

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi (Revolusi Industri 4.0) tidak hanya sekadar pesat, tetapi juga menandai perubahan mendasar dalam cara kita menjalani kehidupan sehari-hari.¹ Sistem informasi kini tidak hanya dianggap sebagai kebutuhan esensial, melainkan suatu fondasi utama dalam pelaksanaan berbagai aktivitas. Ketika teknologi dimanfaatkan dengan bijaksana, potensinya untuk menghasilkan informasi yang akurat sangat besar.²

Perkembangan teknologi yang terjadi dengan cepat ini tidak hanya memengaruhi aspek tertentu, melainkan meluas ke berbagai bidang kehidupan manusia. Salah satu inovasi paling mencolok adalah pertumbuhan yang pesat dalam teknologi internet. Pengaruh teknologi internet tidak hanya terbatas pada bidang teknologi itu sendiri, melainkan juga memberikan dampak yang signifikan pada sektor ekonomi. Era baru dalam ekonomi modern, yang akrab disebut sebagai ekonomi digital, telah membuka pintu untuk peluang baru dalam usaha, bisnis, dan perdagangan.³

Bisnis *online* membuka peluang baru bagi berbagai kalangan, baik pengusaha baru maupun yang sudah memiliki basis dalam dunia bisnis. Inovasi

¹ Siti Annisa Parinda, M. S., "Pentingnya Inovasi dan Pemanfaatan Teknologi dalam Keberagaman Dunia Bisnis, *Majalah Ilmiah Inspiratif*", Vol. 9, No. 16 (2023), hlm. 44-60.

² Ai Nur Sa'adah, A. R., "Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok," *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, Vol. 2, No. 5 (2022), hlm. 131-140.

³ Hamdan, "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada Kewirausahaan demi Kemandirian Ekonomi", *Journal of Nusamba*, Vol. 3, No.2 (2018), hlm. 5.

teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah mengubah paradigma bisnis tradisional.⁴ Bisnis *online* memfasilitasi transaksi jual-beli tanpa dibatasi oleh batasan geografis, memungkinkan penjual dan pembeli untuk berinteraksi dan melakukan transaksi di seluruh dunia,⁵ hambatan geografis tidak lagi menjadi penghalang dalam pelaksanaan bisnis. Jarak fisik tidak lagi menjadi kendala yang membatasi aksesibilitas dan konektivitas.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan pengakuan resmi terhadap peran penting pemanfaatan teknologi informasi dalam perdagangan dan pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini diarahkan untuk menjamin kesejahteraan masyarakat melalui transformasi positif yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi.

Revolusi Industri 4.0 mempengaruhi sektor perekonomian secara luas. Perkembangan teknologi, terutama di bidang telekomunikasi, telah memudahkan penggunaan internet dalam aktivitas sehari-hari. Perubahan signifikan terlihat dalam kebiasaan bertransaksi jual-beli. Perusahaan-perusahaan perdagangan elektronik besar seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, TikTok Shop dan lainnya hadir dengan aplikasi perdagangan elektronik, yang membuat transaksi jual beli lebih efisien dan cepat.⁶

Pesatnya perkembangan teknologi di Indonesia menghadirkan sejumlah tantangan, terutama bagi pusat perbelanjaan atau perusahaan retail

⁴ Rozama dan Nia Anggraini, 2023, *Statistik E-Commerce 2019*, Jakarta, Badan Pusat Statistik, hlm. 11.

⁵ Budhijanto dan Danrivanto, 2019, *Cyber Law & Revolusi Industri 4.0*, Bandung, Logoz Publisihing, hlm. 182.

⁶ Lubis dan Andi Fahmi, 2017, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, hlm. 61.

yang masih mengandalkan penjualan barang konvensional di toko fisik mereka. Perubahan preferensi masyarakat ini menyebabkan beberapa mal di Indonesia mengalami sepi, karena terjadi pergeseran minat konsumen yang lebih memilih memanfaatkan e-commerce karena kemudahan dalam proses transaksi jual beli.

Perubahan ini juga memiliki implikasi yang berdampak pada sektor perdagangan secara *offline*. Pertumbuhan bisnis *online* menyebabkan penurunan aktivitas ekonomi di pasar tradisional, bahkan memaksa sebagian perusahaan yang sebelumnya fokus pada pemasaran *offline* untuk beradaptasi dan beralih ke pemasaran *online*. Beberapa cabang perusahaan yang sebelumnya bisa *offline* terpaksa harus ditutup karena perkembangan pesat bisnis *online*. Kondisi ini menuntut penyesuaian dan adaptasi berbagai pihak terhadap perubahan yang dibawa oleh Revolusi Industri 4.0.⁷

Perkembangan teknologi telah membawa dampak yang sangat signifikan, menghadirkan konsekuensi baik dan buruk dalam konteks ekonomi digital. Dampak positifnya terlihat melalui kontribusi *e-commerce* dalam mendorong perdagangan impor dan ekspor Indonesia. *E-commerce* memungkinkan transaksi lintas batas dengan cakupan geografis dan temporal yang tak terbatas, memberikan peluang bisnis yang lebih luas dan mendukung

⁷ Avriyanti dan Shinta, "Peran *E-Commerce* untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0 (studi pada UKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi, usaha kecil dan menengah Kabupaten Tabalong)", *PubBis: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1 (2020), hlm. 83-99.

pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, *e-commerce* juga telah meningkatkan aktivitas perdagangan di dalam negeri secara mencolok.

