

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Problematika terkait penutupan TikTok shop pada ekosistem *e-commerce* terdiri dari: 1) Ancaman terhadap eksistensi *e-commerce* atau UMKM lokal, 2) Ketidaksetaraan persaingan usaha, 3) Praktik harga yang tidak adil, 4) Resiko monopoli, 5) Pertumbuhan ekosistem yang tidak sehat. Setelah mengalami penutupan, kini perkembangannya TikTok shop dibuka kembali karena terdapat keuntungan atau nilai positif yaitu, antara lain: 1) Memperluas pangsa pasar, 2) Kemudahan berbelanja bagi para konsumen, 3) Belanja daring sebagai alternatif untuk berhemat, 4) Pengalaman belanja yang menarik.
2. Dalam perspektif hukum positif, melihat problematika yang ada terkait penutupan dan pembukaan kembali TikTok shop dapat dijelaskan bahwasanya, TikTok shop ketika tidak ada pemisahan layanan antara sosial media dan social commerce maka, TikTok shop melanggar Permendag Nomor 31 Tahun 2023 pada Pasal 21 ayat (3) tentang PPMSE dengan model bisnis Social Commerce dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya. Selain itu, juga melanggar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tetapi, ketika sudah di pisah antara sosial media dan social commerce maka, TikTok shop sudah tidak lagi melanggar Permendag Nomor 31 Tahun 2023

pada Pasal 21 ayat (3) dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Hadirnya kembali TikTok shop dengan menggandeng Tokopedia sebagai e-commerce, dapat memberikan harapan baru bagi pelaku usaha yang sebelumnya sangat mengandalkan platform TikTok sebagai media berjualan. Selain itu kemitraan keduanya diharapkan memberikan manfaat lebih besar bagi pengguna dan pelaku UMKM di Indonesia dan juga diharapkan mampu memperluas ekosistem digital yang ada di Indonesia. Namun, dengan hadirnya kembali TikTok shop dirasa masih menyimpan banyak kekhawatiran akan potensi praktik *predatory pricing* atau jual murah. Dalam revisi Permendag belum mencantumkan aturan terkait kode barang atau acuan harga yang terindikasi masuk *predatoy pricing*. Dengan tidak adanya standart terkait acuan harga serta kode barang tersebut maka akan terbuka peluang *predatory pricing*. Untuk itu, kedepannya perlu adanya regulasi khusus untuk mengantisipasi *predatory pricing*.

3. Perspektif hukum Islam, melihat problematika yang ada terkait penutupan dan pembukaan kembali TikTok shop dapat dijelaskan bahwa, sebelumnya TikTok shop melakukan praktik persaingan usaha tidak sehat (*Al-Munafasah Al-Tijariyyah Ghayr Al-Masyru'ah*) dan tidak memenuhi prinsip etika bisnis yaitu, mengenai prinsip tauhid dan prinsip keseimbangan. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis yang sudah terpenuhi yaitu, prinsip tanggung jawab, prinsip kehendak bebas, dan prinsip *ihsan*. Jika dilihat dari *maqashid syariah* problematika terkait

penutupan TikTok shop tidak sesuai dengan konsep *hifdzu ad-din*, dimana terdapat praktik dalam TikTok shop yang tidak disyariatkan oleh Islam, seperti menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak yang nantinya dapat mengancam terhadap eksistensi *e-commerce* atau UMKM lokal. Setelah mengalami penutupan, kini TikTok shop hadir kembali bermitra dengan Tokopedia. Hadirnya kembali TikTok shop, sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam mengenai prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan *ihsan*. Selain itu, juga sudah sesuai dengan kelima prinsip *maqashid syariah*, yaitu *hifdzu ad-din* (menjaga agama), *hifdzu an-nafs* (menjaga diri), *hifdzu an-nasl* (menjaga keturunan), *hifdzu al-maal* (menjaga harta), dan *hifdzu al-aql* (menjaga akal). Sejatinya, dengan melihat segala upaya pemerintah dalam mengatasi polemik TikTok shop ini tentunya tidak terlepas dari mempertimbangkan kemashlahatan semua kalangan, hal ini juga selaras dengan tujuan dari *maqashid syariah*. Dengan hadirnya kembali TikTok shop di Indonesia dapat membantu pelaku usaha UMKM untuk menjajakan dagangannya dan juga menjadi cara baru untuk memperluas pangsa pasar mereka. Dengan jumlah pengguna TikTok yang besar, peluang untuk memperluas pasar menjadi lebih luas. Hal ini tentunya dapat meningkatkan omzet penjualan bisnis.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan data-data yang sudah dipaparkan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Pelaku usaha e-commerce perlu meningkatkan daya saing dan menarik perhatian pelanggan di tengah persaingan dengan platform seperti TikTok shop, dengan fokus strategi pemasaran yang inovatif dan pengalaman pengguna yang menarik.
2. Pemerintah seharusnya juga mengatur mengenai penghindaran *predatory pricing* atau jual murah untuk mencegah terjadinya pengulangan kesalahan dengan banyak menjual produk di bawah harga yang merugikan *e-commerce* lainnya. Perlu adanya aturan yang mengatur jelas mengenai standart terkait aturan harga serta kode barang agar tidak mengulang kesalahan yang sama.
3. Pihak TikTok shop seharusnya menjaga keseimbangan antara keuntungan bisnis dan kemashlahatan umat, serta menghindari penyalahgunaan atau praktik yang merugikan pelanggan atau pesaing usaha lain..