

**Perlakuan Hukum terhadap TikTok Shop di Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok: Analisis Yuridis dalam Perspektif Hukum Perdata Internasional**  
*Legal Treatment of TikTok Shop in Indonesia, Malaysia, and China: A Juridical Analysis from the Perspective of Private International Law*

Fahmi Ihsan Margolang \* 1, a

<sup>1</sup> Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Indonesia

<sup>2</sup> Second affiliation, Address, City and Postcode, Country (10pt)

<sup>a</sup> [fahmiimrgolang@gmail.com](mailto:fahmiimrgolang@gmail.com)

\* Corresponding Author : Fahmi Ihsan Margolang

**Abstract:** Write your abstract his study aims to analyze the differing legal treatments of TikTok Shop in Indonesia, Malaysia, and China, and to assess their alignment with the principles of private international law. TikTok Shop, as a cross-border digital entity operating through a social commerce model, is subject to varied regulatory approaches across jurisdictions. This research adopts a normative juridical method, employing statutory, comparative, and conceptual approaches. The legal materials reviewed include national regulations from the three countries, the principles of *lex mercatoria*, *lex loci solutionis*, as well as international instruments such as the UNIDROIT Principles and the CISG. The analysis reveals that regulatory fragmentation creates legal uncertainty and increases the risk of jurisdictional conflicts in cross-border digital trade. Divergent national approaches also affect the investment climate and open space for regulatory arbitrage. This study recommends the need for harmonizing social commerce regulations through regional cooperation, such as the ASEAN Digital Economy Framework, and for establishing mutual legal recognition mechanisms between jurisdictions to promote a fair and adaptive legal environment in response to the global digital economy.

**Keywords:** TikTok Shop, social commerce, private international law, *lex mercatoria*, digital regulatory harmonization.

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan perlakuan hukum terhadap TikTok Shop di Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok, serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum perdata internasional. TikTok Shop sebagai entitas digital lintas negara beroperasi melalui model social commerce yang belum diatur secara seragam di berbagai yurisdiksi. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, perbandingan hukum, dan konseptual. Bahan hukum yang dikaji meliputi regulasi nasional ketiga negara, prinsip *lex mercatoria*, *lex loci solutionis*, serta dokumen internasional seperti UNIDROIT Principles dan CISG. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketidakharmonisan regulasi menciptakan ketidakpastian hukum dan potensi konflik yurisdiksi dalam praktik perdagangan digital lintas negara. Pendekatan hukum yang berbeda juga berdampak pada iklim investasi dan membuka ruang regulatory arbitrage. Penelitian ini merekomendasikan perlunya harmonisasi regulasi social commerce melalui kerja sama regional, seperti ASEAN Digital Economy Framework, serta pengakuan timbal balik antar negara sebagai upaya menciptakan sistem hukum yang adil dan adaptif terhadap dinamika ekonomi digital global.

**Kata Kunci :** TikTok Shop, social commerce, hukum perdata internasional, *lex mercatoria*, harmonisasi digital.

## Pendahuluan

Dalam satu dekade terakhir, transformasi digital telah mengubah pola interaksi sosial masyarakat global. Salah satu dampak yang paling menonjol adalah munculnya social commerce, yaitu penggabungan antara media sosial dan kegiatan perdagangan elektronik. Social commerce memungkinkan pengguna tidak hanya berinteraksi, tetapi juga melakukan transaksi dalam satu ekosistem digital yang terintegrasi (Kim & Kim, 2021). Tren ini menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, melainkan juga sebagai alat pemasaran dan transaksi yang efektif (Liang & Turban, 2011).

Pertumbuhan pengguna media sosial secara global menjadi pendorong utama lahirnya social commerce. Konsumen digital kini cenderung melakukan pencarian produk, melihat ulasan, hingga membeli langsung melalui media sosial, menjadikan platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook sebagai bagian dari rantai e-commerce (Zhou et al., 2021). Menurut Sago (2013), perilaku konsumen di era digital sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial online dan rekomendasi berbasis komunitas dalam media sosial.

TikTok Shop menjadi salah satu manifestasi terkini dari perkembangan social commerce tersebut. Fitur ini mengintegrasikan konten hiburan, pemasaran, dan pembayaran dalam satu sistem aplikasi, memungkinkan pengguna membeli produk langsung dari tayangan video (Sun & Wang, 2023). Dalam konteks ini, menurut Ma et al. (2022), TikTok berhasil membangun pengalaman belanja yang imersif dan interaktif, yang secara signifikan meningkatkan conversion rate dibanding platform e-commerce konvensional.

Model bisnis TikTok Shop mencerminkan pergeseran paradigma dalam strategi pemasaran digital. Penggunaan influencer, live shopping, dan algoritma personalisasi menjadikan TikTok Shop sebagai kekuatan baru dalam lanskap digital commerce (Li & Xie, 2022). Bahkan menurut penelitian dari Wang dan Yu (2022), integrasi ini mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara lebih spontan dan emosional dibandingkan iklan statis pada e-commerce biasa.

