



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 5087-5100

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 terhadap *Social Commerce* Tiktok Shop

Moody Rizqy Syailendra^{1✉}, Inayah Fasawwa Putri²

Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara

Email: inayah.205220255@fh.untar.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini memberikan tinjauan mengenai perlindungan UMKM dan efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 terhadap *social commerce* TikTok Shop di Indonesia. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak regulasi terhadap UMKM dan efektivitas regulasi dalam melindungi UMKM di era perdagangan digital. Metode penelitian ini ialah kualitatif dengan tinjauan literatur mengenai regulasi dan kebijakan yang relevan. Hasilnya menunjukkan bahwa Permendag No. 31 Tahun 2023 memiliki kontribusi yang signifikan dalam melindungi UMKM di TikTok Shop, terutama dalam melindungi mereka dari persaingan yang tidak sehat dan meningkatkan perlindungan konsumen. Namun, masih ada tantangan dalam menerapkan regulasi, seperti meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknologi di kalangan UMKM, serta meningkatkan penegakan hukum. Oleh karena itu, studi ini merekomendasikan peningkatan literasi digital dan keterampilan teknologi, dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya, peningkatan pengawasan dan penegakan hukum, dan peningkatan kesadaran akan regulasi dan hukum di kalangan UMKM dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan perlindungan UMKM dan efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023.

Kata Kunci: *Permendag No. 31 Tahun 2023, Social Commerce, TikTok Shop, UMKM*

Abstract

This study provides an overview of the protection of MSMEs and the effectiveness of MOT 31/2003 on TikTok Shop social commerce in Indonesia. This study aims to analyze the impact of regulations on MSMEs and the effectiveness of regulations in protecting MSMEs in the digital trade era. The research method is qualitative with a literature review of relevant regulations and policies. The results show that MOT 31/2003 has a significant contribution in protecting MSMEs in TikTok Shop, especially in protecting them from unfair competition and improving consumer protection. However, there are still challenges in implementing the regulation, such as improving digital literacy and technological skills among MSMEs, as well as improving law enforcement. Therefore, this study recommends improved digital literacy and technological skills, support from the government and other stakeholders, improved supervision and enforcement, and increased awareness of regulations and laws among MSMEs and other stakeholders to enhance the protection of MSMEs and the effectiveness of MOT 31/2020.

Keywords: *Permendag No. 31 Tahun 2023, Social Commerce, TikTok Shop, MSMEs*

PENDAHULUAN

Definisi UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Usaha mikro adalah bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau entitas bisnis perorangan, dengan ciri-ciri yang telah dijelaskan dalam undang-undang. Usaha kecil, di sisi lain, adalah jenis usaha ekonomi produktif yang dibangun oleh individu atau entitas bisnis, yang bukan merupakan bagian dari anak perusahaan atau cabang perusahaan, dan dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung, selama memenuhi syarat sebagai usaha kecil menurut ketentuan undang-undang. Sementara itu, usaha menengah adalah jenis usaha ekonomi produktif yang dibuat oleh individu atau entitas bisnis yang tidak memiliki status sebagai anak perusahaan atau cabang perusahaan, dan dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung, asalkan sesuai dengan kriteria yang telah diatur dalam undang-undang, termasuk jumlah kekayaan atau penjualan bersih tahunan yang diatur dalam undang-undang tersebut.

Berdasarkan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, kriteria untuk menggolongkan jenis usaha ke dalam kategori UMKM sesuai dengan ketentuan dalam UU tersebut adalah:

1. Usaha mikro adalah jenis usaha yang memiliki aset tidak lebih dari Rp. 50 juta, yang tidak termasuk tanah dan bangunan yang digunakan sebagai tempat usaha, dan memiliki hasil penjualan maksimal sebesar Rp. 300 juta dalam satu tahun.
2. Usaha kecil adalah jenis usaha yang memiliki aset dalam kisaran antara Rp. 50 juta

hingga Rp. 500 juta, tidak termasuk aset tanah dan bangunan usaha, dengan hasil penjualan dalam satu tahun lebih dari Rp. 300 juta hingga maksimal Rp. 2,5 miliar.

