

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam *research* ini, Peneliti ingin memahami bagaimana pengaruh peraturan pemerintah selaku regulator pada faktor-faktor yang mempengaruhi kelangsungan usaha *social commerce*. Hal ini berkaitan dengan kondisi yang terjadi sekarang. Tiktok adalah salah satu platform yang bukan hanya berjualan namun merupakan platform media sosial yang awalnya menyuguhkan konten-konten yang menghibur. Ada perbedaan dibandingkan dengan platform lain yang dirancang khusus sebagai *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan pengguna atau konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang. Namun sebelum diterbitkannya Permendag No.31 Tahun 2023, para konsumen kebanyakan memilih untuk berbelanja di *social commerce*, dalam hal ini Tiktok Shop.

Terdapat beberapa alasan dimana konsumen atau pengguna lebih memilih untuk berbelanja menggunakan Tiktok Shop. Tiktok Shop menyediakan fitur *live streaming* dimana konsumen dapat membeli barang yang diperjual belikan oleh produsen dengan biaya yang jauh lebih rendah. Sebagai perbandingan dengan *e-commerce* yang lain merupakan hal yang berbeda dikarenakan merupakan layanan penjualan dimana konsumen akan mengunjungi platform tersebut dengan tujuan memang untuk membeli barang yang dibutuhkan. Jika sedang tidak memerlukan atau tidak ingin berbelanja, maka pengguna ataupun konsumen tidak akan membuka aplikasi tersebut. Beberapa *platform e-commerce* dan TikTok Shop sama-sama memiliki fitur *live streaming*, tetapi TikTok Shop lebih mendorong konsumen atau penonton untuk berbelanja langsung, mirip dengan suasana berbelanja di pasar. Terdapat interaksi antara penjual dan pembeli yang menjelaskan keunggulan produk yang ditawarkan. *Live streaming* juga diselipkan dengan lelucon ataupun konten yang mungkin menjadi ciri khas penjualnya, sehingga konsumen mendapat benefit berupa *social media entertainment*.

Para pembeli dari *live streaming* Tiktok Shop bukan saja konsumen akhir dari sebuah produk, tetapi terdapat juga yang merupakan pedagang atau pengusaha yang akan menjual kembali produk tersebut ke konsumen akhir. Sebagai pengusaha atau pedagang, mereka cenderung memprioritaskan memperoleh barang dengan harga yang lebih rendah untuk meningkatkan keuntungan. Secara dasar, prinsip ekonomi mengajarkan *motto* "Dengan mengorbankan sekecil mungkin untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya". Keuntungan yang diperoleh akan menentukan kelangsungan usaha pedagang dan pengusaha tersebut. Kelangsungan usaha merupakan salah satu prinsip dari akuntansi yaitu prinsip kesinambungan usaha (*Going Concern*) (Girikallo et al., 2023 : 5).

Keuntungan yang diperoleh tidak terlepas dengan harga perolehan sebuah produk. Harga yang ditawarkan melalui *live streaming* Tiktok Shop tergolong jauh lebih murah atau terjangkau dibandingkan platform *e-commerce*. Padahal barang yang diperjual belikan oleh kedua platform tersebut tidak berbeda secara signifikan. Jika dilakukan perbandingan dalam hal biaya pengiriman, Tiktok Shop memiliki biaya pengiriman yang lebih rendah dibandingkan *e-commerce*. Pada platform *e-commerce* juga terdapat beberapa biaya tambahan yang secara tidak langsung akan menambah nominal biaya yang dikeluarkan oleh pembeli. Biaya tambahan pada Shopee meliputi biaya layanan, biaya penanganan dan biaya proteksi (opsional). Berdasarkan pernyataan Wakil Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Jerry Sambuaga (2023), Tiktok Shop menerapkan strategi *predatory pricing* dalam menjalankan usahanya. Hal itu dikarenakan Tiktok Shop yang menjual produknya dengan harga yang murah dan dinilai lebih rendah dari biaya produksinya.

## Gambar 1. 1 Pernyataan Wakil Menteri Perdagangan Jerry Sambuaga

JAKARTA, KOMPAS.com - Wakil Menteri Perdagangan Jerry Sambuaga mengungkapkan, TikTok Shop melakukan *predatory pricing* dalam menjalankan usahanya. Hal itu lantaran TikTok Shop menjual produk di platformnya dengan harga yang murah, dan dinilai lebih rendah dari ongkos produksinya.

*Predatory pricing* adalah kegiatan menjual barang di bawah harga dan jauh dari modal. Tujuan kegiatan ini sebagai strategi persaingan.

"Jelas (*predatory pricing*), bisa dilihat ada barang impor kalau pakai prosedur normal misalnya Rp 1 juta dan yang tidak Rp 100.00p. Apakah itu tidak *predatory pricing*?" ucap Jerry kepada media saat ditemui di Hotel Borobudur, Senin (25/9/2023).


Baca juga: [Soal Predatory Pricing, Menkominfo: Saya Sudah Tanya ke TikTok](#)

Lebih lanjut Jerry mengatakan, pemerintah akan mengatur transaksi penjualan online melalui revisi Permendag Nomor 50 tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Sumber : [kompas.com.2023](#)

Dalam hal popularitas, kemampuan streaming langsung TikTok telah melampaui Shopee dan Lazada, menurut jajak pendapat yang dilakukan oleh bisnis e-logistik Ninja Xpress. Dengan pangsa pasar 27,5%, TikTok berada di depan Shopee (26,5%) dan Lazada (20,1%).

## Gambar 1. 2 Hasil Survei E-Logistik Ninja Xpress Pada Fitur Live Streaming



terlibat selama sesi *live selling*. Oleh karena itu dibutuhkan, host, konten, hingga promo yang sesuai untuk tetap menarik perhatian pembeli.

- Shipper harus menyisihkan waktu hingga dua jam per sesi *live selling*. Karena kebanyakan responden shipper melakukan live selling setiap minggu di dua platform, mereka menghabiskan waktu setidaknya empat jam setiap minggu untuk melakukan live selling. Waktu yang dihabiskan ini bahkan belum termasuk persiapan. Namun hal ini harus tetap dilakukan untuk terus menjaga popularitas di mata penonton.
- Memilih platform *live selling* yang tepat.
- Di Indonesia, TikTok (27.5%) dan Shopee (26.5%) menjadi platform yang paling populer dengan Lazada (20.1%) menempati urutan ketiga.
- Apakah kamu tahu bahwa TikTok memberlakukan penalti untuk penjual yang mengucapkan kata-kata sensitif? Misalnya merek kompetitor lain, kematian, dan sebagainya.
- Menyiapkan dan melakukan *live selling*

Sumber : [ninjavan.co.id.2023](#)

Tidak hanya itu, Tiktok Shop juga memberikan harga yang jauh lebih murah (atau yang dapat disebut sebagai *predatory pricing*) jika dibandingkan *platform e-commerce*, UMKM dan pedagang kecil (pasar). Penetapan harga predator adalah sebuah siasat yang diterapkan oleh perusahaan dengan cara menawarkan harga yang sangat rendah, demi untuk mengeluarkan pesaing dari pasar. Perkembangan Tiktok Shop di Indonesia mempunyai dampak yang dinilai akan memberikan sisi negatif bagi masyarakat. Untuk menjaga dan melindungi kepentingan seluruh masyarakat, Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan melarang Tiktok Shop Cs melalui modifikasi terhadap Permendag 50 Tahun 2020 mengenai perdagangan elektronik. Belakangan ini muncul masalah dimana Tiktok Shop menjadi salah satu penghalang bagi pasar lokal dari segi harga. Banyak konsumen yang mulai beralih ke platform ini karena beragam pilihan dan kemudahan dalam bertransaksi, ditambah lagi banyak produsen dari merek besar yang turut memanfaatkan platform ini. Pedagang kecil hingga UMKM mulai mengeluh bahwa dagangan mereka menjadi sepi atau tidak dapat bersaing semenjak adanya *social commerce*. Bahkan berhenti beroperasi semenjak adanya praktek *predatory pricing* pada *social commerce*. Rudy Salahuddin, Deputy IV Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia, mengungkapkan bahwa hasil survei menunjukkan 85% pemakai Tiktok Shop telah menurunkan frekuensi *shopping* mereka melalui platform e-commerce, termasuk UMKM dan pedagang kecil di pasar.