Daya tarik TikTok Shop juga diperkuat oleh kemampuannya menargetkan segmen pasar Gen Z dan milenial, yang merupakan pengguna aktif media sosial dan lebih responsif terhadap konten visual singkat. Studi oleh Chen dan Lin (2022) menyatakan bahwa generasi ini cenderung mempercayai konten yang dihasilkan pengguna (UGC) ketimbang iklan konvensional. Sejalan dengan itu, penelitian oleh Zhang et al. (2021) menunjukkan bahwa social commerce berbasis video meningkatkan kepercayaan dan niat beli secara signifikan.

Meskipun secara global TikTok Shop mengalami pertumbuhan pesat, model operasionalnya harus disesuaikan dengan regulasi lokal di masing-masing negara. Hal ini menunjukkan pentingnya sinergi antara inovasi teknologi dan kepatuhan hukum dalam industri digital lintas negara (Tang & Hu, 2022). Dalam studi perbandingan oleh Rahman dan Lee (2023), disebutkan bahwa keragaman regulasi digital di berbagai negara memengaruhi kelangsungan dan bentuk legalitas TikTok Shop secara signifikan.

Pada Oktober 2023 setelah pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023. Regulasi tersebut secara tegas melarang media sosial untuk menjalankan fungsi ganda sebagai platform e-commerce, dengan alasan untuk mencegah praktik monopoli dan melindungi pelaku UMKM lokal dari dominasi algoritma raksasa digital (Kusnadi, 2023). Pemerintah Indonesia melihat adanya kekhawatiran terhadap praktik bisnis tidak sehat apabila satu entitas digital menguasai seluruh rantai distribusi, dari promosi hingga transaksi (Yulianto & Pramudito, 2023). Hal ini mencerminkan pendekatan negara dalam menjaga kedaulatan ekonomi digital nasional melalui instrumen hukum.

Sebagai bentuk respons terhadap larangan tersebut, TikTok menyepakati skema merger strategis dengan Tokopedia—anak usaha dari GoTo Group—pada Desember 2023. Melalui kesepakatan ini, TikTok berinvestasi sebesar USD 1,5 miliar ke dalam Tokopedia, dan seluruh aktivitas e-commerce TikTok Shop di Indonesia secara formal dialihkan ke dalam ekosistem Tokopedia (Setiawan & Nugroho, 2024). Merger ini tidak hanya menjadi solusi hukum, tetapi juga mencerminkan penyesuaian model bisnis lintas negara yang tunduk pada prinsip *lex loci solutionis* atau hukum tempat pelaksanaan perjanjian (Wijayanti, 2024). Hal ini menunjukkan bagaimana korporasi global perlu menyesuaikan diri terhadap kerangka hukum lokal demi mempertahankan operasionalnya.

Skema kerja sama antara TikTok dan Tokopedia tersebut juga memunculkan perdebatan dalam ranah hukum bisnis dan persaingan usaha. Beberapa pengamat menilai bahwa merger ini sebenarnya merupakan upaya TikTok untuk menghindari hambatan regulasi secara teknis, tanpa benar-benar memisahkan fungsi sosial dan komersial dalam aplikasinya (Hasibuan & Wicaksono, 2024). Dalam perspektif hukum ekonomi digital, merger ini menjadi contoh konkret bagaimana entitas asing beradaptasi melalui kolaborasi dengan entitas lokal untuk memperoleh legitimasi operasional, meskipun substansinya tetap mempertahankan model social commerce terintegrasi (Dewi, 2024).

Lebih jauh lagi, fenomena TikTok Shop di Indonesia menjadi preseden penting dalam diskursus hukum perdagangan digital di Asia Tenggara. Regulasi yang ketat di Indonesia berbanding terbalik dengan negara-negara tetangga yang lebih longgar, sehingga menempatkan Indonesia dalam posisi yang unik dalam menyusun arsitektur hukum digitalnya (Alamsyah & Putri, 2024). Dalam konteks hukum perdata internasional, kasus ini memperlihatkan tantangan dalam menyelaraskan prinsip kedaulatan hukum nasional dengan dinamika bisnis lintas negara yang semakin kompleks (Rahardjo, 2024). Oleh karena itu, merger TikTok–Tokopedia dapat dijadikan model studi kasus untuk menelaah batas antara proteksi nasional dan fleksibilitas hukum global dalam menghadapi fenomena social commerce.

Berbeda dengan Indonesia, negara seperti Malaysia dan Tiongkok hingga saat ini belum memberlakukan regulasi yang secara eksplisit melarang penggabungan antara platform media sosial dan e-commerce. Di Malaysia, TikTok Shop dapat beroperasi secara langsung melalui entitas lokal tanpa keharusan melakukan kerja sama dengan pihak ketiga, karena regulasi perdagangan digital di negara tersebut masih bersifat permissive dan adaptif terhadap inovasi teknologi (Tan & Low, 2023). Pemerintah Malaysia lebih menekankan pendekatan self-regulation dan perlindungan konsumen melalui mekanisme edukasi digital, alih-alih pembatasan struktural terhadap model bisnis (Chong & Chew, 2022). Hal ini mencerminkan strategi regulasi yang lebih fleksibel, dengan harapan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi digital melalui kolaborasi terbuka antara pelaku usaha dan platform global.