3. Usaha menengah adalah jenis usaha yang memiliki aset dalam kisaran lebih dari Rp. 500 juta hingga Rp. 10 miliar, dengan hasil penjualan dalam satu tahun lebih dari Rp. 2,5 miliar hingga maksimal Rp. 50 miliar.

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di Indonesia, sektor UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi dengan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pendapatan nasional (Kemenkeu, 2023). Dalam era digital yang semakin maju, bisnis online dan *Social Commerce* telah menjadi tren yang berkembang pesat. Salah satu platform yang semakin populer dalam hal ini adalah *TikTok Shop*, yang memungkinkan para pelaku UMKM untuk menjual produk dan jasa mereka secara *online*

Namun, dalam lingkungan bisnis *online* yang dinamis, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut meliputi persaingan yang ketat, perubahan tren konsumen, serta risiko yang mungkin timbul dalam transaksi bisnis *online* (Zaelani, 2019). Perlindungan terhadap UMKM menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa mereka dapat bersaing secara adil dan berkelanjutan di dalam ekosistem bisnis *online* yang kompetitif.

Sejalan dengan semangat perlindungan dan pengembangan UMKM, Pemerintah Indonesia menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No.31 Tahun 2023 yang mengatur berbagai aspek terkait *Social Commerce*, termasuk operasi *TikTok Shop*. Permendag ini diharapkan memberikan kerangka kerja yang jelas untuk melindungi hak dan kepentingan UMKM dalam bisnis *online*, serta memastikan bahwa transaksi yang dilakukan di *TikTok Shop* sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis (Wientor, 2023).

Namun, untuk memastikan keberhasilan implementasi Permendag No.31 Tahun 2023, penting untuk melakukan tinjauan hukum yang komprehensif. Ini termasuk analisis terhadap dampak perlindungan yang diberikan kepada UMKM, evaluasi efektivitas peraturan yang diterapkan, serta pemahaman terhadap tantangan yang mungkin dihadapi oleh UMKM dalam berbisnis melalui *TikTok Shop*.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk melakukan tinjauan hukum yang mendalam mengenai perlindungan UMKM dalam *Social Commerce*, khususnya *TikTok Shop*, dan untuk mengevaluasi efektivitas Permendag No.31 Tahun 2023 dalam mencapai tujuan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih jelas mengenai peran hukum dalam mendukung dan melindungi UMKM dalam era bisnis *online* yang berkembang pesat.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui tinjauan hukum mengenai perlindungan UMKM serta efektivitas Permendag No.31 Tahun 2023 terhadap Social Commerce *Tiktok Shop*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan menggunakan penelitian hukum yuridis normatif difokuskan untuk menyajikan penerapan norma dan kaidah, yuridis normatif adalah penelitian hukum yang menganalisis bahan hukum dan diketahui menggunakan bahan Pustaka, dalam penelitian hukum normatif yang menggunakan data sekunder sebagai sumbernya tidak perlu dilakukan tata cara sampling karena data sekunder dalam bidang hukum (Soekanto,2008). Kemudian, spesifikasi pendekatan meliputi pendekatan perundang - undangan sebagai dasar melakukan analisis, pendekatan konsep yang dimana menggunakan konsep dalam ilmu hukum dan pendekatan kasus dengan telaah terhadap kasus yang berkaitan dengan materi penelitian yang diputus oleh pengadilan mempunyai kekuatan hukum tetap. Teknik analisis data penulis menggunakan metode analisis normatif kualitatif yang dimana hasil penelitian data deskriptif kualitatif yaitu data yang tertulis (Marzuki, 2005). Data yang disajikan oleh penulis sekunder data yaitu tentang tinjauan hukum mengenai perlindungan UMKM serta efektivitas Permendag No.31 Tahun 2023 terhadap Social Commerce Tiktok Shop, diperoleh dari bahan pustaka, buku atau jurnal hukum atau ahli hukum upaya mendapatkan pendapat hukum tentang objek yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar Social Commerce dan PERMENDAG NO. 31 TAHUN 2023

