

**ANALYZING THE IMPLEMENTATION OF TIKTOK AND TOKOPEDIA'S  
RESTRICTION ON USING SOCIAL MEDIA AS A PAYMENT  
TRANSACTION PLATFORM BASED ON TRADE MINISTRY  
REGULATION NUMBER 31 YEAR 2023**

Authors:

Gabriella Josceline<sup>1</sup> and Paripurna P. Sugarda<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

This study examines the implementation of restrictions on using social media as a payment transaction platform by TikTok and Tokopedia, in accordance with Indonesia's Trade Ministry Regulation Number 31 of 2023 ("MoTR 31/2023"). The regulation aims to create a fair and competitive e-commerce environment by separating social commerce from dedicated e-commerce platforms. The research analyses how TikTok and Tokopedia adapted to these restrictions, the impact on their business models and user experience, and the broader implications for the Indonesia e-commerce landscape. It explores the challenges faced by these platforms in complying with the regulation, the potential benefits for smaller businesses and consumer protection, and the evolving dynamics of social commerce in Indonesia. By examining this case study, the research provides valuable insights into the complexities of regulating the intersection of social media and e-commerce and its potential long-term consequences for market competition, innovation, and consumer welfare.

**Keywords:** TikTok, Tokopedia, Social Media, Payment Transactions, E-commerce, MoTR 31/2023, Indonesia, Social Commerce

---

<sup>1</sup> Undergraduate Student of the Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup> Lecturer at the Department of Business Law, Faculty of Law, Universitas Gadjah Mada

## ANALISIS PENERAPAN PEMBATAHAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PLATFORM TRANSAKSI PEMBAYARAN OLEH TIKTOK DAN TOKOPEDIA BERDASARKAN PERATURAN KEMENTERIAN PERDAGANGAN NOMOR 31 TAHUN 2023

Penulis:

Gabriella Josceline<sup>1</sup> dan Paripurna P. Sugarda<sup>2</sup>

### INTISARI

Penelitian ini mengkaji penerapan pembatasan penggunaan media sosial sebagai platform transaksi pembayaran oleh TikTok dan Tokopedia, sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 ("Permendag 31/2023"). Peraturan tersebut bertujuan untuk menciptakan lingkungan e-commerce yang adil dan kompetitif dengan memisahkan perdagangan sosial dari platform e-commerce khusus. Penelitian ini menganalisis bagaimana TikTok dan Tokopedia beradaptasi dengan pembatasan ini, dampaknya terhadap model bisnis dan pengalaman pengguna, serta implikasi yang lebih luas bagi lanskap e-commerce Indonesia. Studi kasus ini membahas tantangan yang dihadapi platform-platform ini dalam mematuhi peraturan, potensi manfaat bagi usaha kecil dan perlindungan konsumen, serta dinamika perdagangan sosial yang terus berkembang di Indonesia. Dengan mengkaji studi kasus ini, penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang kompleksitas regulasi persimpangan media sosial dan perdagangan elektronik serta potensi konsekuensi jangka panjangnya terhadap persaingan pasar, inovasi, dan kesejahteraan konsumen.

**Kata Kunci:** TikTok, Tokopedia, Media Sosial, Transaksi Pembayaran, Perdagangan Elektronik, Permendag 31/2023, Indonesia, *Social Commerce*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup> Dosen Departemen Hukum Dagang Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada