

Analisis Perubahan Komisi Sepihak oleh Seller Sebagai Perbuatan Merugikan Affiliator dalam Program Afiliasi Tiktok Shop Tokopedia

Wanda Elvinatus Sofie¹, Mochammad Tanzil Multazam²

Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia; tanzilmultazam@umsida.ac.id²

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jcl.v3i2.6279>

*Correspondence: Mochammad Tanzil Multazam

Email: tanzilmultazam@umsida.ac.id

Received: 01/08/2026

Accepted: 07/08/2026

Published: 09/08/2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: *This study aims to analyze the legal relationship among the parties involved in the TikTok Shop Tokopedia affiliate program, to examine unilateral commission changes by sellers as acts causing losses, and to assess the application of actio pauliana as a legal protection mechanism for affiliators. The research employs a normative juridical method with a statutory approach, analyzing the Indonesian Civil Code, the Electronic Information and Transactions Law, the Shop Seller Terms of Service, the TikTok Shop Creator Terms of Use, and the Regulation on Electronic System and Transaction Providers. The results indicate that affiliators function as independent marketers whose economic rights arise after fulfilling their promotional obligations, while sellers possess the authority to determine commissions and the platform acts as an electronic system provider. Unilateral commission changes by sellers may cause losses to affiliators; therefore, actio pauliana may be applied as a repressive legal remedy. In addition, affiliators may undertake preventive measures through transaction documentation, dashboard monitoring, and direct electronic agreements with sellers. In conclusion, this study clarifies the structure of legal relationships within digital affiliate programs and provides a legal protection framework for affiliators in mitigating potential risks of economic loss.*

Keywords: *tiktok shop tokopedia; affiliate program; actio pauliana*

Pendahuluan

Program afiliasi berbasis komisi kini menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang banyak diminati [1]. TikTok Shop Tokopedia merupakan salah satu platform yang menawarkan program afiliasi sebagai sarana kerja sama pemasaran antara Tiktok Shop for Seller dan Tiktok Shop for Creator [2]. TikTok Shop for Seller digunakan oleh penjual sebagai sarana untuk memasarkan sekaligus menjual produknya melalui TikTok Shop Tokopedia, di mana penjual tidak hanya bergantung pada penjualan langsung, melainkan juga dapat memanfaatkan fitur afiliasi sebagai strategi pemasaran, dengan memantau hasil penjualan yang dilakukan oleh affiliator serta pemberian komisi secara otomatis sesuai persentase yang telah ditentukannya dalam dashboard afiliasi. Sedangkan TikTok Shop for Creator berperan sebagai fitur yang memfasilitasi affiliator untuk mempromosikan produk TikTok Seller melalui berbagai fitur yang tersedia di platform, seperti konten video, siaran langsung (*live*), maupun tautan afiliasi, dengan memanfaatkan jangkauan audiens yang dimilikinya untuk mendorong terjadinya transaksi. Atas setiap penjualan yang berhasil

dilakukan melalui aktivitas promosi tersebut, TikTok Creator berhak memperoleh komisi sesuai dengan persentase yang telah ditetapkan [3]. Strategi pemasaran ini menguntungkan seller dalam memperluas pasar, sekaligus memberikan peluang penghasilan bagi afiliator [4].

Keikutsertaan afiliator dalam program afiliasi pada Tiktok Shop Tokopedia dilakukan dengan terlebih dahulu menyetujui syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh platform maupun oleh seller sebagai pemilik produk. Persetujuan tersebut diberikan melalui sistem elektronik yang disediakan oleh platform, sehingga membentuk suatu perjanjian elektronik (*electronic contract*), yakni kesepakatan yang dibuat, disepakati, dan disimpan dalam media elektronik. Melalui perjanjian elektronik, para pihak dapat menyepakati hak dan kewajiban tanpa harus bertemu secara langsung, sehingga proses pembentukan kesepakatan menjadi lebih cepat serta menghemat waktu dan biaya [5]. Namun, dibalik fleksibilitas tersebut, timbul polemik yang dirasakan oleh banyak afiliator, salah satunya yaitu tidak terpenuhinya hak afiliator sebagaimana yang telah disepakati dalam dashboard afiliasi. Polemik tersebut muncul seiring dengan karakteristik perjanjian elektronik dalam program afiliasi yang disusun dalam bentuk perjanjian baku dan ditetapkan melalui sistem platform [6]. Afiliator berada pada posisi tawar yang lemah dan tidak memiliki ruang untuk melakukan perundingan atas ketentuan yang berlaku. Salah satu ketentuan yang berdampak signifikan bagi afiliator adalah pemberian kewenangan kepada seller untuk menentukan dan mengubah besaran komisi afiliasi secara sepihak melalui fitur yang disediakan oleh platform [7].

Permasalahan dalam pelaksanaan program afiliasi terjadi pada kasus yang diunggah oleh seorang afiliator dengan nama akun InemJogja, melalui akun tiktoknya. Dalam unggahannya, afiliator tersebut menyampaikan kekecewaannya terhadap tindakan seller yang mengubah besaran komisi afiliasi secara sepihak. Afiliator tersebut menjelaskan bahwa konten afiliasi yang telah dibuat dan dipublikasikan berhasil mendorong terjadinya penjualan dalam jumlah ratusan produk, bahkan sebagian konten tersebut turut dimanfaatkan oleh seller sebagai sarana promosi. Namun demikian, setelah transaksi penjualan berlangsung, komisi afiliasi yang tercatat dalam sistem dan diterima oleh afiliator justru bernilai 0 (*nol*) [8]. Hal ini menimbulkan polemik dan kritik dari kalangan afiliator serta masyarakat pengguna platform, karena dinilai tidak mencerminkan adanya kepastian dan perlindungan terhadap hak ekonomi afiliator.

Ketidaksesuaian komisi yang diterima dengan persentase awal yang dijanjikan pada dashboard afiliasi memicu konflik atas hak komisi yang seharusnya diterima oleh afiliator [9]. Hak afiliator atas komisi merupakan bagian dari prestasi yang diperjanjikan sejak awal melalui dashboard afiliasi. Apabila komisi tersebut diubah atau tidak diberikan sesuai dengan kesepakatan awal, maka terjadi ketidaksesuaian antara prestasi yang telah dilaksanakan oleh afiliator dengan kontra prestasi yang diterima. Kemampuan seller dalam mengubah komisi sepihak dan tanpa persetujuan, menempatkan afiliator pada posisi yang rentan dirugikan [10].

Adanya keterkaitan peran antara seller, afiliator dan platform pada program afiliasi menunjukkan terjalinnya hubungan afiliasi antar pihak. Setiap pihak memiliki peran dan

kewenangan masing-masing sesuai dengan fitur yang disediakan oleh platform. Affiliator berkewajiban mempromosikan produk milik seller, dengan harapan memperoleh komisi sebagaimana yang telah ditetapkan pada dashboard sebelumnya [11]. Sedangkan, penentuan dan pengelolaan besaran komisi berada dalam kewenangan seller melalui sistem platform. Sementara itu, platform berperan sebagai penyedia sarana elektronik yang memfasilitasi interaksi antara seller dan affiliator serta membatasi tanggung jawabnya dalam hal terjadi sengketa. Pola hubungan tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai kedudukan hukum masing-masing pihak, khususnya dalam menentukan pihak yang bertanggung jawab apabila terjadi perselisihan atau sengketa antara seller dan affiliator.