Social-Commerce adalah penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan Pedagang (*Merchant*) dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa. Menurut Stephen A.T dan Toubia (2010), *Social commerce* adalah bentuk dari media sosial yang digunakan oleh individu, serta media sosial tersebut memperbolehkan individu untuk berpartisipasi aktif dalam penjualan serta pemasaran dari sebuah produk atau jasa yang dilakukan pada komunitas *online* maupun pasar online. *Social commerce* adalah suatu bentuk perdagangan yang dimediasi oleh media sosial (Wang & Zhang, 2012). *Social commerce* terdiri dari tiga tren utama yaitu penambahan fitur komersial dalam media sosial, penambahan fitur media sosial pada e-commerce, serta penggunaan media sosial pada perusahaan offline yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja bisnis (Liang & Turban, 2011). Maka dapat dikatakan bahwa, *Social*

Commerce adalah bentuk *e-commerce* (perdagangan elektronik) yang terintegrasi dengan media sosial dan jaringan sosial *online*. Ini adalah model bisnis di mana bisnis menjual produk atau layanan mereka melalui platform media sosial atau menggunakan fitur sosial yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi, dan berpartisipasi dalam proses pembelian.

TikTok Shop, sebuah fitur layanan transaksi jual beli dalam aplikasi Media Sosial *TikTok*, telah menjadi perbincangan hangat di Indonesia. *TikTok Shop* sendiri tercatat pada 2022 telah berekspansi ke enam negara Asia Tenggara, yaitu Singapura, Malaysia, Indonesia, Filipina, Vietnam, dan Thailand (Amanda, 2023). *TikTok Shop* menargetkan transaksi US\$ 20 miliar tahun ini, dengan Indonesia berkontribusi paling besar (Ilham, 2023). *TikTok Shop* di Indonesia mengantongi GMV US\$ 2,5 miliar dalam periode 3 bulan di Q1 2023.

Namun, keberadaan *TikTok Shop* juga menimbulkan kekhawatiran bagi para pemain *e-commerce* besar di kawasan Asia Tenggara, seperti *Shopee* dan *Lazada*. *TikTok Shop* disebut-sebut sebagai platform yang mengancam para pemain *e-commerce* besar di kawasan Asia Tenggara (Amalia, 2023). Menurut survei dari firma riset *Cube Asia*, pengeluaran pengguna di *TikTok Shop* membuat mereka mengurangi pengeluaran di *Shopee* dan *Lazada*. Di Indonesia, Thailand, dan Filipina, pengeluaran pengguna di *Shopee* turun 51% karena alokasinya pindah ke *TikTok Shop*. Sementara di *Lazada* turun 45% dan di gerai offline anjlok 38% (Ilham, 2023).

Pemerintah Indonesia melarang keberadaan *social commerce* seperti *TikTok Shop*. Revisi tersebut bertujuan untuk melakukan pengaturan agar memudahkan memilih sosial media dan *e-commerce*. Hal ini dilakukan untuk memisahkan fungsi dari media sosial dan *e-commerce*. Sehingga satu platform tidak boleh menjalankan dua fungsi secara bersamaan (Kezia, 2023). Namun, *TikTok Shop* tetap memiliki potensi besar di Indonesia karena pengguna *TikTok* di Indonesia menembus 99 juta pengguna (Dwi, 2023).

TikTok Shop telah mengalami perkembangan yang pesat di Indonesia. Namun, keberadaannya juga menimbulkan kekhawatiran bagi para pelaku UMKM di Indonesia. *TikTok Shop* menyebabkan banyak pelaku-pelaku UMKM yang gulung tikar sehingga menimbulkan persaingan dagang yang tidak adil. Hal ini tentunya menarik perhatian pemerintah, sehingga pemerintah Indonesia mengeluarkan regulasi baru yaitu Permendag No.31 Tahun 2023.