### **Gambar 1. 3 Pernyataan Pengurangan Frekuensi Belanja Melalui Channel Lain**

JAKARTA, KOMPAS.com - Kehadiran **TikTok** Shop menciptakan disrupsi baru dalam pola belanja di kalangan masyarakat. Hal ini terefleksikan dari sebuah survei yang menunjukkan adanya peralihan secara besar-besaran menuju platform *social commerce* itu.

Deputy IV Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Rudy Salahuddin mengatakan, hasil survei menunjukkan, 85 persen pengguna **TikTok Shop** mengaku mengurangi frekuensi belanja melalui channel lain. Survei ini dilakukan terhadap pengguna TikTok di Indonesia, Thailand, dan Filipina.

"Jadi dalam survei tersebut 85 persen penggunanya mengaku mengurangi frekuensi belanja melalui channel lain," kata dia, dalam diskusi virtual, Rabu (11/10/2023).

*Sumber : Kompas.com.2023*

Permasalahan lainnya juga terdapat dugaan bahwa adanya perdagangan lintas negara tidak melalui produsen impor yang resmi. Dikarenakan aplikasi Tiktok Shop merupakan aplikasi lintas batas sehingga memungkinkan proses transaksi dari negara luar negeri untuk masuk ke Indonesia. Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki, mengungkapkan bahwa sekitar 21 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal atau pedagang lokal telah bergabung dengan *platform* marketplace. Hal tersebut tidak berpengaruh dikarenakan pedagang lokal atau UMKM lokal tetap kalah saing dengan banyaknya barang impor yang diperjualbelikan.

#### **Gambar 1. 4 Pernyataan Mengenai Seberapa Banyak UMKM yang Telah Masuk ke Marketplace**

prosedur impor yang resmi. Karena aplikasi Tiktok Shop berbasis aplikasi lintas batas sehingga memungkinkan proses transaksi dari negara manapun masuk ke Indonesia.

Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki mengatakan sekitar 21 juta UMKM lokal yang sudah terjun ke marketplace. Namun, pedagang lokal tetap kalah saing dengan banjir barang impor.

"Sehingga dia bisa memberikan informasi kepada produsen UMKM di China yang mau masuk ke Indonesia, sehingga ini suatu ancaman. Karena itu ancaman bagi UMKM. Kita sudah perdagangan bebas, tapi saya kira setiap negara juga perlu melindungi UMKM, jangan sampai kalah bersaing," ujar Teten di Gedung Merah Putih Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), pada pertengahan September.

Sebelumnya, pada 23 September lalu Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) juga menanggapi fenomena Tiktok Shop.

"Mestinya ini, kan, dia itu [TikTok] social media. Bukan economy media," kata Jokowi di sela kunjungannya ke IKN, Sabtu (23/9).

Sumber : *koransulindo.com.2023*

Namun tidak hanya itu, masalah lainnya muncul terkait Tiktok Shop. Pertama, terdapat masalah dimana media sosial Tiktok tidak boleh digabung dengan Tiktok Shop. *Social commerce* seperti Tiktok Shop hanya boleh melakukan promosi terhadap barang dan jasa bukan sebagai media jual-beli komoditas perdagangan. Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Zulkifli Hasan juga menyatakan bahwa penutupan TikTok Shop didasarkan pada *the law of privacy* yang dirancang untuk mencegah penyalahgunaan informasi pribadi konsumen.

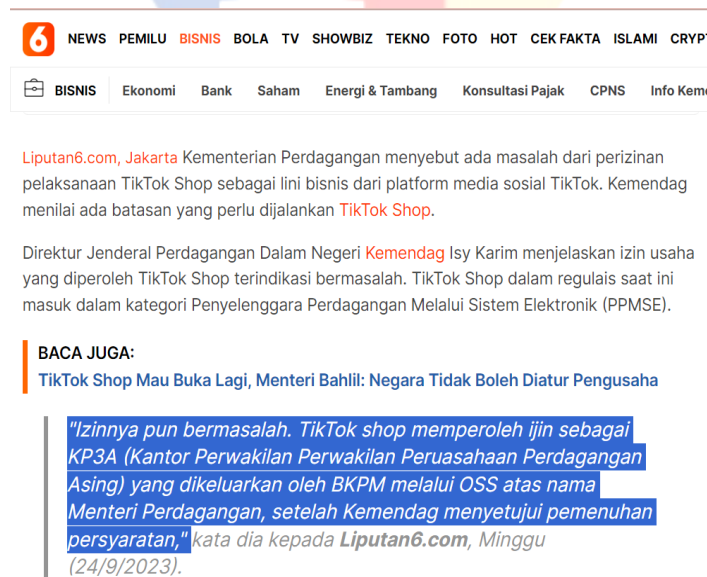
**Gambar 1. 5 Pernyataan Salah Satu Alasan Tiktok Shop Harus Ditutup**



Sumber : *kompas.tv.2023*

Masalah lainnya adalah Tiktok Shop cuma memiliki izin menjadi Kantor Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing (KP3A), yang tidak memiliki hak atau kewenangan untuk melakukan kegiatan perdagangan di Indonesia. Isy Karim, Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Republik Indonesia, menjelaskan bahwa izin usaha yang dimiliki Tiktok Shop bermasalah dari sisi legalitasnya.

**Gambar 1. 6 Pernyataan Permasalahan Izin Tiktok Shop**



Sumber : *liputan6.com.2023*

Dalam hal perizinan, Tiktok juga dinilai bermasalah dalam beberapa aspek. Tiktok hanya terdaftar di Indonesia sebagai Penyedia Sistem Elektronik (PSE). Dengan diterbitkannya lisensi PSE, TikTok diizinkan untuk mengoperasikan aplikasinya secara resmi. Namun berbeda dengan PMSE, yang merupakan izin perdagangan yang transaksinya dilakukan secara online / elektronik. Izin perdagangan tersebut membuat suatu platform dapat menjalankan aplikasinya untuk perdagangan *online*. Dalam rangka mengatur bisnis di dunia digital, perizinan merupakan suatu aspek yang memiliki peran krusial bagi para pelaku usaha. Maka, Tiktok Shop perlu untuk memenuhi syarat-syarat dan mendapatkan izin PMSE dari Kemendag agar dapat beroperasi secara legal di Indonesia.

Dalam menghadirkan solusi bagi permasalahan yang telah dijelaskan diatas, pemerintah melakukan langkah perbaikan dalam hal perundang-undangan. Maka dari itu pemerintah mengambil sebuah keputusan merevisi peraturan pemerintahan yaitu Permendag 50 Tahun 2020 sebagai Permendag 31 Tahun 2023 yang membahas tentang aturan baru untuk menjalankan aktivitas jual/beli di platform online. Pada Permendag No. 31 Tahun 2023 terdapat 6 poin revisian. Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Zulkifli Hasan menyatakan bahwa tujuan aktivasi perundang-undangan dengan melihat perkembangan teknologi yang dinamis untuk menghasilkan lingkungan perniagaan elektronik yang adil, sehat, dan bermanfaat juga memperkuat *e-commerce* dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bangsa sekaligus meningkatkan keselamatan konsumen.



### Gambar 1. 7 Tujuan Adanya Permendag Nomor 31 Tahun 2023

**M**enteri Perdagangan, Zulkifli Hasan menggelar konferensi pers terkait penerbitan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 di Kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta, Rabu (27 Sep).

Mendag menyatakan, permendag ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem niaga elektronik yang adil, sehat, dan bermanfaat dengan memperhatikan perkembangan teknologi yang dinamis. Permendag ini juga bertujuan untuk mendukung pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) dalam negeri dan untuk meningkatkan perlindungan konsumen.

Mendag menambahkan, revisi Permendag 50/2020 juga dilatarbelakangi kesetaraan dalam persaingan berusaha dan ekosistem PMSE yang belum terwujud serta berkembangnya model bisnis PMSE yang berpotensi mengganggu, yakni dengan memanfaatkan data dan informasi media sosial.