Penelitian ini membandingkan dengan penelitian lainnya, penelitian pertama yang dilakukan Evania (2025) membahas kedudukan hukum affiliator dalam perjanjian kerja sama dengan e-commerce Shopee melalui program Shopee Affiliate Program dan kekosongan norma dalam hukum perjanjian yang menyebabkan ketidakjelasan kedudukan maupun akibat hukum kerja sama tersebut. Penelitian kedua yang dilakukan Aldi (2025) membahas perlindungan hukum bagi affiliator TikTok Shop yang mengalami perubahan sepihak komisi tanpa pemberitahuan setelah produk terjual. Penelitian ketiga yang dilakukan Dikha, Bias, Risa, Haris (2025) membahas perlindungan hukum bagi affiliator dalam program afiliasi e-commerce seperti Shopee, TikTok Shop, dan Lazada, khususnya terkait kejelasan hak komisi dan penyelesaian sengketa. Dari ketiga penelitian tersebut, belum menelaah hubungan hukum antara seller, affiliator, dan platform, terutama terkait kewenangan seller dalam mengubah besaran komisi dan implikasinya terhadap hak ekonomi affiliator.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada hubungan hukum para pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program afiliasi pada platform TikTok Shop Tokopedia, yaitu antara seller, affiliator, dan platform, serta untuk mengetahui hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam pemenuhan hak atas komisi dan perlindungan hukum. Adanya kewenangan seller dalam menentukan dan mengubah besaran komisi melalui sistem platform membuka peluang terjadinya perbuatan hukum yang dapat mengurangi atau menghilangkan hak affiliator sebagai pihak yang telah melaksanakan prestasinya. Dalam hukum perdata, perbuatan hukum yang dilakukan oleh seseorang dan menimbulkan kerugian bagi pihak lain dapat dikaji melalui *actio pauliana* sebagaimana Pasal 1341 KUHPerdata, yaitu upaya hukum untuk membatalkan perbuatan hukum yang merugikan kepentingan pihak yang berhak. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan hukum para pihak yang terlibat, dan mengkaji perubahan komisi sepihak oleh seller sebagai perbuatan hukum yang berpotensi merugikan hak ekonomi affiliator, serta menganalisis *actio pauliana* sebagai kerangka analisis normatif dalam memberikan perlindungan hukum bagi affiliator. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah dalam literatur sebelumnya yang belum banyak membahas perubahan komisi sepihak sebagai isu dalam program afiliasi.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach). Bahan hukum primer yang digunakan terdiri dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Shop Seller Term of Service dan Tiktok Shop Creator Term of Use, serta Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Selain itu, bahan hukum sekunder yang dikaji dalam penelitian ini terdiri atas artikel-artikel ilmiah yang diperoleh melalui penelusuran di Google Scholar dengan kata kunci “program afiliasi”, “tiktok shop tokopedia”, “perlindungan hukum bagi affiliator”, “actio pauliana”. Analisis terhadap bahan hukum dilakukan dengan menggunakan penafsiran hukum secara sistematis.

Hasil dan Pembahasan

Hubungan Hukum Para Pihak yang Terlibat dalam Program Afiliasi Tiktok Shop Tokopedia

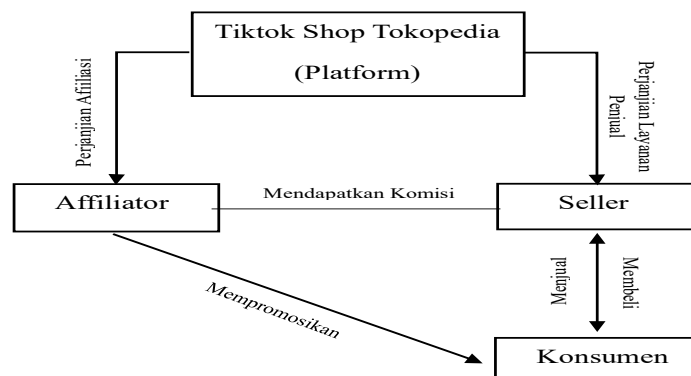
Hubungan hukum (*rechtsbetrekking*) adalah suatu hubungan antara dua subjek hukum atau lebih yang diakui dan dilindungi oleh hukum, di mana satu pihak mempunyai hak dan pihak lain memiliki kewajiban. Hubungan hukum tersusun atas tiga unsur, yaitu subjek hukum, objek hukum, dan hubungan antarpada pihak. Hubungan hukum timbul ketika suatu peristiwa hukum terjadi dan mengakibatkan timbulnya hak dan kewajiban yang dapat dipertanggungjawabkan oleh hukum, hubungan yang demikian disebut sebagai perikatan (*verbintenis*) [12].

Perikatan sendiri dapat lahir dari perjanjian maupun dari undang-undang, sebagaimana diatur dalam Pasal 1233 KUHPerdata. Perikatan artinya hal yang mengikat antara orang yang satu dengan orang yang lain. Hal yang mengikat adalah suatu peristiwa hukum yang dapat berupa perbuatan, kejadian, dan keadaan. Peristiwa hukum tersebut menciptakan hubungan hukum [13]. Dengan demikian, hubungan hukum tidak harus selalu dituangkan dalam perjanjian tertulis. Selama terdapat perbuatan hukum yang menunjukkan kesepakatan dan ada akibat hukum berupa hak dan kewajiban, maka dapat dikatakan telah terbentuk hubungan hukum [14].

Perjanjian terbentuk ketika seseorang sepakat untuk melakukan sesuatu yang menimbulkan konsekuensi hukum dan melibatkan hubungan kekayaan, di mana satu pihak berhak menerima prestasi dan pihak lain berkewajiban memenuhinya. Hubungan hukum tidak terbatas pada bentuk perjanjian yang dibuat secara tertulis ataupun lisan, tetapi juga dapat terbentuk melalui media elektronik, sepanjang para pihak menunjukkan kehendak hukum yang sah dan memenuhi syarat sah perjanjian dalam Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mendefinisikan kontrak elektronik sebagai “Perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.” dan Pasal 18 ayat (1) UU ITE menyatakan “Kontrak elektronik mengikat para pihaknya sepanjang memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian.” [15].

Salah satu bentuk kontrak elektronik dalam pemasaran digital diterapkan pada program afiliasi yang ditawarkan oleh Tiktok Shop Tokopedia. Program afiliasi Tiktok Shop Tokopedia merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara mempromosikan produk milik pelaku usaha atau penjual melalui tautan afiliasi [16]. Untuk dapat bergabung dalam program afiliasi tersebut, setiap pihak yang bermaksud mengikuti program afiliasi harus melakukan pendaftaran pada platform serta menyetujui syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Persetujuan terhadap syarat dan ketentuan tersebut dilakukan melalui mekanisme klik “gabung”, yang menunjukkan adanya kehendak para pihak untuk terikat dalam suatu perjanjian. Dengan adanya persetujuan tersebut, maka terbentuk kontrak elektronik yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak [17].

Untuk mengetahui apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak, maka terlebih dahulu harus mengetahui para pihak dalam program afiliasi Tiktok Shop Tokopedia itu yang dapat digambarkan pada skema sebagai berikut :



Gambar : Skema Hubungan Antara Para Pihak Dalam Program Afiliasi Tiktok Shop Tokopedia

Berdasarkan skema gambar tersebut di atas, dapat diketahui para pihak yang terlibat dalam program afiliasi Tiktok Shop Tokopedia adalah affiliator, platform, dan seller, sehingga dapat ditentukan hak dan kewajiban yang melekat pada masing-masing pihak.

Affiliator merupakan pihak yang berperan mempromosikan produk milik seller melalui konten dan tautan afiliasi. Dengan kedudukannya tersebut, affiliator berkewajiban untuk memasarkan produk secara jujur dan objektif, serta tidak melakukan perbuatan yang dapat menyesatkan konsumen. Selain itu, juga berkewajiban untuk mematuhi seluruh syarat dan ketentuan program afiliasi, menjaga reputasi platform, serta tidak menyalahgunakan fitur afiliasi dalam bentuk apa pun sehingga diharapkan dapat menciptakan konten yang berkualitas dan bertanggung jawab. Di sisi lain, affiliator memiliki hak untuk memperoleh komisi atas setiap transaksi penjualan produk yang berhasil dilakukan melalui tautan afiliasi yang digunakannya dan berhak memperoleh informasi yang jelas mengenai sistem perhitungan komisi, mekanisme pembayaran, serta kebijakan lain yang berkaitan dengan program afiliasi.

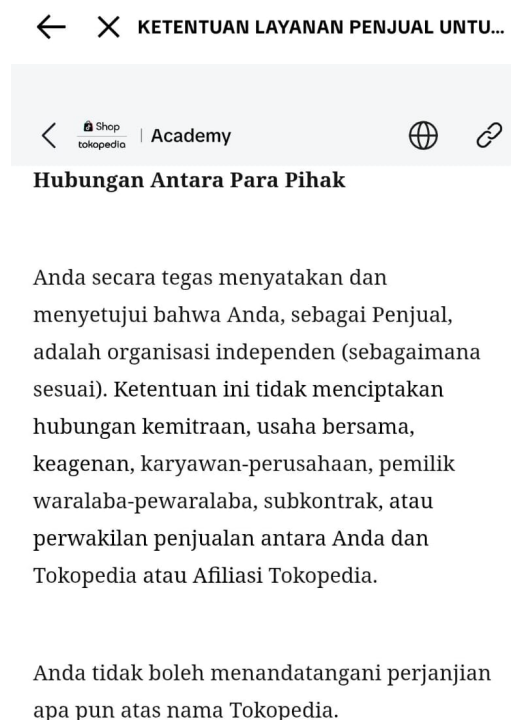
Selain affiliator, pihak lain yang berperan dalam program afiliasi adalah seller, yakni sebagai pemilik produk yang dipasarkan oleh affiliator. Seller berkewajiban untuk menyediakan produk yang layak, berkualitas, serta sesuai dengan deskripsi yang

ditampilkan pada platform. Selain itu, juga berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, lengkap, dan tidak menyesatkan mengenai produk yang dipasarkan, serta menetapkan besaran komisi secara transparan. Seller juga berkewajiban untuk memenuhi pembayaran komisi kepada afiliator sesuai dengan yang telah ditetapkan. Di sisi lain, seller memiliki hak untuk memperoleh manfaat pemasaran dari aktivitas promosi yang dilakukan oleh afiliator, berupa peningkatan visibilitas produk dan penjualan. Seller juga berhak mengatur strategi pemasaran, termasuk menentukan besaran komisi, sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan platform dan prinsip itikad baik.