Permendag No. 31 Tahun 2023 adalah peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Tujuan dari Permendag 31/2023 adalah untuk menciptakan ekosistem PMSE (Perdagangan Melalui

Sistem Elektronik) yang sehat, dengan memperhatikan perkembangan teknologi yang dinamis, mendukung pemberdayaan UMKM dan pelaku usaha PMSE dalam negeri, serta meningkatkan perlindungan konsumen di dalam negeri. Permendag 31/2023 juga bertujuan untuk memisahkan fungsi dari media sosial dan *e-commerce*, dan mencegah monopoli alur bisnis yang dapat merugikan pelaku UMKM. Beberapa poin penting yang diatur dalam Permendag 31/2023 antara lain pendefinisian model bisnis PPMSE (Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik), penetapan harga minimum untuk barang jadi asal luar negeri, disediakan *Positive List*, syarat khusus bagi pedagang luar negeri pada loka pasar dalam negeri, larangan penguasaan data oleh PPMSE (Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik), dan afiliasi, serta larangan loka pasar dan *social commerce* bertindak sebagai produsen. Permendag 31/2023 juga mengakui ada enam model bisnis pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik atau PPMSE (Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik), dalam negeri, yaitu ritel daring, lokapasar, iklan baris, platform pembandingan harga, daily deals, dan social commerce.

Tujuan Pemerintah Indonesia melarang keberadaan social commerce seperti *TikTok Shop* adalah untuk mencegah monopoli alur bisnis yang dapat merugikan pelaku UMKM dan juga ingin mencegah adanya platform yang mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pasar, penetapan harga yang tidak adil, perlakuan yang berbeda, dan penetapan harga diskriminatif berdasarkan data yang dipunyai (Anisyah, 2003). Oleh karena itu, pemerintah Indonesia resmi melarang aktivitas jual beli alias *e-commerce* melalui platform sosial media seperti *TikTok Shop*.

Studi ini penting untuk memahami perlindungan hukum yang diberikan kepada UMKM dalam perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) di Indonesia. Selain itu studi ini juga penting untuk mengetahui efektivitas dari Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023 terhadap social commerce *TikTok Shop* dalam melindungi UMKM di Indonesia. Studi ini juga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi masyarakat tentang perlindungan hukum dan hak-hak UMKM dalam perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia. Serta Studi ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi pelaku usaha PMSE dalam mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan dan adil bagi semua pihak, terutama bagi UMKM di Indonesia.

Perlindungan UMKM dalam Bisnis Online

Perlindungan UMKM dalam bisnis online sangat penting karena UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia. Berikut adalah beberapa alasan mengapa perlindungan UMKM sangat penting (Harianto, R. A., & Sari, P. N. (2021):

1. Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi

Perlindungan UMKM dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan membantu mengurangi kemiskinan

2. Meningkatkan Daya Saing UMKM

Perlindungan UMKM dapat membantu meningkatkan daya saing UMKM dalam perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) di Indonesia. Dengan adanya perlindungan, UMKM dapat bersaing secara adil dengan pelaku usaha lainnya.

3. Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan

Perlindungan UMKM dapat membantu meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan UMKM.

4. Meningkatkan Inovasi dan Kreativitas

Perlindungan UMKM dapat membantu meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam bisnis UMKM. Hal ini dapat membantu UMKM untuk terus berkembang dan bersaing di pasar.

5. Meningkatkan Kepatuhan Terhadap Peraturan

Perlindungan UMKM dapat membantu meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku dalam perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) di Indonesia. Hal ini dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan adil bagi semua pihak.

Dalam konteks bisnis online, perlindungan UMKM sangat penting untuk mencegah monopoli alur bisnis yang dapat merugikan pelaku UMKM. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Permendag 31/2023 bertujuan untuk melindungi UMKM dan menciptakan ekosistem PMSE yang sehat dan adil bagi semua pihak.

Dalam perlindungannya, tentunya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam bisnis *e-commerce* menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan sektor UMKM (Wijanarka, T., & Sari, D. A. P. (2022). Berikut adalah beberapa tantangan utama UMKM dalam *e-commerce*:

1. Tantangan Hukum

UMKM yang berbisnis di e-commerce harus memperhatikan aspek hukum agar terhindar dari masalah perlindungan hukum yang dapat menghemat biaya. Banyak pelaku UMKM yang enggan bergabung dengan e-commerce dikarenakan regulasinya yang kompleks dan sering berubah-ubah.

2. Keterbatasan Literasi dan Perangkat Digital

Tantangan teknologi seperti keterbatasan akses internet dan infrastruktur teknologi yang kurang memadai dapat menghambat UMKM untuk berbisnis di e-commerce.