Sementara itu di Tiongkok, sebagai negara asal perusahaan induk TikTok (ByteDance), keberadaan TikTok Shop atau versi lokalnya di Douyin telah menjadi bagian dari ekosistem e-commerce nasional yang sangat terintegrasi. Pemerintah Tiongkok justru mendorong penguatan model live commerce, karena dianggap mampu meningkatkan konsumsi domestik dan memberdayakan UMKM secara digital (Zhang & Liu, 2021). Tidak ada larangan hukum yang membatasi penggabungan fungsi sosial dan komersial dalam satu platform; sebaliknya, regulasi di Tiongkok lebih fokus pada pengawasan konten, keamanan data, dan kepatuhan perpajakan (Wu & Zheng, 2023). Dengan demikian, model TikTok Shop di Tiongkok beroperasi dalam sistem yang mendukung sinergi antara inovasi digital dan pengendalian negara tanpa perlu memisahkan fungsionalitas antar sektor.

Perbedaan perlakuan hukum terhadap TikTok Shop di Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok memunculkan isu yuridis penting dalam konteks hukum perdata internasional, khususnya terkait perlakuan terhadap entitas yang sama dalam yurisdiksi berbeda. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai konsistensi prinsip equality before the law dalam tatanan perdagangan global serta potensi terjadinya konflik antara kedaulatan hukum nasional dengan kepentingan bisnis lintas negara (Paparinskis, 2021). Dalam hal ini, prinsip seperti *lex loci solutionis*—yang mengatur pelaksanaan kontrak di negara tempat perjanjian dilaksanakan—dan *lex mercatoria*—sebagai praktik hukum dagang internasional non-ketat—menjadi relevan untuk mengevaluasi apakah perbedaan perlakuan tersebut melanggar asas kepastian hukum dan keadilan kontraktual (Nygh, 2002).

Fenomena TikTok Shop dan keberagaman regulasi di Asia menjadi isu hukum yang relatif baru, khususnya dalam disiplin hukum perdata internasional yang menangani transaksi lintas batas dalam ranah digital. Kajian ini penting karena menyentuh dimensi kepastian hukum bagi pelaku usaha global, sekaligus mempertanyakan posisi hukum entitas asing di negara dengan pendekatan regulatif yang berbeda (Kessedjian, 2020). Selain itu, penting pula untuk menelaah relevansi prinsip seperti *sovereignty of law*, yang menegaskan hak eksklusif suatu negara dalam mengatur wilayah hukumnya, namun harus diimbangi dengan prinsip kolaboratif dalam kerangka hukum transnasional (Mills, 2018). Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan literatur yang belum banyak membahas social commerce dari perspektif hukum perdata internasional secara komparatif

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian hukum dengan pendekatan yuridis normatif, yaitu suatu pendekatan yang bertumpu pada analisis terhadap norma-norma hukum tertulis yang berlaku.

Penelitian yuridis normatif digunakan untuk menelaah bagaimana ketentuan hukum—baik nasional maupun internasional—mengatur, merespons, dan mengatur kembali fenomena integrasi antara media sosial dan e-commerce seperti yang dilakukan oleh TikTok Shop. Karena fokusnya adalah kajian terhadap norma dan bukan pada perilaku empiris masyarakat, penelitian ini tidak menggunakan metode lapangan, melainkan mengandalkan bahan hukum sebagai sumber utama.

Dalam penelitian ini digunakan pula pendekatan perbandingan hukum (*comparative law approach*), yang bertujuan untuk membandingkan bagaimana tiga negara, yaitu Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok, mengatur dan memperlakukan TikTok Shop sebagai entitas digital lintas negara. Pendekatan ini relevan karena memberikan gambaran yang lebih utuh tentang perbedaan perlakuan hukum terhadap subjek yang sama dalam sistem hukum yang berbeda. Dari perbandingan tersebut akan ditarik pemahaman mendalam tentang karakteristik masing-masing sistem hukum serta bagaimana prinsip-prinsip hukum perdata internasional dapat menjembatani atau menjelaskan ketimpangan tersebut.

Selain itu, digunakan pula pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) untuk menganalisis regulasi formal yang berlaku di masing-masing negara, seperti Permendag No. 31 Tahun 2023 di Indonesia, *Electronic Trade Transactions Regulation 2012* di Malaysia, dan *E-Commerce Law of the People's Republic of China* di Tiongkok. Seluruh peraturan ini akan dibaca secara sistematis, kontekstual, dan dikaitkan dengan prinsip-prinsip umum dalam hukum perdata internasional, seperti *lex mercatoria*, *lex loci solutionis*, dan asas kedaulatan hukum negara (*sovereignty of law*).

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi undang-undang, peraturan pemerintah, dan peraturan menteri di Indonesia; serta hukum positif yang berlaku di Malaysia dan Tiongkok. Bahan hukum sekunder berupa buku-buku hukum, artikel jurnal ilmiah, dan publikasi akademik yang relevan dengan tema e-commerce, social commerce, dan hukum internasional. Sementara bahan hukum tersier digunakan sebagai penunjang untuk memperkuat pemahaman konseptual, seperti kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan publikasi dari organisasi internasional seperti OECD, UNCITRAL, dan WTO.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan studi kepustakaan (*library research*), yaitu menelusuri, mengidentifikasi, dan mengumpulkan bahan-bahan hukum melalui sumber resmi daring seperti JDih, portal kementerian, serta database akademik seperti Google Scholar, JSTOR, HeinOnline, dan laman resmi pemerintah negara tujuan. Proses pengumpulan dilakukan secara sistematis agar seluruh peraturan yang menjadi objek perbandingan benar-benar mencerminkan praktik hukum aktual di masing-masing yurisdiksi.