Di samping afiliator dan seller, keberlangsungan program afiliasi juga tidak terlepas dari peran platform sebagai penyelenggara fitur afiliasi yang menyediakan sarana dan prasarana bagi terselenggaranya program afiliasi. Dalam kedudukannya tersebut, platform berkewajiban untuk menyediakan sistem yang aman, andal, dan transparan dalam pelaksanaan transaksi dan perhitungan komisi. Platform juga berkewajiban untuk menyusun, menetapkan, serta mengawasi pelaksanaan syarat dan ketentuan program afiliasi, serta memberikan perlindungan terhadap data pribadi dan kepentingan para pengguna. Di sisi lain, platform memiliki hak untuk mengatur, membatasi, menangguk, atau menghentikan partisipasi afiliator maupun seller apabila ditemukan pelanggaran terhadap ketentuan yang berlaku. Platform juga berhak melakukan perubahan kebijakan sepanjang dilakukan secara wajar dan sesuai dengan prinsip keadilan.

Dari kedudukan masing-masing pihak, dalam program afiliasi terbentuk beberapa hubungan hukum, yaitu sebagai berikut:

1. Hubungan Hukum antara Seller dan TikTok Shop Tokopedia

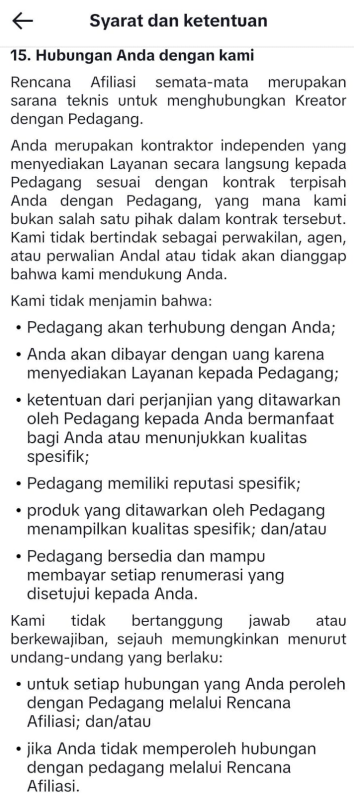


Gambar 2: Ketentuan Layanan Penjual “*Shop Seeller Terms of Service*”

Seller bertindak sebagai pelaku usaha independen yang memanfaatkan layanan TikTok Shop Tokopedia untuk memasarkan dan menjual produknya kepada konsumen melalui fitur yang disediakan oleh platform. Sedangkan TikTok Shop Tokopedia berperan sebagai penyelenggara layanan yang menyediakan fasilitas transaksi, promosi, pembayaran, serta distribusi informasi produk. Hubungan hukum antara seller dan TikTok Shop Tokopedia terbentuk dari perjanjian layanan penjual yang tercantum dalam *Shop Seller Terms of Service* yang kemudian disetujui oleh seller pada saat melakukan pendaftaran dan penggunaan layanan. Persetujuan tersebut diberikan melalui mekanisme elektronik, sehingga menimbulkan keterikatan hukum bagi kedua belah pihak.

Pada perjanjian tersebut, platform memiliki kewenangan untuk mengatur bagaimana tata cara penjualan, penggunaan fitur afiliasi, sistem pembayaran, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Sementara itu, seller wajib menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan kebijakan dan standar yang telah ditetapkan oleh platform. Perjanjian antara seller dan TikTok Shop Tokopedia bersifat baku, di mana ketentuan-ketentuannya telah disusun sepihak (*adhesi*) oleh platform dan diberlakukan secara umum. Meskipun demikian, perjanjian tersebut tetap memiliki kekuatan mengikat sesuai dengan Pasal 1338 KUHPdata, sehingga wajib dilaksanakan oleh para pihak dengan itikad baik.

2. Hubungan Hukum antara Affiliator dan TikTok Shop Tokopedia



Gambar 3: Syarat dan Ketentuan “Tiktok Shop Creator Term of Use”

Hubungan hukum yang terjadi antara Tiktok Shop Tokopedia dengan affiliator adalah suatu hubungan hukum dalam bentuk perjanjian afiliasi, di mana affiliator berkedudukan sebagai kontraktor independen. Kontraktor independen merupakan pihak yang bekerja secara mandiri untuk melaksanakan layanan berdasarkan kontrak, tanpa berada dibawah pengawasan langsung atau jam kerja. Dalam kedudukannya tersebut, affiliator memanfaatkan fitur afiliasi yang disediakan oleh TikTok Shop Tokopedia untuk mempromosikan produk milik seller [18]. Sementara itu, TikTok Shop Tokopedia bertanggung jawab dalam menyediakan dan mengelola fitur afiliasi yang digunakan dalam program afiliasi, termasuk memastikan berfungsinya fitur pembuatan tautan afiliasi, pencatatan transaksi, perhitungan komisi, serta penyaluran komisi kepada affiliator [19].

Keabsahan perjanjian afiliasi tersebut dapat ditinjau berdasarkan ketentuan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang mengatur empat syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu :

a. Adanya kesepakatan para pihak

Adanya persetujuan affiliator terhadap syarat dan ketentuan berupa *Tiktok Shop Creator Term of Use* yang ditetapkan oleh TikTok Shop Tokopedia. Persetujuan tersebut dilakukan dengan mengklik tombol “Ajukan” pada saat pendaftaran program afiliasi. Meskipun persetujuan tersebut tidak dilakukan melalui penandatanganan secara fisik, tindakan tersebut secara hukum tetap dapat dianggap sebagai pernyataan kehendak untuk terikat dalam suatu perjanjian, sebagaimana bunyi ketentuannya, “Ketentuan Kreator ini berlaku sejak tanggal persetujuan Anda terhadap Ketentuan Kreator ini, yaitu ketika Anda mengklik “Ajukan” di halaman aplikasi untuk pendaftaran mandiri Kreator melalui alat Kreator. Dengan mengklik “Ajukan”, Anda setuju untuk terikat oleh Ketentuan Kreator ini.”.

b. Kecakapan untuk membuat perjanjian

Pada aturan program afiliasi TikTok Shop Tokopedia telah ditetapkan batas usia minimal bagi calon affiliator, yaitu berusia 18 tahun sebagaimana tercantum dalam Terms of Use “Agar dapat menjadi Kreator, Anda harus berusia 18 tahun ke atas.”. Ketentuan ini menunjukkan bahwa platform secara tegas mensyaratkan kecakapan hukum bagi setiap pihak yang akan bergabung dalam program afiliasi. Dengan adanya persyaratan usia minimal 18 tahun, maka dapat dipastikan bahwa affiliator yang bergabung telah memenuhi syarat untuk bertindak secara mandiri dalam membuat perjanjian serta bertanggung jawab atas segala akibat hukum yang timbul dari perjanjian tersebut.

c. Adanya hal tertentu

Maksud hal tertentu adalah objek dalam perjanjian afiliasi, yang merupakan prestasi dari pokok kesepakatan para pihak, yakni berupa kewajiban affiliator untuk melakukan kegiatan promosi terhadap produk milik penjual melalui tautan afiliasi yang disediakan oleh platform. Affiliator berkewajiban untuk membagikan tautan afiliasi tersebut melalui berbagai media, khususnya media sosial, dalam bentuk konten video, siaran langsung (*live streaming*) yang menarik bagi konsumen. Melalui konten tersebut, diharapkan konsumen terdorong untuk mengakses tautan afiliasi dan melakukan transaksi pembelian terhadap produk yang dipromosikan. Tautan afiliasi yang digunakan telah terintegrasi dengan platform, sehingga setiap transaksi yang terjadi melalui tautan

tersebut dapat tercatat otomatis. Apabila konsumen melakukan pembelian melalui tautan afiliasi tersebut, maka affiliator berhak memperoleh imbalan berupa komisi.

d. Sebab yang halal

Tujuan utama dari kerja sama ini adalah untuk memperoleh keuntungan melalui kegiatan pemasaran produk. Bagi pihak TikTok Shop Tokopedia, program afiliasi memberikan keuntungan berupa meningkatnya pemasaran dan penjualan. Sementara itu, bagi affiliator, program ini memberikan penghasilan melalui kegiatan promosi tanpa harus menyediakan modal, stok barang, maupun mengelola proses distribusi. Perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, maupun ketertiban umum sebagaimana diatur dalam Pasal 1337 KUH Perdata. Selain itu, kegiatan promosi yang dilakukan oleh affiliator juga diwajibkan untuk mematuhi pedoman dan kebijakan platform.

Dengan demikian, apabila keempat unsur perjanjian terpenuhi, maka kontrak elektronik yang terbentuk antara Affiliator dan TikTok Shop Tokopedia dalam program afiliasi memiliki kekuatan sah dan mengikat, sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata, perjanjian tersebut berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya, sehingga seluruh hak dan kewajiban yang tercantum dalam TikTok Shop Creator Term of Use wajib dilaksanakan dengan itikad baik.

3. Hubungan Hukum antara Affiliator dengan Seller

Hubungan hukum antara seller dan affiliator dalam program afiliasi TikTok Shop Tokopedia tidak terbentuk melalui perjanjian langsung yang dinegosiasikan oleh kedua belah pihak. Hubungan tersebut lahir secara tidak langsung melalui perantara platform. Dapat dikatakan diantara keduanya tidak secara langsung terjadi suatu ikatan. Untuk memahami karakteristik hubungan keduanya, perlu membandingkan mekanisme pemasaran pada program afiliasi dengan mekanisme pemasaran melalui periklanan konvensional. Proses terbentuknya sebuah iklan melalui mekanisme konvensional, biasanya dilalui cukup panjang. Pengiklan terlebih dahulu bekerja sama dengan perusahaan periklanan untuk mengubah informasi produk menjadi konsep iklan. Kedua pihak akan menyepakati jangka waktu penayangan iklan, sasaran konsumen, serta biaya yang harus dibayarkan oleh pengiklan kepada perusahaan iklan. Kesepakatan tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk perjanjian kerja sama atau perjanjian keagenan yang mengatur hak dan kewajiban, masing-masing pihak [20].

Perusahaan periklanan terikat dalam suatu hubungan hukum dengan pengiklan melalui perjanjian. Hubungan ini termasuk dalam perjanjian keagenan, yang merupakan salah satu bentuk perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1601 KUH Perdata, yaitu perjanjian di mana satu pihak melakukan pekerjaan untuk pihak lain dengan mendapatkan imbalan. Melalui perjanjian tersebut, para pihak memiliki kebebasan untuk menentukan sendiri hak dan kewajiban masing-masing sesuai dengan kesepakatan bersama. Setiap pihak bebas menyampaikan dan menyelaraskan kehendaknya sebagai dasar pembentukan perjanjian. Kesepakatan yang tercapai akan mengikat secara hukum dan wajib dipatuhi oleh kedua belah pihak.

Berbeda dengan periklanan konvensional, hubungan antara afiliator dan seller dalam program afiliasi tidak dibentuk melalui perjanjian yang dinegosiasikan antara kedua belah pihak. Perjanjian umumnya telah ditetapkan terlebih dahulu oleh platform dalam bentuk syarat dan ketentuan yang dapat diterima atau ditolak, baik oleh afiliator maupun seller [21]. Dengan menyetujui syarat dan ketentuan tersebut, maka secara otomatis seller dianggap memberikan izin bahwa produknya dapat dipromosikan oleh afiliator melalui program afiliasi, sementara afiliator mendapatkan akses ke katalog produk seller untuk tujuan promosi tanpa perlu berkomunikasi langsung dengan seller untuk memperoleh izin promosi atau menyusun perjanjian terlebih dahulu. Informasi produk yang diperlukan sebagai konsep konten promosi sudah tersedia pada bagian deskripsi produk seller, sehingga afiliator dapat memilih produk yang akan dipromosikan dan menentukan strategi promosi sesuai dengan kreativitasnya. Konten promosi tersebut berfungsi untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong terjadinya transaksi pembelian.

Penghasilan afiliator berasal dari komisi atas setiap transaksi yang berhasil tercatat 'selesai' oleh fitur platform melalui link afiliasinya, hal ini berbeda dengan periklanan konvensional dimana pengiklan wajib membayar biaya iklan, dan perusahaan periklanan berhak menerima upah atas jasa yang dilaksanakan. Sedangkan pada program afiliasi, seller tidak memiliki kewajiban untuk membayar secara langsung kepada afiliator, dan afiliator tidak memiliki hak untuk menuntut pembayaran langsung dari seller.

Sistem pembayaran komisi dilakukan secara otomatis oleh fitur platform berdasarkan persentase yang ditetapkan seller pada dashboard afiliasi, di mana setiap transaksi yang terjadi melalui tautan afiliasi akan tercatat dan dihitung secara real time. Setelah sistem memverifikasi transaksi berhasil dan memenuhi ketentuan yang berlaku, platform memotong komisi dari pesanan dan langsung menyalurkannya ke akun penarikan milik afiliator. Meskipun antara afiliator dan seller tidak terjalin hubungan hukum langsung karena terdapat platform yang berfungsi sebagai sarana teknis penghubung antara keduanya, hak ekonomi afiliator sepenuhnya bergantung pada kewenangan seller dalam menetapkan dan mengubah besaran komisi sesuai ketentuan dalam Shop Seller Terms of Service TikTok Shop [22].

Tabel 1: Perbandingan Pengaturan Hak dan Kewajiban dalam Shop Seller Terms of Service dan TikTok Creator Terms of Use

Shop Seller Terms of Service	TikTok Creator Terms of Use
Pengikatan antara Anda dan Kreator Dalam setiap dan seluruh model (sebagaimana sesuai), Anda menyatakan dan menyetujui bahwa Kreator adalah kontraktor independen yang menyediakan Layanan Kreator kepada Anda sesuai dengan perjanjian antara Anda dan Kreator, tanpa melibatkan Tokopedia sebagai pihak di dalamnya. Pengadaan Layanan Kreator oleh Anda dari Kreator, dan penyediaan Layanan Kreator oleh	Syarat dan ketentuan 7. Penyediaan Layanan Anda Anda membenarkan dan menyetujui bahwa: • semua penawaran Layanan dan penyediaan Layanan yang Anda lakukan akan mematuhi Ketentuan Kreator ini secara ketat dan pedoman yang berlaku untuk Kreator yang dirujuk dalam dokumen ini, sebagaimana diperbarui oleh kami dari waktu ke waktu; dan

Kreator kepada Anda hanya dilakukan antara Anda dan Kreator secara langsung.

Dalam segala situasi, Tokopedia tidak akan:

- menjadi pihak dalam kontrak apa pun antara Anda dan Kreator sehubungan dengan Layanan Kreator;
- menentukan harga Layanan Kreator;
- berinteraksi dengan, atau terlibat dalam, penyediaan Layanan Kreator;
- bertanggung jawab atas pengadaan atau penyediaan Layanan Kreator antara Anda dan Kreator serta kontrak apa pun antara Anda dan Pencipta;
- bertanggung jawab atas segala kewajiban atau pelaksanaan berdasarkan kontrak apa pun antara Anda dan Kreator; atau
- bertanggung jawab atas segala perselisihan yang mungkin Anda alami dengan Kreator di luar berlakunya Ketentuan Kreator.
- Anda mengakui dan menyetujui bahwa:
- Tokopedia tidak bertanggung jawab atas klaim apa pun sehubungan dengan kontrak apa pun antara Anda dan Kreator, termasuk, tetapi tidak terbatas pada klaim terkait Produk Anda, ajakan bertindak apa pun, dan/atau pesan, informasi, atau konten promosi lainnya yang Anda minta untuk disertakan dalam Konten Kreator oleh Kreator (sebagaimana didefinisikan di bawah), atau Layanan Kreator yang dilakukan oleh Kreator.

Kreator menjalankan profesi atau bisnis atas nama mereka sendiri dan apabila Anda berinteraksi dengan Kreator, Anda menyatakan Anda melakukannya sebagai pelanggan atau klien dari Kreator dan bukan Tokopedia. Anda memahami bahwa Kreator bukan merupakan karyawan, pekerja, agen, atau kontraktor Tokopedia.

Tokopedia tidak bertanggung jawab atas tindakan, kelalaian, kesalahan, pernyataan, jaminan, kelalaian, atau pelanggaran Kreator atau kerusakan properti, atau kerugian atau biaya lain yang diakibatkan olehnya dan tidak bertanggung jawab atas Layanan Kreator yang diberikan oleh Kreator secara umum atau kepada Anda secara khusus.

- [Ketentuan pada bagian 7.B (Konten yang Dibuat Pengguna) berlaku untuk Konten Kreator.]

Kami tidak akan:

- menjadi salah satu pihak pada setiap kontrak atau perjanjian antara Anda dan Pedagang;
- bertanggung jawab untuk setiap interaksi antara Anda dan Pedagang;
- mengontrol harga Layanan;
- berinteraksi dengan, atau terlibat dalam, pengadaan Layanan;
- bertanggung jawab untuk setiap perselisihan yang mungkin Anda miliki dengan Pedagang setelah penegakan Ketentuan Kreator ini;
- bertanggung jawab untuk kontrak atau perjanjian yang Anda buat dengan Pedagang; atau
- bertanggung jawab untuk setiap pertanggungjawaban atau penegakan yang ditetapkan dalam kontrak atau perjanjian antara Anda dan Pedagang.

Dapat disimpulkan bahwa affiliator adalah kontraktor independen yang menyediakan layanan promosinya kepada seller melalui fitur yang disediakan oleh platform. Affiliator bekerja secara independen, tidak terikat jam kerja, tidak menerima gaji tetap, dan tidak menjadi bagian dari struktur organisasi seller. Hak affiliator terbatas pada penerimaan komisi berdasarkan hasil transaksi yang tercatat melalui link afiliasi. Dengan demikian, hubungan antara affiliator dengan seller bersifat tidak langsung, sementara hubungan antara seller dan platform bersifat organisasi independen, di mana seller memiliki kontrol penuh atas besaran komisi dan platform hanya berperan sebagai penyedia sarana teknis yang tidak akan bertanggungjawab apabila terdapat perselisihan atau sengketa. Struktur hubungan dalam program afiliasi ini menimbulkan ketimpangan kedudukan antara affiliator dan seller. Kewenangan yang diberikan platform kepada seller membuka peluang terjadinya penyalahgunaan yang berimplikasi pada kerugian affiliator. Studi kasus yang dialami oleh affiliator menjadi contoh nyata bagaimana ketidakseimbangan ini dapat menimbulkan kerugian bagi pihak yang berada di posisi kontraktor independen.

Analisis Perubahan Komisi Sepihak oleh Seller sebagai Perbuatan yang Merugikan Berdasarkan Actio Pauliana

Ketiadaan perjanjian antara affiliator dan seller menyebabkan keterbatasan upaya perlindungan hukum melalui gugatan wanprestasi, karena hubungan antara affiliator dan seller terbentuk secara tidak langsung melalui perantara platform, sehingga perjanjian yang mengikat secara sah hanya terjadi antara affiliator dengan platform sebagai pihak penyelenggara program afiliasi. Maka dari itu, *actio pauliana* dapat menjadi upaya hukum yang dapat digunakan affiliator untuk melindungi hak ekonominya.

Actio pauliana adalah hak kreditur untuk membatalkan perbuatan hukum debitur yang dilakukan dengan maksud merugikan kepentingan kreditur, sebagaimana diatur dalam Pasal 1341 KUHPerduta. Secara yuridis, *actio pauliana* dapat diartikan sebagai upaya hukum yang diberikan undang-undang kepada kreditur untuk melindungi haknya dari tindakan debitur yang dilakukan dengan itikad tidak baik dan mengakibatkan berkurangnya kemampuan debitur untuk memenuhi kewajibannya [23].

Pada prinsipnya hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian hanya berlaku bagi para pihak yang terlibat langsung, hal ini ditegaskan pada asas *privity of contract* atau asas personalia, dalam Pasal 1340 ayat (1) KUHPerduta, yang menyatakan bahwa suatu perjanjian hanya mengikat pihak-pihak yang membuatnya. Namun, asas ini tidak bersifat mutlak dan memberikan pengecualian kepada *actio pauliana* [24]. Artinya, pihak yang semula tidak terikat oleh perjanjian tetap dapat meminta pengadilan membatalkan perjanjian apabila terbukti perjanjian tersebut merugikan kepentingannya. Dengan kata lain, *actio pauliana* berfungsi sebagai sarana perlindungan hukum agar hak kreditur tidak hilang akibat perbuatan debitur yang merugikan.

Perlindungan yang diberikan *actio pauliana* tergantung dengan jenis perbuatan hukum dan kondisi yang terjadi. Dalam hukum perdata dibedakan menjadi 3 jenis, masing-masing memiliki ruang lingkup dan penerapan yang berbeda, diantaranya [25]:

1. Actio Pauliana Umum (Pasal 1341 KUHPerdara)
2. Actio Pauliana Waris (Pasal 1061 KUHPerdara)
3. Actio Pauliana Kepailitan (Pasal 41-49 UUKPPU)

Berdasarkan jenis-jenis tersebut, pada kasus perubahan komisi sepihak oleh seller dalam program afiliasi merupakan permasalahan yang timbul dari pelaksanaan kontrak elektronik, sehingga lebih tepat dianalisis menggunakan *actio pauliana* secara umum. Afiliasi berposisi sebagai kreditur karena memiliki hak ekonomis untuk menerima komisi setelah melaksanakan prestasinya dalam mempromosikan produk, sedangkan seller berposisi sebagai debitur yang memiliki kewajiban untuk memberikan komisi tersebut. Perubahan komisi sepihak yang dilakukan oleh seller dalam program afiliasi tidak terjadi tanpa latar belakang tertentu, melainkan didorong oleh beberapa faktor. Salah satu faktornya adalah upaya seller untuk menekan biaya pemasaran di tengah meningkatnya beban operasional penjualan pada platform, dimana, seller tidak hanya menanggung biaya komisi afiliasi, tetapi juga dibebani dengan berbagai potongan biaya administrasi penjualan yang diberlakukan oleh platform, yang cenderung mengalami peningkatan. Kenaikan biaya administrasi tersebut secara langsung mengurangi margin keuntungan seller, sehingga mendorong seller untuk melakukan penyesuaian terhadap komponen biaya lain, termasuk dengan menurunkan atau mengubah besaran komisi afiliasi. Komisi afiliasi seringkali dipandang sebagai variabel yang fleksibel dan dapat disesuaikan secara sepihak melalui dashboard yang tersedia.

Selain faktor biaya, perubahan komisi juga dapat dipengaruhi oleh dinamika pasar, seperti fluktuasi harga produk, perubahan tingkat permintaan, serta persaingan antar seller yang semakin ketat. Dalam kondisi ini, ketika suatu produk mengalami peningkatan permintaan dan volume penjualan yang signifikan, seller cenderung melakukan penyesuaian strategi untuk mempertahankan daya saingnya di pasar. Salah satu bentuk penyesuaian tersebut adalah dengan menurunkan besaran komisi afiliasi guna mengalihkan sebagian biaya pemasaran menjadi penurunan harga produk. Biaya yang semula dialokasikan untuk komisi afiliasi digunakan untuk menekan harga jual, sehingga produk menjadi lebih kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis dari seller lain. Namun demikian, hal ini tidak jarang disertai dengan perilaku oportunistik, di mana seller memanfaatkan kewenangan pengaturan komisi untuk mengubah atau bahkan menghapus komisi setelah memperoleh manfaat ekonomi dari promosi yang dilakukan oleh afiliasi. Konten yang telah dibuat oleh afiliasi tetap memberikan kontribusi terhadap penjualan, meskipun hak komisi yang seharusnya diterima kemudian dikurangi atau dihilangkan. Tidak hanya itu, faktor teknis seperti kesalahan pengaturan sistem, kelalaian dalam penggunaan dashboard, atau kurangnya pemahaman seller terhadap cara kerja program afiliasi juga dapat menjadi penyebab terjadinya perubahan komisi. Akan tetapi, alasan teknis tersebut tidak menghapus tanggung jawab hukum seller, mengingat setiap tindakan yang dilakukan dalam sistem elektronik tetap menimbulkan akibat hukum yang mengikat.