3. Legalitas Usaha

Legalitas usaha menjadi kendala bagi UMKM untuk mengakses pembiayaan dan memperbesar kapasitas produksi atau meningkatkan layanan.

Analisis PERMENDAG NO. 31 TAHUN 2023

Permendag No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik memiliki beberapa isi dan ketentuan yang penting untuk dipahami. Berikut adalah beberapa isi dan ketentuan Permendag No. 31 Tahun 2023:

1. Pendefinisian model bisnis Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) seperti loka pasar atau marketplace dan social commerce, untuk mempermudah pembinaan dan pengawasan.
2. Penetapan harga minimum sebesar 100 dolar AS per unit untuk barang jadi asal luar negeri yang langsung dijual oleh pedagang (merchant) ke Indonesia melalui platform e-commerce lintas negara.
3. Disediakan Positive List, yaitu daftar barang asal luar negeri yang diperbolehkan Cross-Border "langsung" masuk ke Indonesia melalui platform perdagangan elektronik.
4. Syarat khusus bagi pedagang luar negeri pada loka pasar dalam negeri yaitu menyampaikan bukti legalitas usaha dari negara asal, pemenuhan standar (SNI wajib) dan halal, pencantuman label berbahasa Indonesia pada produk asal luar negeri, dan asal pengiriman barang.
5. Loka pasar dan social commerce dilarang bertindak sebagai produsen.
6. PPMSE dan afiliasi dilarang menguasai data masyarakat serta wajib memastikan tidak terjadi penyalahgunaan penguasaan data penggunanya untuk dimanfaatkan oleh PPMSE atau perusahaan afiliasinya.
7. Pelaku Usaha wajib memiliki Perizinan Berusaha dalam melakukan kegiatan usaha di sektor Perdagangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan

- mengenai penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko.
8. Penerbitan Perizinan Berusaha Bidang PMSE tidak dipungut biaya.
 9. Pelaku Usaha Dalam negeri dan Pelaku Usaha Luar Negeri wajib memenuhi persyaratan tertentu untuk mendapatkan Perizinan Berusaha.
 10. Permendag No. 31 Tahun 2023 bertujuan untuk menciptakan ekosistem PMSE yang sehat, dengan memperhatikan perkembangan teknologi yang dinamis, mendukung pemberdayaan UMKM dan pelaku usaha PMSE dalam negeri, dan meningkatkan perlindungan konsumen di dalam negeri.

Permendag No. 31 Tahun 2023 memberikan perlindungan khusus bagi UMKM dalam perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) di Indonesia. Dalam tinjauan terhadap isi dan ketentuan Permendag No. 31 Tahun 2023, terdapat beberapa ketentuan yang penting untuk dipahami, seperti pendefinisian model bisnis PPMSE, penetapan harga minimum untuk barang jadi asal luar negeri, dan syarat khusus bagi pedagang luar negeri pada loka pasar dalam negeri. Permendag No. 31 Tahun 2023 bertujuan untuk menciptakan ekosistem PMSE yang sehat, mendukung pemberdayaan UMKM dan pelaku usaha PMSE dalam negeri, dan meningkatkan perlindungan konsumen di dalam negeri.

Permendag No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik bertujuan untuk melindungi UMKM dan menciptakan ekosistem perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) yang sehat dan adil bagi semua pihak. Namun, efektivitas dari Permendag No. 31 Tahun 2023 dalam melindungi UMKM masih menjadi perdebatan. Berikut adalah evaluasi efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 dalam melindungi UMKM berdasarkan beberapa sumber. Menurut Direktur Indonesia Development and Islamic Studies (IDEAS) Yusuf Wibisono, larangan social commerce seperti *TikTok Shop* dalam Permendag No. 31 Tahun 2023 berpotensi tidak efektif karena melawan arus perkembangan teknologi. Menurutnya, yang harus dilakukan adalah meregulasi perkembangan teknologi tersebut, seperti memastikan kepatuhan pajak, pembatasan produk impor, kewajiban sertifikasi halal, dan lain-lain.

