah harus merumuskan regulasi untuk mengatur aplikasi serupa dengan tujuan menjaga stabilitas pasar dan memberikan keadilan bagi para pelaku usaha lokal. Upaya pemerintah ini diharapkan menciptakan lingkungan bisnis yang seimbang dan turut serta mendukung perkembangan ekonomi digital terhadap UMKM yang berkelanjutan di Indonesia. Dengan demikian potensi UMKM Indonesia dapat tumbuh dan berkembang dengan baik sehingga membawa dampak terhadap kesejahteraan dan stabilitas ekonomi negara (Kommo Indonesia, 2023).

KESIMPULAN

Etika bisnis menjadi aspek penting dalam menjalankan usaha, termasuk dalam konteks penutupan izin TikTok Shop di Indonesia. Keputusan ini mencerminkan kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat dan memastikan bahwa etika bisnis terjaga dengan baik. Pertama, pemerintah harus memastikan bahwa penutupan izin tersebut diambil setelah pertimbangan matang mengenai dampaknya terhadap industri dan masyarakat secara keseluruhan. Kedua keputusan ini sebaiknya didasarkan pada etika bisnis yang menjunjung tinggi prinsip keadilan, kesejahteraan bersama, dan perlindungan konsumen.



Selain itu, pemerintah juga harus mengambil peran dalam menyusun regulasi yang jelas dan transparan terkait bisnis TikTok Shop, sehingga para pemangku kepentingan dapat memahami batasan dan tanggung jawab mereka. Dengan demikian, kebijakan pemerintah seharusnya menggambarkan etika bisnis yang menciptakan lingkungan usaha yang adil, berintegritas, dan bertanggung jawab. Pemerintah Indonesia harus mempersiapkan regulasi yang jelas dan transparan untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan masyarakat, industri, dan pemilik usaha dan negara. Sehingga potensi bisnis digital yang terus mengalami perkembangan setiap periode juga memberikan dampak perbaikan terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Butarbutar, B. (2019). PERANAN ETIKA BISNIS DALAM BISNIS. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187–195. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.77>
- [2] Chadziq, A. L. (2016). Perdagangan Internasional (Studi Komparasi Perdagangan Internasional Konvensional dan Islam). *AKADEMIKA*, 10(2), 160–172. <https://doi.org/10.30736/akademika.v10i2.16>
- [3] fadila. (2023, Oktober 5). Ini Dua Alasan TikTok Shop Ditutup di Indonesia, Merugikan Pedagang Kecil? Diambil dari <https://prohaba.tribunnews.com/2023/10/05/ini-dua-alasan-tiktok-shop-ditutup-di-indonesia-merugikan-pedagang-kecil?page=2>
- [4] Firdaus, M. (2019). PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI PENJUALAN DI PASAR TRADISIONAL KOTA LANGSA MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. (01)
- [5] Harahap, H. M. (2019). Epistemologi Etika Perdagangan Internasional Dalam Konsep Alquran. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 3(2), 221. <https://doi.org/10.29240/alquds.v3i2.1148>
- [6] Hidayatullah, I. (2019). PERAN PEMERINTAH DALAM STABILITAS EKONOMI PASAR. (21)
- [7] Prasetyo, R. (2020). Peran Pemerintah Daerah dalam Akselerasi Transformasi Digital Industri Kecil dan Menengah (Local Government Role in the Digital Transformation Acceleration of Small and Medium Industry). *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 22(1), 59–75. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.22.1.2020.59-75>
- [8] Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan



Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665–674.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1412>

- [9] Rusli, M., & Alisyah, M. R. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Di Zaman Digital (Studi Pada Bukalapak.com). *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 1(1), 30–51.
- [10] Hidayatulloh, A., Ganinda, F. P., & Nugroho, A. D. (2020). Faktor yang mendorong niat untuk social commerce di indonesia.
- [11] IdMetafora.com. (2014, April 19). Mengenal Apa Itu TikTok, Sejarah dan Beberapa Fitur-fiturnya, Jasa Pembuatan Website—Metafora Indonesia Tehnology [Text]. Diambil 17 Oktober 2023, dari <https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html>
- [12] Kommo Indonesia (Direktur). (2023). MENGGEBU GEBU! Jokowi Sindir Aplikasi TikTok, Ogah Kena Penjajahan Perdagangan Digital. Diambil dari <https://www.youtube.com/watch?v=yXizCPB9ZwU>
- [13] Lukito, I. (2017). TANTANGAN HUKUM DAN PERAN PEMERINTAH DALAM PEMBANGUNAN E-COMMERCE. 11(3)
- [14] Media, K. C. (2023, September 26). Wamen Perdagangan Sebut TikTok Shop Lakukan “Predatory Pricing.” Diambil 18 Oktober 2023, dari KOMPAS.com website:
<https://money.kompas.com/read/2023/09/26/111200126/wamen-perdagangan-sebut-tiktok-shop-lakukan-predatory-pricing->
- [15] Nasution, D. S., Aminy, M. M., & Ramadani, L. A. (2019). *Ekonomi Digital*. Sanabil.
- [16] Prasetyo, R. (2020). Peran Pemerintah Daerah dalam Akselerasi Transformasi Digital Industri Kecil dan Menengah. 1, Juni 2020, 22(1)
- [17] Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 89–95.
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>
- [18] Purwatiningsih, A. P. (2022). *Buku Ajar Etika Bisnis & CSR*. Penerbit NEM.
- [19] Rachmawati, D. (2023a, September 25). Kemendag Tegaskan TikTok Tak Punya Izin Jalankan E-commerce. Diambil 17 Oktober 2023, dari *Bisnis.com* website:
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20230925/12/1698323/kemendag-tegaskan-tiktok-tak-punya-izin-jalankan-e-commerce>
- [20] Rachmawati, D. (2023b, September 25). Kemendag Tegaskan TikTok Tak Punya Izin Jalankan E-commerce. Diambil 17 Oktober 2023, dari



Bisnis.com website:

[https://ekonomi.bisnis.com/read/20230925/12/1698323/kemendag-
tegaskan-tiktok-tak-punya-izin-jalankan-e-commerce](https://ekonomi.bisnis.com/read/20230925/12/1698323/kemendag-
tegaskan-tiktok-tak-punya-izin-jalankan-e-commerce)

- [21] Renata. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis dan Dampaknya terhadap kemajuan bisnis skincare Brand Sheriz pada marketplace Tik Tok Shop dengan sistem affiliate. 1(2).
- [22] REPUBLIKA. (2023, Oktober 4). Ekonom: Tiktok Shop Tutup, Perang Harga Berkurang | Republika ID. Diambil 18 Oktober 2023, dari Republika.id website: <https://republika.id/posts/46203/ekonom-tiktok-shop-tutup-perang-harga-berkurang>
- [23] Rusli, M., & Alisyah, M. R. (2021). PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI ZAMAN DIGITAL (STUDI PADA BUKALAPAK.COM).
- [24] Salinan Permendag 31 Tahun 2023—PMSE-lengkap.pdf. (t.t.). Diambil dari <https://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2023/Salinan%20Permendag%2031%20Tahun%202023%20-%20PMSE-lengkap.pdf>
- [25] Sandi, F. (2023, Oktober 10). TikTok Shop Ditutup, Mendag Tegaskan Nasib Ecommerce Lain. Diambil 18 Oktober 2023, dari CNBC Indonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231010162529-37-479461/tiktok-shop-ditutup-mendag-tegaskan-nasib-ecommerce-lain>
- [26] Saputra, A. (2015a). Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia.
- [27] Saputra, A. (2015b). Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia.
- [28] Takariani, Praditia, & Puspitasari. (2020). TRANSFORMASI PENDEKATAN KOMUNIKASI PUBLIK.pdf. Anggota IKAPI KTA No. 275/JB/2015.
- [29] Tarina, A. (2020). Urgensi Izin Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Bagi Usaha Mikro Dan Kecil. JURNAL PELITA ILMU, 14(02), 88–106.
- [30] Tempo. (2023, Oktober 2). 5 Perbedaan Social Commerce dan E-Commerce, Beserta Pengertiannya. Diambil 16 Oktober 2023, dari Tempo website: <https://koran.tempo.co/read/ekonomi-dan-bisnis/484777/5-perbedaan-social-commerce-dan-e-commerce-beserta-pengertiannya>
- [31] TikTok. (2023). Tentang TikTok. Diambil 17 Oktober 2023, dari <https://www.tiktok.com/about?lang=id>



- [32] TikTok Shop (Liputan6.com/ Agustin Setyo W). (2023, Oktober 4). HomeTeknoTech News Ini Alasan Kenapa TikTok Shop Ditutup 4 Oktober 2023 Pukul 17.00 WIB. hlm. 1.
- [33] wardani. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis dan Dampaknya terhadap kemajuan bisnis skincare Brand Sheriz pada marketplace Tik Tok Shop dengan sistem affiliate. 1(2). Diambil dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/5414611/ini-alasan-kenapa-tiktok-shop-ditutup-4-oktober-2023-pukul-1700-wib?page=4>
- [34] Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>