Pasal 1341 KUHPerdara memberikan hak kepada kreditur untuk mengajukan pembatalan terhadap perbuatan hukum debitur yang merugikan kepentingannya,

sepanjang dapat dibuktikan bahwa pada saat perbuatan tersebut dilakukan, debitur mengetahui bahwa tindakannya akan menimbulkan kerugian bagi kreditur [26]. Hal ini berlaku tanpa mempedulikan nama atau bentuk perbuatan hukum yang dilakukan debitur. Namun, hak-hak pihak ketiga yang memperoleh keuntungan dari perbuatan tersebut dengan itikad baik (*bona fide*) tetap harus dihormati. Cukup bagi kreditur untuk membuktikan bahwa debitur mengetahui perbuatannya akan merugikan kreditur, terlepas dari apakah pihak ketiga yang diuntungkan mengetahui hal tersebut atau tidak.

Untuk dapat diterapkannya *actio pauliana* sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1341 KUHPerdara, harus terpenuhi beberapa unsur pokok, yaitu [27]:

1. Adanya perbuatan hukum yang dilakukan oleh debitur;
2. Perbuatan tersebut tidak diwajibkan oleh perjanjian atau undang-undang;
3. Perbuatan tersebut menimbulkan kerugian bagi kreditur; dan
4. Debitur mengetahui bahwa perbuatannya akan merugikan kreditur.

Dari yang telah disebutkan sebelumnya, salah satu syarat agar *actio pauliana* dapat diterapkan adalah adanya perbuatan hukum yang dilakukan oleh debitur. Perbuatan hukum merupakan setiap tindakan subjek hukum yang dilakukan dengan kehendak untuk menimbulkan akibat hukum, baik berupa lahirnya, berubahnya, maupun hapusnya suatu hak dan kewajiban. Perbuatan hukum tersebut dapat bersifat timbal balik, seperti jual beli dan sewa-menyewa, maupun bersifat sepihak, seperti hibah.

Suatu perbuatan dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan hukum apabila memenuhi dua unsur pokok, yaitu: pertama, adanya perbuatan yang dilakukan oleh subjek hukum, dan kedua, tindakan tersebut menimbulkan akibat hukum bagi dirinya maupun pihak lain. Dengan demikian, perbuatan yang tidak menimbulkan akibat hukum tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan hukum. Demikian pula, tidak melakukan suatu perbuatan pada umumnya tidak termasuk sebagai perbuatan hukum, kecuali apabila kelalaian tersebut secara langsung menimbulkan akibat hukum yang merugikan pihak lain.

Selain harus merupakan perbuatan hukum, perbuatan yang dapat dimintakan pembatalan melalui *actio pauliana* juga harus bersifat tidak diwajibkan oleh undang-undang maupun perjanjian. Yang dimaksud dengan perbuatan tidak diwajibkan adalah perbuatan yang dilakukan oleh debitur atas kehendak sendiri, tanpa adanya kewajiban hukum untuk melakukannya [28]. Perbuatan yang bersifat tidak diwajibkan umumnya dilakukan secara sukarela dan berpotensi mengurangi kemampuan debitur dalam memenuhi kewajibannya kepada kreditur.

Contoh perbuatan hukum yang tidak diwajibkan yaitu sebagaimana perbuatan hukum yang dilakukan oleh seller dengan merubah besaran komisi afiliasi secara sepihak terhadap terhadap konten promosi yang masih aktif. Perubahan tersebut dilakukan atas kehendak seller sendiri dan tidak didasarkan pada kewajiban hukum yang diperintahkan oleh undang-undang maupun perjanjian. Meskipun dalam Shop Seller Term of Service, seller diberikan kewenangan untuk mengatur besaran komisi afiliasi, kewenangan tersebut tidak dapat ditafsirkan sebagai kewajiban hukum untuk melakukan perubahan terhadap komisi atas transaksi yang telah terealisasi. Kewenangan tersebut bersifat administratif dan fakultatif, yang penggunaannya tetap harus tunduk pada asas itikad baik dan kepatutan

sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPdata. Oleh karena itu, penggunaan kewenangan tersebut secara sewenang-wenang terhadap transaksi yang telah terjadi tidak dapat dibenarkan secara hukum.

Perubahan tersebut menjadi problematis karena dilakukan pada saat konten promosi masih aktif yang seharusnya masih memberikan manfaat ekonomi bagi seller bahkan perubahan komisi tersebut juga tidak disertai dengan mekanisme notifikasi atau pemberitahuan dari platform kepada afiliator. Akibatnya, afiliator tetap melakukan promosi tanpa mengetahui bahwa besaran komisi atas produk yang dipromosikan telah berubah atau bahkan dihapus. Hal ini menimbulkan akibat hukum berupa berkurangnya atau hilangnya hak ekonomi afiliator. Dalam hubungan afiliasi, hak atas komisi merupakan bentuk kontra prestasi yang timbul setelah afiliator memenuhi prestasinya. Dengan terpenuhinya prestasi tersebut, secara hukum telah lahir hak bagi afiliator untuk memperoleh imbalan sebagaimana ditampilkan dalam dashboard afiliasi sebelumnya. Ketika seller kemudian mengubah atau menghapus komisi atas transaksi yang telah ditandai, maka terjadi ketidakseimbangan antara prestasi dan kontra prestasi. Afiliator telah melaksanakan kewajibannya, sementara seller tidak memenuhi kewajiban untuk memberikan imbalan sebagaimana yang ditawarkan dan dijanjikan. Hal tersebut menimbulkan kerugian bagi afiliator sebagai pihak yang berkedudukan sebagai kreditur.

Selanjutnya, unsur pengetahuan debitur mengenai akibat merugikan dari perbuatannya juga dapat dinilai terpenuhi. Seller sebagai pengguna aktif dashboard afiliasi memiliki akses penuh terhadap data transaksi, performa penjualan, serta pengaturan komisi. Dengan demikian, seller patut mengetahui bahwa perubahan komisi terhadap konten yang masih aktif akan berdampak langsung pada hilangnya hak afiliator. Terlebih lagi, perubahan tersebut dilakukan setelah seller memperoleh manfaat ekonomi dari peningkatan penjualan yang dihasilkan oleh konten afiliator semakin memperkuat adanya itikad tidak baik dalam perbuatan tersebut.

Dengan terpenuhinya keempat unsur tersebut, afiliator memiliki dasar hukum yang kuat untuk mengajukan *actio pauliana* ke pengadilan guna membatalkan perbuatan hukum seller yang merugikan. Penerapan *actio pauliana* dalam konteks ini tidak hanya bersifat preventif, tetapi juga represif, karena memungkinkan kreditur untuk menuntut agar hak-haknya dikembalikan atau dipulihkan.

Perlindungan Hukum Terhadap Afiliator atas Perbuatan Merugikan

Belum adanya regulasi yang secara khusus mengatur afiliasi digital menyebabkan ketimpangan posisi antara pihak-pihak yang terlibat dalam program afiliasi [6]. Kedudukan afiliator relatif paling rentan terhadap risiko kerugian, karena perjanjian elektronik dalam bentuk syarat dan ketentuan yang disusun secara sepihak oleh platform merupakan perjanjian baku yang sifatnya tidak dapat dinegosiasikan. Afiliator hanya diberikan dua pilihan, yaitu menerima seluruh isi perjanjian untuk dapat berpartisipasi atau menolak perjanjian tersebut dan tidak ikut dalam program afiliasi (*take it or leave it*). Kompleksitas klausul dalam perjanjian yang panjang dan beragam seringkali membuat afiliator kesulitan

memahami seluruh hak dan kewajibannya, membuat affiliator sering kali menyetujui ketentuan yang kurang menguntungkan bagi dirinya.