Beberapa aturan utama dalam Permendag 31/2023 di antaranya pendefinisian berbagai model bisnis penyelenggara PMSE mulai dari lokapasar (marketplace) hingga social commerce. Melalui pendefinisian

Sumber : kemendag.go.id.2023

Pertama, terkait dengan penentuan model bisnis, dalam Permendag 31 tahun 2023, untuk mempermudah pengajaran dan pendampingan, model bisnis PMSE menggabungkan perdagangan sosial dan pasar lokal.

Kedua, terkait dengan harga paling kecil, Permendag 31 tahun 2023 menetapkan harga paling kecil \$100 per *item* untuk barang impor yang dijual langsung ke Indonesia oleh *vendor* yang menggunakan *platform marketplace*.

Ketiga, terkait dengan daftar positif, Permendag 31 tahun 2023 mencantumkan daftar produk dari luar negeri yang diizinkan untuk melakukan transaksi pengiriman barang lintas negara ke Indonesia dapat dilakukan secara langsung melalui *platform marketplace*.

Keempat, terkait dengan persyaratan yang diberlakukan bagi pedagang asing, Permendag 31 tahun 2023 mewajibkan pedagang dari luar negeri yang beroperasi di *e-commerce* Indonesia untuk menyediakan dokumen yang membuktikan legalitas usaha dari negara asal mereka, memenuhi kriteria seperti sertifikat SNI dan halal, mencantumkan *brand* dalam bahasa Indonesia pada produk impor, juga mencantumkan informasi tentang usul pengiriman produk.

Poin kelima terkait larangan, di mana Permendag 31 tahun 2023 menetapkan hal yang tidak diperbolehkan bagi *marketplace* serta *social commerce* dalam berperan



selaku produsen.

Poin terakhir berkaitan dengan pembatasan dalam penguasaan informasi sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. Organisasi yang berdagang melalui jaringan elektronik (PPMSE) dilarang memanfaatkan data pengguna atau konsumen untuk kepentingan perusahaan, PPMSE juga wajib untuk memastikan tidak adanya penyalahgunaan penguasaan data pengguna. Keenam poin revisian tersebut belum pernah diatur dalam Permendag 50/2020.

Menurut Permendag 31/2023, situs media sosial seperti Tiktok Shop hanya diperbolehkan untuk mempromosikan produk atau layanan, sehingga tidak diizinkan untuk melakukan bisnis pembayaran. Sehingga, dampak dari Undang-Undang tersebut adalah terganggunya keberlangsungan usaha pedagang lokal yang masih menggunakan metode konvensional, dimana transisi migrasi pada metode penjualan yang (mungkin) sedang terjadi di kalangan pedagang lokal terganggu oleh disrupsi *social commerce* yang operasionalisasinya berjalan lancar.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Data dari kajian tentang social commerce khususnya Tiktok Shop, yang merupakan salah satu isu yang menyebabkan perubahan Permendag No. 31 Tahun 2023 menjadi subjek utama penelitian ini. Dengan demikian, rumusan masalah penelitian ini meliputi:

1. Bagaimana dampak kesulitan pedagang atau pengusaha dalam mendapatkan komoditas barang dagang terhadap kelangsungan usahanya dalam konteks adanya Permendag 31 Tahun 2023?
2. Bagaimana dampak tingkat keuntungan pedagang dan pengusaha terhadap kelangsungan usahanya dengan adanya Permendag 31 Tahun 2023?
3. Bagaimana dampak kemudahan dalam menjangkau konsumen terhadap kelangsungan usaha dalam konteks adanya Permendag 31 Tahun 2023?
4. Bagaimana dampak kesulitan pedagang atau pengusaha dalam mendapatkan komoditas barang dagang terhadap keuntungan dengan adanya Permendag 31

tahun 2023? (hubungan antara variabel 1 dan 2)

5. Bagaimana dampak kemudahan dalam menjangkau konsumen terhadap keuntungan usaha dalam konteks adanya Permendag 31 Tahun 2023? (hubungan variabel 3 dan 2)

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berikut ini adalah tujuan penelitian yang ditentukan berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya :

1. Untuk mengetahui dampak kesulitan pedagang atau pengusaha dalam mendapatkan komoditas barang dagang terhadap kelangsungan usahanya dalam konteks adanya Permendag 31/2023.
2. Untuk mengetahui dampak tingkat keuntungan pedagang dan pengusaha terhadap kelangsungan usahanya dengan adanya Permendag 31/2023.
3. Untuk mengetahui dampak kemudahan dalam menjangkau konsumen terhadap kelangsungan usaha dalam konteks adanya Permendag 31/2023.
4. Untuk mengetahui dampak kesulitan pedagang atau pengusaha dalam mendapatkan komoditas barang dagang terhadap keuntungan dengan adanya Permendag 31/2023.
5. Untuk mengetahui dampak kemudahan dalam menjangkau konsumen terhadap keuntungan usaha dalam konteks adanya Permendag 31/2023.

### **1.4 Batasan Penelitian**

Empat kriteria berikut akan digunakan oleh penulis untuk membatasi ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini :

1. Fokus penelitian adalah pada konteks revisian Permendag 50 Tahun 2020 menjadi Permendag 31 Tahun 2023 terkait *social commerce*, poin revisi ke-5 (lima).
2. Penelitian dilakukan pada periode waktu tahun 2023 pasca diberlakukannya Permendag 31 Tahun 2023.
3. Penelitian membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kelangsungan usaha

pasca Permendag 31 Tahun 2023.

4. Sampel untuk penelitian ini terbatas pada Medan, salah satu kota besar dengan tingkat aktivitas kewirausahaan yang signifikan yang terletak jauh dari ibu kota.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Riset ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang berarti melalui analisis eksplanatori tentang faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) pasca diterapkannya Permendag No. 31 Tahun 2023. Temuan penelitian ini juga dimaksudkan untuk menambah pengetahuan dan memberikan wawasan tentang bagaimana ilmu pengetahuan akan tumbuh di masa depan, yang kemudian dapat digunakan sebagai landasan untuk penelitian lebih lanjut.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diperkirakan dapat menyampaikan manfaat yang signifikan dan bermanfaat secara praktis bagi berbagai pihak, sebagai berikut::

1. Bagi Regulator, dalam hal tersebut pemerintah selaku regulator yang menangani permasalahan perdagangan khususnya perdagangan online. Maka itu penelitian tersebut dapat memberikan manfaat misalnya, melindungi pedagang lokal maupun UMKM lokal, mencegah persaingan usaha yang kurang adil dan memperkuat perlindungan konsumen dan pedagang nasional.
2. Bagi Akademisi, penelitian tersebut dapat membantu dalam hal menambah pengetahuan mengapa platform tersebut dilarang, menjadi sumber referensi, pengetahuan dan informasi tambahan dalam pengembangan penelitian selanjutnya yang berkaitan.
3. Bagi Masyarakat, diharapkan akan memberikan wawasan kepada publik tentang keputusan pembelian di masa depan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian dikelompokkan menjadi lima bab dengan pokok pembahasan yang berbeda-beda namun berkaitan untuk lebih memahami penelitian dengan sistem penulisan berikut ini :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Subbab tentang latar belakang masalah, formulasi, tujuan, dan keuntungan, serta kerangka tertulis yang menjadi dasar penelitian ini, termasuk dalam bab tersebut.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Kerangka kerja yang mendukung hipotesis dan teori-teori lain yang berkaitan dengan masalah penelitian dibahas dalam bab ini. Selanjutnya, bab tersebut menawarkan ringkasan penelitian sebelumnya yang dapat digunakan sebagai panduan untuk studi saat ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Rencana penelitian, lokasi dan jadwal penelitian, populasi target dan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, serta teknik dan metode analisis data semuanya tercakup dalam bab tersebut.

### **BAB IV ANALISIS PENELITIAN**

Masalah yang dilihat dan hasil data analisis yang dilakukan untuk penelitian ini dibahas dalam bab tersebut.

### **BAB V PENUTUP**

Bab tersebut menyajikan kesimpulan dan saran bagi mereka yang tertarik dengan penelitian ini.