Kebijakan larangan penjualan barang impor di bawah US\$100 atau sekitar Rp1,5 juta per unit di marketplace dalam Permendag No. 31 Tahun 2023 diharapkan akan melindungi UMKM dalam negeri. Namun, revisi mengenai larangan perlu pengkajian lebih lanjut sebelum diterapkan, terlebih dalam hal kesiapan internal UMKM dalam digitalisasi. Menurut Ketua Bidang UMKM Asosiasi Pengusaha Indonesia atau Apindo Ronald Walla menilai aturan yang termuat dalam Permendag No. 31 Tahun 2023 tidak menyelesaikan masalah predatory pricing yang merugikan UMKM. Menurutnya, aturan tersebut tidak efektif dalam

melindungi UMKM (Arief, 2023). Permendag No. 31 Tahun 2023 memberikan perlindungan khusus bagi UMKM dalam perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) di Indonesia. Namun, efektivitas dari Permendag No. 31 Tahun 2023 dalam melindungi UMKM masih perlu dievaluasi lebih lanjut.

Dari evaluasi efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 dalam melindungi UMKM, terdapat beberapa perdebatan mengenai efektivitas aturan tersebut. Meskipun Permendag No. 31 Tahun 2023 memberikan perlindungan khusus bagi UMKM dalam perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) di Indonesia, namun masih perlu dievaluasi lebih lanjut mengenai efektivitasnya dalam melindungi UMKM

Implikasi perlindungan terhadap pelaku *TikTok Shop* di Indonesia dapat beragam tergantung pada sejauh mana peraturan ini dijalankan dan dipatuhi. Bagi pelaku yang peduli dengan praktik bisnis yang beretika dan berusaha untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen, perlindungan konsumen dapat menjadi peluang untuk membangun bisnis yang kuat dan berkelanjutan. Namun, bagi pelaku yang enggan mematuhi peraturan atau tidak memperhatikan hak konsumen, mereka dapat menghadapi risiko hukum dan kerugian reputasi.

Perlindungan terhadap pelaku *TikTok Shop* di Indonesia memiliki beberapa implikasi, di antaranya

1. Perlindungan konsumen

Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap ketidaksesuaian kualitas barang yang dibeli pada aplikasi belanja *TikTok Shop* menjadi penting untuk diperhatikan. Hal ini dapat mempengaruhi reputasi dan kepercayaan konsumen terhadap pelaku *TikTok Shop*.

2. Penutupan *TikTok Shop*

Pemerintah Indonesia telah mengumumkan rencananya untuk melarang *TikTok Shop* dan aktivitas social commerce serupa di platform media sosial. Hal ini dapat berdampak pada pelaku *TikTok Shop* dan UMKM yang bergantung pada platform tersebut.

3. Persaingan yang adil

Larangan *TikTok Shop* oleh pemerintah Indonesia diharapkan dapat menciptakan kerangka kerja yang lebih adil dan aman untuk perdagangan elektronik di Indonesia. Hal ini dapat memberikan kesempatan yang sama bagi pelaku bisnis konvensional dan UMKM untuk bersaing dengan pelaku *TikTok Shop*.

4. Kepatuhan terhadap peraturan dan hukum

Pelaku *TikTok Shop* harus mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku di Indonesia,

seperti Permendag No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Hal ini dapat meminimalkan risiko pelanggaran hukum dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelaku *TikTok Shop*.

Dari beberapa implikasi perlindungan terhadap pelaku *TikTok Shop* di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen, penutupan *TikTok Shop*, persaingan yang adil, dan kepatuhan terhadap peraturan dan hukum dapat mempengaruhi pelaku *TikTok Shop* dan UMKM yang bergantung pada platform tersebut.

Social Commerce di *TikTok Shop*

Dari beberapa dampak dan perubahan yang terjadi terkait *TikTok Shop* di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa larangan *TikTok Shop* oleh pemerintah Indonesia dapat berdampak pada pelaku bisnis, terutama UMKM, yang bergantung pada platform tersebut untuk menjual produk mereka. Namun, larangan tersebut juga dapat memberikan perlindungan bagi konsumen dan menciptakan kerangka kerja yang lebih adil dan aman untuk perdagangan elektronik di Indonesia.

Dampak dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia, terutama dalam era digital, antara lain:

Dampak:

1. Meningkatkan ketergantungan pada teknologi dan digitalisasi dalam menjalankan bisnis.
2. Meningkatkan akses pasar dan pelanggan melalui platform e-commerce dan media sosial.
3. Meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam proses produksi dan pemasaran.
4. Meningkatkan daya saing dan inovasi dalam bisnis.
5. Meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian nasional.