Seluruh bahan hukum yang dikumpulkan akan dianalisis secara deskriptif-kualitatif, dengan menggunakan metode interpretasi sistematis untuk memahami makna, tujuan, dan ruang lingkup norma hukum yang dikaji. Kemudian dilakukan proses komparasi untuk melihat kesamaan dan perbedaan antarnegara, serta refleksi hukum internasionalnya. Hasil analisis ini akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah secara normatif, sekaligus memberi kontribusi terhadap wacana hukum digital lintas negara dan kemungkinan harmonisasi prinsip-prinsip hukum perdata internasional dalam konteks globalisasi platform digital.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Regulasi Dan Perlakuan Hukum Terhadap Tiktok Shop Di Indonesia, Malaysia, Dan Tiongkok**

TikTok Shop merupakan entitas digital lintas negara yang mengusung model social commerce, yaitu bentuk integrasi antara fungsi media sosial dengan kegiatan transaksi komersial secara daring. Model ini memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mengakses konten hiburan, tetapi juga secara langsung melakukan pembelian dalam aplikasi yang sama melalui fitur seperti live streaming, short video, serta tautan interaktif. Karakter ini menjadikan TikTok Shop bukan

sekadar platform distribusi barang, tetapi juga ruang promosi yang mendorong keputusan pembelian secara impulsif dan terpersonalisasi (Huang & Benyoucef, 2017). Keunggulan model ini terletak pada efektivitas pemasaran digital yang dikendalikan oleh algoritma dan interaksi sosial secara simultan.

Sebagai bagian dari ekspansi global perusahaan ByteDance, TikTok Shop hadir di berbagai negara dengan pendekatan yang menyesuaikan terhadap sistem hukum setempat. Kehadirannya menimbulkan diskursus yuridis yang penting, mengingat entitas ini melakukan aktivitas komersial transnasional tanpa selalu memiliki kehadiran fisik secara langsung. Dalam konteks hukum perdata internasional, situasi ini memperkuat relevansi pembahasan mengenai yurisdiksi, *lex loci solutionis*, dan prinsip kedaulatan hukum nasional (Chen & Zhang, 2022). TikTok Shop dengan demikian menjadi entitas strategis dalam kajian kontemporer tentang benturan antara praktik bisnis digital global dan kepentingan hukum domestik masing-masing negara.

Negara-negara tempat TikTok Shop beroperasi menunjukkan ragam pendekatan hukum yang signifikan. Indonesia, misalnya, menerapkan kebijakan yang cenderung restriktif terhadap integrasi fungsi sosial dan komersial dalam satu platform. Sebaliknya, Malaysia menempuh jalur moderat dengan pendekatan permisif dan berbasis pengawasan prinsip. Di sisi lain, Tiongkok, sebagai negara asal TikTok, justru mendukung penuh integrasi tersebut dalam kerangka strategi nasional ekonomi digital (Lim & Lee, 2023). Perbedaan orientasi kebijakan ini menggambarkan adanya kontras dalam cara negara-negara Asia merespons perkembangan model bisnis global berbasis teknologi.

Keragaman pendekatan tersebut memunculkan tantangan konseptual dalam konteks keadilan kontraktual, perlindungan konsumen, serta kepastian hukum lintas batas. Di tengah arus globalisasi ekonomi digital, perbedaan regulasi ini berpotensi menimbulkan fenomena *regulatory arbitrage*, yakni praktik di mana perusahaan memilih lokasi bisnis berdasarkan kelemahan atau kelonggaran hukum setempat (Pandey & Rahim, 2022). Oleh karena itu, penting untuk melakukan studi komparatif yang tidak hanya mendeskripsikan kondisi hukum nasional, tetapi juga mengaitkannya dengan kerangka hukum perdata internasional yang bersifat transnasional.

Untuk mengkaji dan menganalisis regulasi yang berlaku di tiga yurisdiksi—Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok—dalam merespons operasional TikTok Shop. Fokus utamanya adalah pada bentuk regulasi, model penyesuaian hukum, serta perlakuan terhadap entitas global dalam konteks hukum domestik. Kajian ini menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana sistem hukum nasional mampu menanggapi keberadaan entitas digital transnasional secara adil dan proporsional (Santos & Wu, 2022). Analisis ini juga berfungsi sebagai pijakan awal untuk menyusun argumentasi dalam kajian hukum perdata internasional yang akan dibahas pada bagian berikutnya.

Dengan menelaah pendekatan hukum masing-masing negara, diharapkan muncul pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap posisi entitas seperti TikTok Shop dalam konteks perdagangan digital lintas batas. Lebih jauh lagi, melalui analisis ini dapat ditarik benang merah atas urgensi harmonisasi prinsip-prinsip dasar hukum perdagangan digital. Tidak hanya untuk menciptakan kepastian hukum, tetapi juga untuk menjamin terwujudnya kompetisi usaha yang sehat dan setara bagi pelaku usaha lokal maupun asing (Hassan & Tay, 2021).