Selain itu, sebagian klausul yang dibuat oleh platform seringkali tidak transparan dan cenderung menguntungkan pihak tertentu. Salah satu contoh klausulnya, yaitu seller diberikan kewenangan untuk mengatur besaran komisi dalam program afiliasi melalui dashboard yang disediakan platform. Kewenangan ini bersifat fakultatif dan administratif, artinya seller dapat menyesuaikan atau mengubah komisi sesuai kebijakan internalnya, tetapi tidak mewajibkan seller untuk melakukan perubahan terhadap transaksi yang telah terealisasi [22]. Namun, dalam praktiknya, sering terjadi kasus dimana seller memanfaatkan kewenangan secara sepihak dengan menurunkan atau menghapus komisi pada konten promosi yang masih aktif, meskipun affiliator telah menyelesaikan prestasinya dalam memasarkan produk. Hal tersebut menyebabkan kerugian ekonomi langsung bagi affiliator, karena imbalan yang seharusnya diterima berkurang atau hilang sama sekali. Padahal, apabila platform memberikan kewenangan kepada seller untuk melakukan perubahan komisi, seharusnya platform juga menyediakan mekanisme perlindungan yang memadai bagi affiliator, seperti sistem notifikasi atau pemberitahuan otomatis pada sistem affiliator terkait perubahan komisi atas salah satu produk yang dilakukan seller. Ketidadaan transparansi informasi tersebut secara tidak langsung menempatkan affiliator pada posisi yang lebih rentan, karena hak ekonominya dapat berubah sewaktu-waktu tanpa adanya perlindungan informasi yang memadai.

Lebih lanjut, klausul eksonerasi, yaitu klausul yang membatasi, mengalihkan, atau bahkan menghapus tanggung jawab salah satu pihak terhadap risiko atau kerugian yang mungkin timbul dalam pelaksanaan perjanjian. Klausul ini pada umumnya dimaksudkan untuk melindungi kepentingan pihak yang memiliki posisi dominan, dalam hal ini platform sebagai penyelenggara fitur afiliasi menyatakan bahwa platform tidak bertanggung jawab terhadap sengketa antara affiliator dan seller seringkali menimbulkan ketidakpastian hukum bagi affiliator. Meskipun platform menyatakan netralitasnya, affiliator tetap dirugikan apabila seller melakukan perubahan komisi secara sepihak, karena tidak ada mekanisme otomatis untuk menegakkan haknya. Klausul semacam ini menunjukkan bahwa peran platform terbatas pada penyelenggaraan teknis, sehingga perlindungan terhadap hak ekonomis affiliator sangat tergantung pada itikad baik seller.

Di sisi lain, klausul dalam perjanjian menyebutkan bahwa platform akan memfasilitasi komunikasi antara affiliator dan seller. Namun, fasilitas ini bersifat non-litigasi, artinya platform hanya menyediakan sarana komunikasi untuk membantu kedua pihak membahas penyelesaian sengketa secara damai, tanpa menjadi pihak dalam sengketa dan tanpa kewajiban hukum untuk memulihkan hak affiliator. Dengan demikian, walaupun platform menyediakan sarana komunikasi, keberhasilan penyelesaian sengketa tetap sangat bergantung pada kesediaan seller untuk menyelesaikan masalah secara itikad baik.

Keterbatasan peran platform dalam menyelesaikan sengketa, affiliator harus mengambil inisiatif untuk melindungi haknya. Perlindungan hukum bagi affiliator dapat dibagi menjadi dua, yaitu langkah preventif untuk mencegah kerugian sebelum terjadi, dan

langkah represif untuk menegakkan hak setelah terjadi tindakan merugikan [29]. Sebagai langkah preventif, affiliator dapat mengambil beberapa upaya untuk meminimalkan risiko kerugian. Pertama, affiliator dapat mendokumentasikan seluruh aktivitas promosi dan transaksi melalui dashboard platform. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti sah jika terjadi sengketa. Kedua, affiliator perlu melakukan pemantauan rutin terhadap dashboard dan menyimpan catatan awal mengenai besaran komisi yang dijanjikan. Dengan cara ini, apabila seller melakukan perubahan sepihak, bukti tersebut dapat digunakan untuk menegakkan hak affiliator melalui mediasi atau gugatan hukum. Ketiga, affiliator dapat membuat perjanjian elektronik langsung dengan seller didalam atau diluar platform, misalnya melalui email atau media komunikasi resmi lainnya, yang menegaskan besaran komisi dan ketentuan-ketentuan terkait pada pelaksanaan afiliasi di tiktok shop tokopedia. Perjanjian elektronik semacam ini dapat menjadi perjanjian yang sah dan mengikat kedua belah, sehingga memberikan perlindungan yang lebih kuat bagi hak ekonomis affiliator dibandingkan hanya mengandalkan perjanjian baku platform. Selain upaya yang dilakukan oleh affiliator, perlindungan preventif juga seharusnya didukung oleh sistem platform sebagai penyelenggara program afiliasi. Mengingat platform memberikan kewenangan kepada seller untuk mengubah besaran komisi melalui dashboard afiliasi, seharusnya platform juga menyediakan mekanisme notifikasi atau pemberitahuan otomatis kepada affiliator setiap kali terjadi perubahan komisi. Mekanisme tersebut penting untuk memberikan transparansi informasi serta mencegah kerugian yang timbul akibat affiliator tetap melakukan promosi tanpa mengetahui adanya perubahan terhadap hak komisinya.

Sementara, langkah awal represif dapat ditempuh melalui mediasi yang difasilitasi oleh platform. Meskipun platform hanya berperan sebagai fasilitator dan tidak memiliki kewajiban hukum untuk memulihkan hak affiliator, mediasi tetap memberikan kesempatan bagi affiliator untuk menyampaikan keberatan terhadap perubahan komisi atau tindakan sepihak seller, sekaligus berupaya menyelesaikan sengketa secara damai tanpa harus langsung menempuh jalur litigasi. Keberhasilan mediasi tetap sangat bergantung pada kesediaan seller untuk menyelesaikan masalah dengan itikad baik, namun proses ini tetap menjadi langkah awal penting untuk memulihkan hak sebelum masuk ke ranah pengadilan.

Apabila mediasi tidak membuahkan hasil atau seller tetap merugikan affiliator, langkah represif selanjutnya adalah mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri dengan menggunakan prinsip *actio pauliana* sebagai dasar untuk melakukan upaya hukum. Gugatan ini memungkinkan pengadilan untuk membatalkan perbuatan hukum seller yang merugikan dan memulihkan hak ekonomi affiliator sesuai prestasi yang telah dilakukan [27]. Dalam hal ini, affiliator bertindak sebagai kreditur yang memiliki hak untuk menuntut pembatalan perbuatan hukum debitur (seller) yang dilakukan dengan itikad tidak baik dan mengurangi kemampuan debitur untuk memenuhi kewajibannya. Dengan demikian, langkah preventif dan represif ini menjadikan perlindungan hukum bagi affiliator dalam menghadapi risiko kerugian pada program afiliasi digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hubungan hukum yang terjadi antara para pihak yang terkait dalam program afiliasi TikTok Shop Tokopedia, afiliator tidak memiliki hubungan afiliasi langsung dengan seller, melainkan bertindak sebagai pemasar independen yang mempromosikan produk melalui tautan afiliasi. Hubungan hukum antara afiliator dengan platform terbentuk melalui kontrak elektronik yang sah, di mana platform bertindak sebagai penyelenggara sistem, menyediakan sarana teknis, dan memfasilitasi komunikasi, sementara afiliator berkewajiban melaksanakan promosi sesuai ketentuan serta berhak menerima komisi atas prestasinya. Seller memiliki kewenangan untuk menentukan dan mengubah besaran komisi melalui dashboard, sedangkan hak afiliator atas komisi bergantung pada pelaksanaan promosi yang telah dilakukan. Perubahan komisi sepihak oleh seller dapat merugikan afiliator, sehingga *actio pauliana* menjadi dasar untuk melakukan upaya hukum yang dapat digunakan untuk membatalkan perbuatan hukum yang merugikan dan memulihkan hak ekonomi afiliator. Perlindungan hukum bagi afiliator dapat ditempuh secara preventif melalui dokumentasi transaksi, pemantauan komisi, dan perjanjian elektronik tambahan dengan seller, serta secara represif melalui mediasi yang difasilitasi platform atau gugatan *actio pauliana* ke pengadilan jika terjadi tindakan merugikan. Dengan struktur hubungan ini, afiliator memiliki kepastian hak dan kewajiban yang jelas serta mekanisme untuk memperoleh perlindungan hukum atas hak ekonominya dalam program afiliasi digital.