Tantangan:

1. Keterbatasan akses modal dan pembiayaan.
2. Kurangnya literasi digital dan keterampilan teknologi.
3. Kurangnya dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya.
4. Kurangnya infrastruktur dan akses internet yang merata di seluruh wilayah Indonesia.
5. Tantangan dalam menghadapi pandemi Covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM.
6. Tantangan dalam menghadapi persaingan dengan bisnis besar dan internasional.
7. Tantangan dalam menghadapi perubahan kebijakan dan regulasi yang berlaku.

Dari beberapa dampak dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi dan teknologi memberikan dampak positif bagi UMKM, namun juga menimbulkan tantangan dalam hal akses modal, literasi digital, dukungan pemerintah, infrastruktur, dan persaingan bisnis. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknologi, memberikan dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya, serta menciptakan infrastruktur dan akses internet yang merata di seluruh wilayah Indonesia untuk mendukung pertumbuhan bisnis UMKM di era digital ini.

Dari beberapa kontribusi Permendag No. 31 Tahun 2023 dalam perlindungan UMKM di *TikTok Shop*, dapat disimpulkan bahwa PMSE dapat melindungi UMKM dari persaingan yang tidak sehat, meningkatkan perlindungan konsumen, dan mendorong UMKM untuk mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku di Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam ekonomi Indonesia, dan dalam era digital yang berkembang pesat, bisnis online dan Social Commerce seperti TikTok Shop menjadi tren yang signifikan. Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan dalam lingkungan bisnis online, termasuk persaingan ketat dan risiko transaksi online. Pemerintah Indonesia merespons perkembangan bisnis online dengan menerbitkan Permendag No. 31 Tahun 2023. Permendag ini bertujuan untuk memberikan kerangka kerja yang jelas dalam melindungi hak dan kepentingan UMKM dalam bisnis online, serta memastikan bahwa transaksi di TikTok Shop sesuai dengan etika bisnis. Perlindungan UMKM dalam bisnis online sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, daya saing, kualitas produk, inovasi, dan kepatuhan terhadap peraturan. Dalam konteks bisnis online, UMKM menghadapi tantangan seperti masalah hukum, keterbatasan literasi digital, dan legalitas usaha. Permendag No. 31 Tahun 2023 memiliki beberapa ketentuan penting, termasuk penetapan harga minimum, syarat khusus bagi pedagang luar negeri, dan larangan loka pasar dan social commerce sebagai produsen. Tujuannya adalah menciptakan ekosistem PMSE yang sehat, mendukung UMKM, dan meningkatkan perlindungan konsumen. Meskipun Permendag No. 31 Tahun 2023 memberikan perlindungan khusus bagi UMKM, masih ada perdebatan mengenai efektivitasnya. Beberapa pihak berpendapat bahwa aturan ini harus direvisi untuk mengikuti perkembangan teknologi. Perlindungan konsumen, penutupan TikTok Shop, persaingan yang adil, dan kepatuhan terhadap peraturan memiliki implikasi pada pelaku TikTok Shop dan UMKM yang bergantung