Regulasi perdagangan digital di Indonesia pada dasarnya telah mengalami perkembangan yang progresif seiring dengan meningkatnya penetrasi teknologi dalam sektor niaga. Kerangka hukum yang relevan antara lain termuat dalam Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yang mengatur ketentuan umum mengenai pelaku usaha digital, perizinan, perlindungan konsumen, serta mekanisme transaksi daring. Selain itu, Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan juga memuat prinsip dasar mengenai persaingan usaha dan kewajiban pelaku niaga dalam menjamin keadilan bagi konsumen. Puncaknya, Permendag No. 31 Tahun 2023 menetapkan larangan eksplisit terhadap platform media sosial untuk sekaligus menjadi tempat transaksi jual beli, sebagai bentuk pencegahan praktik monopoli dan upaya perlindungan terhadap pelaku UMKM (Setiawan & Nugroho, 2024). Kebijakan ini secara langsung berdampak pada operasional TikTok Shop, yang sejak Oktober 2023 resmi dihentikan aktivitasnya di Indonesia.

Sebagai bentuk penyesuaian terhadap regulasi tersebut, TikTok melakukan merger strategis dengan Tokopedia, salah satu platform e-commerce domestik, sebagai cara untuk tetap dapat menjalankan kegiatan perdagangannya dalam kerangka hukum nasional. Merger ini tidak hanya merupakan strategi bisnis, tetapi juga menunjukkan penerapan asas *lex loci solutionis*, yakni bahwa kontrak dan aktivitas hukum tunduk pada sistem hukum tempat peristiwa itu terjadi. Namun demikian, langkah tersebut menimbulkan perdebatan yuridis dan etis. Di satu sisi, merger ini dilihat sebagai bentuk kepatuhan terhadap kedaulatan hukum Indonesia (territorial sovereignty); di sisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa skema tersebut merupakan upaya bypass terhadap larangan yang substansial dalam Permendag No. 31 Tahun 2023 (Hasibuan & Wicaksono, 2024). Pertanyaan kritis yang muncul adalah apakah model ini tetap menjamin prinsip keadilan kompetitif antar pelaku usaha digital, terutama ketika entitas global memiliki kapasitas finansial dan akses struktural yang jauh lebih besar dibanding pelaku usaha lokal.

Malaysia mengambil pendekatan hukum yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap perkembangan social commerce. Regulasi yang mengatur aktivitas perdagangan digital di negara ini tertuang dalam Consumer Protection (Electronic Trade Transactions) Regulations 2012, yang secara umum berfungsi untuk melindungi konsumen dari transaksi elektronik yang tidak transparan atau merugikan. Selain itu, Communications and Multimedia Act 1998 memberikan kerangka hukum bagi platform digital dan media sosial untuk beroperasi tanpa adanya pemisahan fungsi secara kaku antara komunikasi dan transaksi ekonomi (Tan & Low, 2023). Dengan tidak adanya larangan eksplisit terhadap integrasi media sosial dan perdagangan elektronik, TikTok Shop dapat menjalankan aktivitasnya secara langsung tanpa memerlukan entitas lokal atau bentuk kolaborasi strategis dengan platform e-commerce dalam negeri.

Model regulasi di Malaysia mencerminkan prinsip *soft regulation* dan *self-regulation*, di mana negara memberikan ruang yang cukup luas bagi pelaku usaha digital untuk bereksperimen dan berkembang, selama tidak melanggar prinsip transparansi dan akuntabilitas kepada konsumen. Pemerintah Malaysia lebih mengedepankan upaya literasi digital dan penguatan tata kelola internal perusahaan sebagai bentuk mitigasi risiko dibanding melakukan intervensi struktural terhadap model bisnis digital (Chong & Chew, 2022). TikTok Shop di Malaysia beroperasi dengan pendekatan bisnis terintegrasi sepenuhnya dalam aplikasi, dan hal ini dinilai sejalan dengan visi pemerintah untuk mendorong transformasi digital nasional tanpa menghambat inovasi. Pendekatan ini juga mencerminkan pengakuan terhadap entitas digital lintas negara sebagai pelaku ekonomi sah dalam sistem hukum pasar terbuka, serta menempatkan tanggung jawab hukum tidak pada bentuk badan hukum, melainkan pada perlindungan perilaku usaha.

Tiongkok menempuh pendekatan yang sepenuhnya berbeda dengan Indonesia dan Malaysia, dengan secara eksplisit mendorong integrasi antara platform media sosial dan aktivitas e-commerce sebagai bagian dari strategi nasional ekonomi digital. TikTok Shop dalam versi domestiknya, yakni Douyin Shop, beroperasi di bawah kerangka hukum yang mendukung seperti E-Commerce Law of the People's Republic of China (2019), Cybersecurity Law (2017), dan Data Security Law (2021), yang lebih berfokus pada pengendalian data, pengawasan konten, dan kepatuhan administratif, bukan pada pembatasan bentuk usaha (Zhang & Liu, 2021; Wu & Zheng, 2023). Dengan demikian, struktur hukum di Tiongkok tidak membatasi model integratif yang dijalankan Douyin Shop, selama entitas tersebut tunduk pada sistem pengawasan negara yang ketat dan terpusat.