Adapun saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut. bagi pemerintah perlu menyusun regulasi yang khusus mengatur program afiliasi digital. Regulasi ini penting untuk memberikan kepastian hukum, mencegah penyalahgunaan kewenangan, dan menjamin keseimbangan kepentingan antara afiliator, seller, dan platform. Kemudian bagi platform disarankan untuk menyempurnakan klausul perjanjian baku. Platform perlu menyediakan notifikasi atau pemberitahuan kepada afiliator terkait perubahan komisi yang telah diatur oleh seller, serta memperkuat prosedur penyelesaian sengketa secara transparan dan adil. Dengan langkah ini, platform tidak hanya menjadi fasilitator teknis, tetapi juga turut berperan aktif dalam melindungi hak ekonomi para afiliator.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayangmu telah memberikan kekuatan dan membekali penulis dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, yang telah menjadi tempat penulis menimba ilmu dan mengembangkan kemampuan akademik maupun pribadi. Ucapan terima kasih khusus juga penulis sampaikan kepada seluruh dosen dan staf Prodi Hukum Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, yang dengan sabar membimbing, memberikan ilmu, dan mendukung penulis selama proses studi. Semoga segala bimbingan dan ilmu yang diberikan menjadi amal kebaikan yang berlipat dari Allah SWT.

Referensi

- [1] C. Insiyah, "Tiktok Affiliate Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital," vol. 10, no. 1, hlm. 64–82, 2025, doi: 10.31538/altsiq.v10i1.6906.
- [2] S. Kotimah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program Tiktok Affiliate (Studi Penelitian Content Creator Tiktok Di Ponorogo)," IAIN Ponorogo, 2023.
- [3] Friska Adelina Sembiring, Erwin Permana, Sri Widyastuti, dan Efriyanto Efriyanto, "Strategi Pemasaran Affiliate Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Fashion JINISO," *Wawasan*, vol. 3, no. 2, hlm. 242–259, Apr 2025, doi: 10.58192/wawasan.v3i2.3209.
- [4] S. Brilianita dan R. Sulistyowati, "Affiliate Marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa di Tiktok Shop," vol. 7, no. 2, hlm. 157–167, 2023, doi: 10.26740/jpeka.v7n2.p157-167.
- [5] P. H. Kakisina, V. Y. Gosal, dan N. Nachrawy, "Keabsahan Kekuatan Pembuktian Kontrak Elektronik Dalam Perjanjian Bisnis Menurut Hukum Positif Di Indonesia," vol. 11, no. 4, 2023.
- [6] D. Anugrah, B. Lintang Dialog, R. Siti Fauziah, dan H. Budiman, "Ketimpangan Perlindungan Hukum Afiliator di Platform E-Commerce Indonesia," *Justicia*, vol. 14, no. 2, hlm. 198–210, Sep 2025, doi: 10.32492/jj.v14i2.14202.
- [7] F. Malawat dan D. Hariyanto, "Strategic Communication of Shopee Affiliators on TikTok for Consumer Engagement: Komunikasi Strategis Afiliator Shopee di TikTok untuk Keterlibatan Konsumen," *Ind. Jour. Cul. Comm. Dev*, vol. 15, no. 3, hlm. 10.21070/ijccd.v16i1.1147, 07 2024, doi: 10.21070/ijccd.v16i1.1147.
- [8] "'Tiktok - Make Your Day'." Diakses: 16 Desember 2025. [Daring]. Tersedia pada: https://www.tiktok.com/@inemjogja/video/7403934221095521542?_r=1&_t=ZS-92H0bp7JvUq
- [9] A. Rizki, "Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik Affiliate Marketing dalam Tokopedia Affiliate Program.," UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023.
- [10] H. Masyhudi, "Skema Komisi Afiliasi Dalam E-Commerce: Solusi Akad Muamalah Pada Shopee Afiliator," *Jurnal Studi Islam*, vol. 20, no. 02, hlm. 353–366, Des 2024, doi: 10.33754/miyah.v20i02.1441.
- [11] A. D. R. Permatasari, "Pembayaran Komisi Shopee Affiliates Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dan Hukum Islam," vol. 7, no. 4, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/jibl> 2 kertas
- [12] A. Rahmi, "Kedudukan Dan Pertanggungjawaban Perdata Perseroan Terbatas Perorangan Sebagai Subjek Hukum= Position And Civil Liability Of Individual Limited Liability Companies As A Legal Subjects," Universitas Hasanuddin, 2024.

-
- [13] D. J. S. Joko, M. SH, D. K. Kristiawanto, dan M. SH, *Memahami Hukum Perikatan*. Kepel Press, 2020.
- [14] S. fitnawati; M. WN Intan Tri; Lestari, Siska Dewi; Suyatna, Riki Gana, "Akibat hukum dari suatu perjanjian dalam perspektif hukum perdata Indonesia," *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, no. Vol. 3 No. 1 (2025): Jurnal Ilmu Multidisiplin, hlm. 207–213, 2025.
- [15] D. Syamsiah, "Kajian Terkait Keabsahan Perjanjian E-Commerce Bila Ditinjau Dari Pasal 1320 Kuhperdata Tentang Syarat Sah Perjanjian," *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 2, no. 1, hlm. 327–332, 2021, doi: 10.47492/jip.v2i1.1443.
- [16] N. Asmaul Husna, A. Abdul Manan, I. Mala, dan N. Rahma Niza, "Strategi Konten Marketing Influencer melalui Tiktok Affiliate pada Program Instragam," *PENG*, vol. 2, no. 2, Nov 2024, doi: 10.62710/5q049x55.
- [17] Vernanda Diah Pitaloka dan Noor Fatimah Mediawati, "Revamping E-Commerce Affiliate Contracts to Address Payment Delays Effectively," *ijler*, vol. 19, no. 3, Agu 2024, doi: 10.21070/ijler.v19i3.1203.
- [18] D. E. Prameswari, D. W. Septiana, R. T. Wahyudiantoro, S. K. Alaida, dan T. B. Santoso, "Etika Shopee Affiliator Dalam Meningkatkan Traffic Penjualan," vol. 11, no. 1, 2024, doi: 10.35957/jatisi.v11i1.6495.
- [19] D. A. Renata, "Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis dan Dampaknya terhadap kemajuan bisnis skincare Brand Sheriz pada marketplace Tiktok Shop dengan sistem affiliate," *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, vol. 2, no. 1, 2023.
- [20] R. A. Junaedi, *Manajemen Produksi Iklan: Dari Pra Poduksi Hingga Pasca Poduksi*. 2025. [Daring]. Tersedia pada: <https://sipora.polije.ac.id/id/eprint/40093>
- [21] E. R. Sugita dan I Gusti Ngurah Nyoman Krisnadi Yudiantara, "Kedudukan Hukum Affiliator Berdasarkan Perjanjian Kerjasama Pada Shopee Affiliate Program," *Jurnal Kertha Desa*, vol. 13, no. 8, hlm. 672–684, 2025.
- [22] A. Priansyah, "Perlindungan Hukum Affiliator Dalam Transaksi Jasa Pemasaran Produk Di Tiktok," Universitas Islam K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025.
- [23] A. H. Setyabudi, S. Janisriwati, dan I. Windra Syahril, "Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Ketiga Dalam Actio Pauliana," *argu*, vol. 9, no. 1, hlm. 119–127, Agu 2023, doi: 10.24123/argu.v9i1.5771.
- [24] F. F. Busroh, F. Khairo, dan P. D. Zhafirah, "The Actio Pauliana Principle in Indonesian Business Law," *HOLREV*, vol. 8, no. 1, hlm. 1–13, Mar 2024, doi: 10.33561/holrev.v8i1.104.
- [25] R. Disurya dan Y. S. Putra, "Akibat Hukum Kepailitan Terhadap Fungsi Normatif Actio Pauliana," *UPGRIP Law Journal*, vol. 1, no. 1, 2024, doi: 10.31851/upgriplawjournal.v1i1.16407.

-
- [26] E. N. Butarbutar, "Pembuktian Terhadap Perbuatan Debitur Yang Merugikan Kreditur Dalam Tuntutan Actio Pauliana," *JY*, vol. 12, no. 2, hlm. 215, Sep 2019, doi: 10.29123/jy.v12i2.322.
- [27] A. N. Hasanah, "Perlindungan Hukum Bagi Kreditur Pada Gugatan Actio Pauliana," *JP*, vol. 9, no. 2, hlm. 26–37, Agu 2022, doi: 10.32505/politica.v9i2.4574.
- [28] K. N. Effendi, "Tinjauan Yuridis Pembatalan Perbuatan Hukum Debitur yang Merugikan Kreditur Melalui Gugatan Actio Pauliana Menurut Hukum Perdata," *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik (JIHHP)*, vol. 5, no. 2, 2024, doi: 10.38035/jihhp.v5i2.
- [29] B. S. Putri, "Perlindungan hukum terhadap afiliasi pada E-Commerce Shopee," Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023.