padanya. Larangan TikTok Shop oleh pemerintah Indonesia dapat berdampak pada pelaku bisnis, terutama UMKM, yang bergantung pada platform tersebut. Meskipun ada dampak negatif, larangan tersebut juga memberikan perlindungan bagi konsumen dan menciptakan kerangka kerja yang lebih adil untuk perdagangan elektronik. Dengan demikian, penelitian ini mengulas latar belakang perlindungan UMKM di Indonesia, implementasi Permendag No. 31 Tahun 2023, efektivitasnya, serta dampak dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM, terutama dalam era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Faqir, Anisyah. "Terungkap, Empat Alasan TikTok Shop Dilarang Pemerintah." *merdeka.com*. Diakses pada 04 Oktober 2023. <https://www.merdeka.com/uang/terungkap-empat-alasan-tiktok-shop-dilarang-pemerintah-30613-mvk.html>
- Amalia, Amanda. "Perkembangan TikTok Shop Mengancam Pemain E-Commerce Asia Tenggara." *investor.id*. Diakses pada 03 Oktober 2023. <https://investor.id/international/330573/perkembangan-tiktok-shop-mengancam-pemainecommerce-asia-tenggara>
- Arief, A. "Apindo Nilai Permendag 31/2023 Tak Efektif Lawan Predatory Pricing". CNN Indonesia. Diakses Pada 05 Oktober 2023. <https://cnnindonesia.com/ira/berita/6516d883dd763/apindo-nilai-permendag-312023-tak-efektif-lawan-predatory-pricing>
- Harapan, Fajar. "Peran Penting UMKM Pada Perekonomian Indonesia." *djpb.kemenkeu*. Diakses pada Oktober 03 2023. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian>
- Hariato, R. A., & Sari, P. N. (2021). Strategic digitalization of UMKM business as an alternative to survive the COVID-19 pandemic. *Linguistics and Culture Review*, 5(S1), 617- 623.
- Kurniati, R. R., & Anastuti, U. A. (2022). The Role of E-commerce to Consumers and MSME Business in The Digital Era. *GCoss*. 165-168.
- Liang, T. & Turban, E. (2011). What drives social commerce: The Role of Social Support and Relationship Quality. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 69-90.
- Mediana. "Permendag No 31/2023 Tetapkan 6 Model Bisnis Perdagangan Daring". *Kompas.id*. Diakses pada 05 Oktober 2023. <https://www>
- Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum (a), (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), hlm.35
- Rachmawati, Dwi. "TikTok Shop Ancam UMKM, Pengguna Di Indonesia Tembus 99 Juta!." Diakses 03 Oktober 2023. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230724/12/1677542/tiktok-shop-ancam-umkm-pengguna-di-indonesia-tembus-99-juta>
- Rah Mada, Wientor. "Nasib Social Commerce Usai Dilarang Jualan." B-Talk. Kompas TV, 2023.

- Redaksi."Ini Sinyal Ambisi TikTok Jadi Raja Online Shop di RI". CNBC Indonesia.Diakses pada 03 Oktober 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230615060902-37-446017/ini-sinyal-ambisi-tiktok-jadi-raja-online-shop-di-ri>
- Restu, Ilham."TikTok Shop Makin Ngeri, Shopee-Lazada Pantas Khawatir."CNBC indonesia. Diakses pada 03 Oktober 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230608120525-37-444155/tiktok-shop-makin-ngeri-shopee-lazada-pantas-khawatir>
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat), (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), hlm.15.
- Stephen, A.T., & Toubia, O. (2010). Deriving Value From Social Commerce Network. *Journal of Marketing Research*, 47, 215-228.
- Tim." Menanti Efektivitas Larangan TikTok Shop dalam Lindungi UMKM". CNN Indonesia.Diakses Pada 05 Oktober 2023. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230926065651-92-1003687/menanti-efektivitas-larangan-tiktok-shop-dalam-lindungi-umkm>
- Tuju, Kezia."Polemik Social Commerce TikTok Shop." Power Breakfast. IDX Channel, 2023.
- Wang, C., & Zhang, P. (2012). The Evolution of Social Commerce : The People, Management, Technology, and Information Dimensions The Evolution of Social Commerce. 31(5), 105-127. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.03105>
- Wijanarka, T., & Sari, D. A. P. (2022). The Role of SMEs in Indonesian E-Commerce to the Indonesian Economy during the Covid-19 Pandemic. *Journal of World Trade Studies Vol 7*, 38-43.
- Yolandha, F."Aturan Utama dalam Permendag Nomor 31 Tahun 2023.Republika.id.Diakses Pada 05 Oktober 2023.<https://visual.republika.co.id/berita/s1nif1370/ini-aturan-utama-dalam-permendag-nomor-31-tahun-2023>
- Zaelani, I. (2019). Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia : Tantangan dan Peluang Pengembangan IPTEK.*Jurnal Transborders*. 16-17.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Tentang Usaha Mikro,Kecil, dan Menengah, Pasal 1 dan pasal 6
- Peraturan Menteri Perdagangan No.31 Tahun 2023, Pasal 1,3,5,13, dan 15