### **Analisis Yuridis terhadap Perbedaan Perlakuan dalam Perspektif Hukum Perdata Internasional**

Perbedaan perlakuan terhadap TikTok Shop di Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok menunjukkan adanya variasi signifikan dalam pendekatan hukum domestik terhadap entitas digital lintas negara. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting dalam konteks hukum perdata internasional: sejauh mana perbedaan perlakuan tersebut dapat dibenarkan atau justru bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar yang mengatur hubungan hukum lintas yurisdiksi. TikTok Shop, sebagai entitas yang beroperasi tanpa batas geografis namun terikat oleh batas yurisdiksi hukum, menghadirkan kompleksitas baru bagi teori dan praktik *private international law* (Mills, 2018).

Salah satu prinsip utama dalam hukum perdata internasional adalah *lex loci solutionis*, yaitu bahwa pelaksanaan kontrak tunduk pada hukum tempat kontrak itu dilakukan. Dalam konteks Indonesia, merger TikTok dengan Tokopedia dapat dilihat sebagai bentuk kepatuhan terhadap prinsip ini, karena TikTok menyesuaikan diri dengan regulasi lokal melalui restrukturisasi bisnis. Akan tetapi, pendekatan seperti ini tidak diberlakukan di Malaysia atau Tiongkok, yang menunjukkan bahwa penerapan *lex loci solutionis* menjadi sangat kontekstual dan tidak selalu konsisten antar yurisdiksi (Nygh, 2002). Hal ini memperlihatkan keterbatasan prinsip tersebut dalam mengatasi ketidakharmonisan regulasi global.

Selain itu, prinsip *lex mercatoria*, yaitu kumpulan kebiasaan dan prinsip umum yang berkembang dalam praktik perdagangan internasional, menjadi relevan untuk dikaji. *Lex mercatoria* mendorong keseragaman dalam penyusunan kontrak dan penyelesaian sengketa, meskipun tidak selalu mengikat secara yuridis. Dalam konteks TikTok Shop, ketidakaturan regulasi antar negara justru bertentangan dengan semangat harmonisasi yang diusung oleh *lex mercatoria*, yang menghendaki kepastian dan kesetaraan dalam perlakuan hukum (Paparinskis, 2021). Situasi ini menunjukkan bahwa hukum kebiasaan internasional belum mampu mengatasi dominasi hukum nasional terhadap entitas digital transnasional.

Lebih jauh, perbedaan perlakuan terhadap TikTok Shop juga menyentuh isu kedaulatan hukum negara (*sovereignty of law*). Dalam hal ini, setiap negara berhak mengatur sistem hukum di wilayah yurisdiksinya, termasuk untuk membatasi atau mengizinkan operasional platform asing. Indonesia, dengan pendekatan protektif melalui Permendag No. 31 Tahun 2023, menegaskan kedaulatannya dalam melindungi pasar domestik. Di sisi lain, Malaysia dan Tiongkok memilih pendekatan liberal atau integratif. Kebebasan masing-masing negara dalam menentukan kebijakan ini sah secara prinsip, namun menimbulkan ketidakpastian hukum global jika tidak disertai dengan mekanisme koordinasi lintas negara (Kessedjian, 2020).

Konflik yurisdiksi juga menjadi isu utama dalam pembahasan ini. Ketika entitas seperti TikTok Shop melakukan transaksi lintas negara, pertanyaan mengenai forum selection, applicable law, dan recognition of judgment menjadi sangat krusial. Negara dengan pendekatan hukum yang lebih longgar dapat menjadi tempat operasi pilihan, sementara negara dengan regulasi ketat menjadi tempat berisiko secara hukum. Ketimpangan ini membuka ruang bagi praktik forum shopping, yang dapat merugikan negara-negara dengan struktur hukum protektif (Mills, 2018). Dalam kondisi seperti ini, diperlukan sistem penyelesaian sengketa lintas negara yang lebih adaptif dan mengikat.

Dalam konteks kontrak jual beli lintas negara, United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) memberikan acuan hukum yang cukup komprehensif. Meskipun tidak secara spesifik mengatur entitas berbasis media sosial, prinsip-prinsip CISG mengenai otonomi para pihak dan tanggung jawab kontraktual tetap relevan untuk dianalisis dalam model bisnis seperti TikTok Shop. Namun, keberlakuan CISG terbatas pada negara-negara pihak dan tidak mengikat yurisdiksi yang belum meratifikasi konvensi tersebut, seperti Indonesia, yang memperlemah potensi harmonisasi hukum di kawasan ini (Nygh, 2002).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perbedaan perlakuan hukum terhadap TikTok Shop saat ini belum sepenuhnya sejalan dengan semangat dan prinsip-prinsip hukum perdata internasional. Meskipun secara formal negara memiliki hak kedaulatan penuh dalam mengatur aktivitas ekonomi di wilayahnya, fragmentasi hukum digital yang terlalu tajam justru menghambat kepastian hukum dan kelangsungan usaha lintas batas. Oleh karena itu, diperlukan dialog regulatif regional dan penguatan mekanisme harmonisasi—baik melalui soft law seperti UNIDROIT Principles maupun melalui forum multilateral seperti ASEAN Digital Economy Framework Agreement—untuk menjamin keseimbangan antara kedaulatan hukum dan kebutuhan integrasi ekonomi digital global (Kessedjian, 2020; Paparinskis, 2021).

### **Implikasi Hukum dan Rekomendasi Harmonisasi Regulasi Social Commerce**

Perbedaan perlakuan hukum terhadap TikTok Shop di berbagai negara menimbulkan konsekuensi nyata terhadap kepastian hukum bagi pelaku usaha digital lintas negara. Ketika entitas yang sama tunduk pada regulasi yang sangat berbeda di tiap yurisdiksi, maka risiko hukum menjadi tidak terukur, dan hal ini berpotensi menghambat investasi lintas batas. Bagi pelaku

usaha digital, kepastian hukum merupakan prasyarat untuk perencanaan jangka panjang, terutama terkait perizinan, perlindungan data, dan skema pajak digital. Ketidakharmisan hukum antar negara menciptakan iklim usaha yang rapuh dan membuka ruang sengketa yang berlarut-larut.

Situasi ini juga berdampak pada iklim investasi digital, khususnya bagi startup dan investor asing yang ingin beroperasi di lebih dari satu negara. Ketika tidak ada konsistensi dalam penerapan hukum terhadap model bisnis social commerce, maka risiko operasional meningkat, dan investor cenderung memilih yurisdiksi yang lebih longgar atau minim hambatan. Dalam jangka panjang, ini dapat memunculkan fenomena regulatory avoidance dan jurisdictional shopping, yang justru merugikan negara-negara dengan sistem hukum protektif, karena kehilangan potensi ekonomi digital akibat ketidakseimbangan perlakuan regulatif.

Dari perspektif hukum internasional, ketimpangan ini menunjukkan perlunya negara-negara untuk mulai merumuskan prinsip-prinsip bersama dalam mengatur social commerce, terutama terkait definisi hukum, batas fungsi platform digital, serta hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi lintas batas. Harmonisasi bukan berarti menyeragamkan seluruh peraturan, melainkan menciptakan kerangka acuan bersama yang dapat meminimalkan konflik hukum antarnegara. Pendekatan ini dapat diadopsi melalui soft law instruments seperti model law, code of conduct, atau guidelines yang disusun oleh organisasi regional maupun internasional.

Salah satu upaya yang dapat dikembangkan adalah kerja sama regional di Asia Tenggara, misalnya melalui penyusunan kerangka ASEAN Digital Economy Framework Agreement yang saat ini sedang digagas. Framework ini diharapkan mampu menyatukan prinsip-prinsip dasar dalam perdagangan digital, termasuk pengaturan social commerce, tanpa mengabaikan kedaulatan hukum masing-masing negara anggota. Melalui kerja sama semacam ini, negara-negara dapat membangun kepercayaan hukum lintas batas, memperkuat interoperabilitas sistem, dan menetapkan mekanisme penyelesaian sengketa regional yang efektif.

Selain pendekatan regional, negara-negara juga dapat menjajaki bentuk kerja sama bilateral, terutama antara negara-negara yang menjadi tujuan utama ekspansi entitas digital seperti TikTok Shop. Perjanjian bilateral dalam bentuk digital trade agreement atau cross-border data flow agreement dapat menjembatani perbedaan sistem hukum secara lebih cepat, dibandingkan menunggu kesepakatan multilateral. Dalam konteks ini, Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok dapat menjadi aktor utama dalam menyusun model perjanjian bilateral yang memperjelas batas tanggung jawab platform dan pelaku usaha lintas negara.

Di tingkat global, berbagai lembaga internasional seperti OECD dan WTO telah mulai mengembangkan prinsip-prinsip umum yang dapat digunakan sebagai referensi dalam mengatur platform digital. OECD, misalnya, telah menerbitkan Guidelines on Digital Platform Governance yang mencakup transparansi algoritma, kewajiban pelaporan, dan perlindungan konsumen dalam platform terintegrasi. WTO melalui Joint Statement Initiative on E-Commerce juga mengusulkan kerangka normatif untuk pengaturan perdagangan digital lintas negara, meskipun belum menghasilkan instrumen hukum yang mengikat. Upaya ini menunjukkan bahwa harmonisasi hukum digital adalah kebutuhan mendesak dalam menjaga keseimbangan antara inovasi dan akuntabilitas.

Implikasi hukum lainnya adalah pentingnya pengakuan timbal balik antar sistem hukum (mutual recognition) dalam mengatur entitas digital lintas negara. Negara-negara perlu menyepakati mekanisme bagaimana suatu entitas digital yang sah di satu negara dapat diakui status hukumnya di negara lain, tanpa harus mengulang proses legalisasi yang kompleks. Mekanisme ini dapat berbentuk mutual licensing, pengakuan izin usaha lintas batas, atau harmonisasi standar perlindungan konsumen digital. Pengakuan timbal balik tidak hanya memudahkan operasional perusahaan digital, tetapi juga memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan negara.