Sisi negatifnya juga tidak dapat diabaikan. Sejak tahun 1999 hingga 2015, masa pertumbuhan *e-commerce* ini turut diwarnai oleh perilaku tidak bertanggung jawab sejumlah individu yang terlibat dalam berbagai bentuk penipuan. Beberapa di antaranya memasarkan produk tanpa memastikan pengiriman kepada konsumen, menghasilkan sejumlah kasus penipuan terkait pembayaran produk tanpa adanya pengiriman, atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diiklankan. Tingkat ketidakpercayaan yang meluas di masyarakat menjadi salah satu faktor yang merusak stabilitas ekonomi digital selama periode tersebut.⁸

Banyak masyarakat di Indonesia terutama kalangan milenial cenderung mengadopsi sikap hidup yang lebih hedonistik, terutama karena kemudahan yang diberikan oleh kemajuan teknologi informasi. Dalam perkembangannya, generasi milenial dapat dengan mudah memenuhi berbagai kebutuhan konsumtif, seperti pakaian, makanan, perawatan kulit, kosmetik, dan produk lainnya, melalui berbagai platform *e-commerce* yang semakin berkembang pesat.

Pada awal tahun 2020 ketika pandemi Covid-19 melanda Indonesia dan negara-negara lain, situasi ekonomi mengalami penurunan signifikan. Banyak usaha harus menutup pintu mereka karena dampak pandemi yang

⁸ Jusuf, D. I., 2018, *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*, Yogyakarta, Penerbit ANDI, hlm. 40.

meluas. Sementara itu, pembatasan aktivitas di luar rumah mendorong masyarakat untuk beraktivitas di rumah, seperti bekerja dari rumah (*Work From Home*/WFH). Meskipun pembatasan ini menyebabkan banyak orang merasa bosan dan kehilangan kegiatan seperti berbelanja di mal atau pusat perbelanjaan, perkembangan teknologi memberikan solusi melalui kemudahan pembelian *online* melalui platform *e-commerce*.⁹

Dalam perkembangan zaman yang terus berlanjut, *e-commerce* tidak hanya menjadi tren lokal, tetapi juga fenomena global yang mengubah cara masyarakat berbelanja dan bertransaksi. Seiring dengan itu, aplikasi hiburan seperti TikTok menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang mencari kesenangan dari rumah. TikTok, sebagai aplikasi video pendek yang populer secara internasional, memberikan pengguna kesempatan untuk berkreasi dengan video singkat yang dilengkapi berbagai fitur menarik.

Kehadiran fitur TikTok Shop sebagai bagian dari ekosistem *e-commerce* menimbulkan tantangan tersendiri, terutama bagi pedagang yang masih beroperasi secara *offline* atau di toko fisik. Perkembangan ini menggambarkan kompleksitas dinamika antara teknologi digital, hiburan *online*, dan perubahan perilaku konsumen dalam konteks pandemi yang terus berlangsung.

Seiring dengan permasalahan mengenai perkembangan pesat Industri 4.0, pemerintah Indonesia menanggapi perubahan tersebut dengan

⁹ Lukito, I., "Tantangan Hukum dan Peran Pemerintah dalam Pembangunan *E-Commerce*", *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, Vol. 11, No. 3 (2017), hlm. 349-367.

menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Langkah ini didasarkan pada kebutuhan mendesak untuk mengikuti kemajuan teknologi yang begitu cepat, terutama penyebaran luas dan penggunaan media sosial dalam aktivitas perdagangan. Tujuannya adalah untuk memberikan dorongan lebih kuat pada pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah serta pelaku usaha perdagangan yang beroperasi melalui platform elektronik di dalam negeri.¹⁰ Selain itu, perubahan aturan ini diarahkan untuk melindungi hak-hak konsumen dengan lebih efektif, mendukung pertumbuhan perdagangan yang semakin pesat melalui platform elektronik, dan mengakomodasi perubahan teknologi yang terus berkembang dan dinamis.¹¹

Konteks ini menuntut agar regulasi lebih responsif dan efektif terhadap perubahan-perubahan cepat yang terjadi dalam teknologi dan pola perdagangan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan iklim perdagangan yang sehat, adil, dan transparan di era di mana perdagangan melalui sistem elektronik telah menjadi bagian integral dari aktivitas ekonomi masyarakat. Efektivitas hukum merujuk pada kemampuan sistem hukum untuk secara efisien mewujudkan tujuannya. Secara lebih rinci, efektivitas hukum

¹⁰ Friadi dan John, "Sosialisasi dan Penyuluhan Strategi Pemasaran Digital pada UMKM *Baby Smart* Bubur Bayi Berbasis *E-Commerce*", *Jurnal Pengabdian Bareleng*, Vol. 4, No. 1 (2022), hlm. 71-77.

¹¹ Effendi, Basri, "Pengawasan dan Penegakan Hukum terhadap Bisnis Digital (*E-Commerce*) oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat", *Syiah Kuala Law Journal*, Vol, 4, No. 1 (2020), hlm. 21-32.

mencakup kemampuan hukum dalam menghasilkan hasil yang sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang ingin diperjuangkan. Dengan kata lain, efektivitas hukum merupakan cermin dari sejauh mana hukum dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap masyarakat.

Mengukur efektivitas hukum bukanlah tugas yang sederhana. Hal ini disebabkan oleh kompleksitas dan dinamika sistem hukum itu sendiri, yang melibatkan berbagai faktor seperti perubahan sosial, perkembangan teknologi, dan tuntutan masyarakat yang terus berkembang. Pemahaman terhadap tujuan hukum yang mendasari setiap peraturan dan kebijakan menjadi kunci utama dalam mengevaluasi sejauh mana hukum berhasil mencapai hasil yang diinginkan.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis ingin meneliti secara mendalam mengenai Efektivitas Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 mengenai Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam mengendalikan aktivitas perdagangan melalui media sosial. Melalui penelitian ini, tujuannya adalah untuk menilai sejauh mana efektivitas peraturan ini dalam menanggapi permasalahan yang timbul saat ini, salah satu contohnya terkait dengan larangan penggunaan TikTok Shop untuk berjualan dan melakukan transaksi di Indonesia.

Serta, penelitian mengenai efektivitas regulasi ini membantu memastikan bahwa aturan yang ada dapat memberikan dukungan yang sesuai bagi UKM dalam menjalankan aktivitas perdagangan mereka baik melalui

media sosial maupun secara *offline*. Regulasi yang efektif akan memudahkan akses, memberikan perlindungan, dan mendorong pertumbuhan UKM.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah di atas, maka dalam penelitian ini yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Sejah mana efektivitas Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 31/2023 dalam mengendalikan penggunaan media sosial untuk berjualan dan melakukan transaksi di Indonesia?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 31/2023 dalam mengendalikan aktivitas perdagangan baik melalui media sosial maupun secara *offline*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah tujuan akhir dari suatu studi, berfungsi sebagai penunjuk arah agar penelitian tetap fokus dan sesuai hingga mencapai hasil yang diinginkan. Dalam penelitian ini, penulis memiliki tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan, yaitu:

1. Untuk menilai dan menganalisis efektivitas implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 dalam mengendalikan penggunaan media sosial untuk kegiatan berjualan dan transaksi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana regulasi ini mampu mengontrol dan mengarahkan aktivitas

perdagangan melalui media sosial, serta potensi dampaknya terhadap ekosistem perdagangan.

2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 dalam mengendalikan aktivitas perdagangan, baik melalui media sosial maupun secara *offline*. Tujuan ini adalah untuk mendalami pemahaman terhadap variabel-variabel yang dapat memengaruhi efektivitas regulasi dalam mengontrol praktik perdagangan di berbagai platform.

D. Manfaat Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini bertujuan untuk memecahkan permasalahan dan menguraikan temuan dari penelitian tersebut agar bisa dijadikan acuan dan dasar hukum sesuai permasalahan yang dibutuhkan. Dua aspek manfaat penulisan secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat membantu mengembangkan dan memperkaya teori hukum terkait regulasi perdagangan dalam konteks teknologi modern, khususnya pengaruhnya pada media sosial dan masyarakat UKM. Serta, penelitian ini akan memberikan kontribusi konseptual tentang bagaimana regulasi dapat mempengaruhi perdagangan melalui media sosial dan masyarakat UKM, memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika bisnis saat ini.

2. Secara Praktis

Penelitian Hasil penelitian dapat memberikan masukan berharga untuk penyusunan kebijakan yang lebih efektif dan sesuai dengan tuntutan zaman terkini terkait perdagangan melalui media sosial dan masyarakat UKM. Serta, memberikan panduan kepada pelaku bisnis, terutama UKM, dalam memahami dan mematuhi regulasi perdagangan, membantu mereka menjalankan usaha secara sah dan etis dalam lingkungan digital.