### **Kesimpulan**

Perbedaan perlakuan hukum terhadap TikTok Shop di Indonesia, Malaysia, dan Tiongkok mencerminkan adanya fragmentasi regulasi dalam mengatur entitas digital lintas negara yang

mengusung model social commerce. Indonesia memberlakukan larangan integrasi media sosial dan e-commerce sehingga memaksa TikTok melakukan merger dengan Tokopedia sebagai bentuk penyesuaian terhadap hukum nasional, sementara Malaysia dan Tiongkok justru mengizinkan operasional langsung tanpa pembatasan struktural. Dalam konteks hukum perdata internasional, hal ini menimbulkan ketidakseimbangan terhadap prinsip *lex loci solutionis*, *lex mercatoria*, dan *sovereignty of law*, di mana kedaulatan hukum domestik sering kali bertentangan dengan kebutuhan harmonisasi hukum global. Perbedaan regulasi ini tidak hanya berdampak pada kepastian hukum bagi pelaku usaha, tetapi juga menciptakan ketidakpastian bagi investor digital, serta membuka ruang praktik *regulatory arbitrage* dan *forum shopping*. Situasi ini menunjukkan lemahnya efektivitas instrumen hukum transnasional dalam mengatur praktik social commerce. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya harmonisasi regulasi melalui kerja sama regional, bilateral, maupun multilateral, dengan mengacu pada inisiatif seperti ASEAN Digital Economy Framework Agreement, pedoman OECD, dan prinsip-prinsip *soft law* seperti UNIDROIT Principles atau CISG. Selain itu, pengakuan timbal balik antar yurisdiksi atas entitas digital menjadi penting guna menciptakan interoperabilitas hukum, memperkuat perlindungan konsumen, dan menjamin keadilan kontraktual dalam praktik perdagangan digital global. Penelitian ini menunjukkan bahwa tanpa adanya komitmen harmonisasi dan reformulasi prinsip hukum lintas negara, model social commerce berpotensi terus berada dalam ruang abu-abu hukum yang menghambat kemajuan ekonomi digital secara adil dan berkelanjutan.

### Referensi

- Chen, X., & Zhang, L. (2022). TikTok's global e-commerce strategy: Digital cross-border operations and local legal challenges. *International Journal of Digital Business*, 3(2), 44–59.
- Chong, M. L., & Chew, S. W. (2022). Social commerce and digital policy in Malaysia: Regulatory responses and challenges. *Asian Journal of Law and Technology*, 5(2), 27–39.
- Dewi, A. K. (2024). Legal consequences of the TikTok–Tokopedia merger: Between adaptation and circumvention. *Jurnal Hukum Bisnis Internasional*, 6(1), 22–35.
- Hassan, R., & Tay, C. Y. (2021). Legal reciprocity and cross-border platform regulation in Asia. *Asia-Pacific Journal of Law and Policy*, 9(1), 41–58.
- Hasibuan, M., & Wicaksono, T. (2024). Analisis yuridis merger platform e-commerce dan implikasi persaingan usaha. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Digital*, 5(2), 48–60.
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2017). From e-commerce to social commerce: A close look at design features. *Electronic Commerce Research and Applications*, 21, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2016.11.002>
- Kessedjian, C. (2020). Transnational commercial law: Challenges in a digital economy. *International Law Review*, 62(1), 45–60.
- Lim, S. H., & Lee, W. Y. (2023). Comparative regulatory approaches to social commerce in Southeast Asia. *Asian Legal Studies Review*, 4(1), 67–85.
- Mills, A. (2018). The law applicable to cross-border commercial relationships in the digital age. *Cambridge Journal of International and Comparative Law*, 7(2), 129–148. <https://doi.org/10.4337/cjicl.2018.02.03>
- Nygh, P. (2002). *Autonomy in international contracts*. Oxford University Press.
- Paparinskis, M. (2021). The limits of the *lex mercatoria* in international trade law. *Journal of International Economic Law*, 24(1), 1–23. <https://doi.org/10.1093/jiel/jgaa042>
- Pandey, D., & Rahim, A. (2022). Regulatory arbitrage in digital markets: A Southeast Asian perspective. *Journal of Transnational Business Law*, 6(3), 91–110.

Rahman, A., & Lee, H. (2023). Legal challenges in regulating digital platforms: A comparative study of TikTok Shop in Southeast Asia. *Asian Journal of Law and Technology*, 5(1), 15–32.

Santos, A., & Wu, M. (2022). Regulating transnational e-commerce: Case study of TikTok Shop in Asia. *Global Digital Law Review*, 5(2), 12–29.

Setiawan, H., & Nugroho, D. (2024). Strategi investasi TikTok dalam merespons regulasi domestik. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Digital*, 2(1), 44–57.

Tan, Y. H., & Low, S. F. (2023). E-commerce governance in Malaysia: Between facilitation and regulation. *Journal of Southeast Asian Digital Law*, 4(1), 15–28.

Wijayanti, R. (2024). Prinsip *lex loci solutionis* dalam kontrak dagang internasional: Studi kasus merger TikTok–Tokopedia. *Jurnal Hukum Internasional*, 9(1), 66–78.

Wu, H., & Zheng, Y. (2023). Legal frameworks for platform economy in China: A focus on e-commerce integration. *Chinese Journal of Internet Law*, 6(1), 51–64.

Yulianto, B., & Pramudito, F. (2023). Perlindungan UMKM dalam era platform digital: Telaah atas kebijakan pemerintah Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Nasional*, 5(3), 55–70.

Zhang, R., & Liu, J. (2021). The development of live streaming commerce in China: A policy perspective. *Journal of E-Business Studies*, 9(4),