

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dampak e-commerce terhadap perekonomian Indonesia sangat signifikan. PDB Indonesia telah memperoleh banyak manfaat dari ekonomi digital, khususnya e-commerce (Pratiwi, 2023). Terutama di era Industri 4.0 yang akan datang, ekspansi e-commerce di Indonesia diantisipasi akan menciptakan peluang bisnis baru bagi generasi muda (Azzery, 2022). Karena sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki pendidikan minimal dan bekerja di usaha kecil, baik tradisional maupun kontemporer, UMKM selalu digambarkan sebagai bagian penting dari kemajuan ekonomi negara. Salah satu inisiatif pemerintah untuk meningkatkan perekonomian lokal adalah pertumbuhan UMKM.

Baru-baru ini, penutupan TikTok Shop telah menimbulkan kekhawatiran serius di sektor e-commerce. Aplikasi berbagi video TikTok menciptakan platform e-commerce TikTok Shop, yang telah memberikan banyak peluang kepada pengguna dan perusahaan untuk berbelanja dan berjualan secara online. Namun, pengguna dan perusahaan di sektor e-commerce sangat terdampak oleh penutupan TikTok Shop. Bagi pengguna, penutupan tersebut dapat berarti kehilangan akses ke beragam produk unik dan menarik yang biasanya tersedia di TikTok Shop. Hal ini berpotensi membuat pengguna merasa kecewa dan harus mencari alternatif lain untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan (Maulid Yusuf et al., 2024). Karena diskon besar yang tersedia dan demografi target yang lebih luas yang memungkinkan bisnis online untuk menghasilkan keuntungan besar, banyak pelanggan lebih memilih berbelanja di TikTok Shop. Kementerian Komunikasi dan Informatika melaporkan bahwa 3,79 juta UMKM telah mendaftar di platform e-commerce, banyak di antaranya telah berekspansi ke TikTok Shop (Yuliana, 2017).

Namun pemerintah melalui kementerian perdagangan telah mengeluarkan kebijakan melarang/ menghentikan penggunaan TikTok Shop sebagai e-commerce.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pengembangan, dan Pengawasan Pelaku Usaha di Bidang Perdagangan Elektronik menguraikan peraturan yang melarang penggunaan TikTok Shop. Larangan ini didefinisikan dalam Pasal 1, nomor 17, sebagai perusahaan media sosial yang menawarkan fitur, menu, dan fasilitas khusus yang memungkinkan pedagang untuk mengirimkan penawaran produk atau jasa. Selain itu, perdagangan sosial diakui sebagai model bisnis yang layak bagi perusahaan perdagangan elektronik lokal dan internasional, Berdasarkan Pasal 2, ayat 3, pelanggaran TikTok Shop berasal dari Pasal 21, ayat 2, yang membahas pelanggaran pasar dan perdagangan sosial karena bertindak

sebagai produsen, dan Pasal 3, yang melarang perdagangan sosial untuk memungkinkan transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya. Jika TikTok terus menawarkan opsi pembayaran di dalam aplikasinya, maka TikTok menjadi bisnis perdagangan sosial yang dilarang. Pelarangan aktivitas jual beli pada social-commerce ini malah akan menimbulkan persaingan usaha tidak sehat karena akan terciptanya barrier to entry bagi pelaku usaha online yang telah tergabung dalam TikTok Shop dengan harus berpindah ke e-commerce lain atau ke pasar offline (Sudiarto, 2020). Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah mengamanatkan bahwa tindakan yang menyebabkan terjadinya monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dilarang untuk dilakukan dengan pendekatan yuridis secara rule of reason yang mengatakan bahwa analisa ekonomi harus diketahui terlebih dahulu akibatnya dari perbuatan yang dilakukan menyebabkan mendorong atau menghambat persaingan usaha

sehat (Putra, 2016). Kebijakan Menteri Perdagangan nomor 31 tahun 2023

berdampak positif dan negative terutama bagi UMKM yang mempromosikan jualannya dan menjadikan TikTok Shop sebagai pasar dalam menjual produknya. Untuk mengetahui secara jelas dan detail dampak kebijakan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2023 Perabot Mama adalah salah satu akun TikTok yang menjual perlengkapan dapur dan rumah tangga. Menurut data yang diperoleh perabot mama biasanya menjual hingga 50 produk per hari sebelum adanya penutupan TikTok Shop, namun setelah penutupan TikTok Shop ini, perabot mama hampir tidak mendapatkan orderan di TikTok Shop.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh pembeli software computer dengan nama usaha CV Citra Selaras. Mengatakan bahwa sebelum TikTok Shop ditutup ia dengan mudah mendapatkan sparepart dengan harga yang murah/terjangkau, namun sejak ditutup TikTok shop ia mengalami kesulitan

dalam mengorder sparepart computer dengan harga terjangkau, akhirnya ia kehilangan pelanggan dan komset perbulan menurun drastis. Kedua contoh kasus di atas menunjukkan bahwa penutupan TikTok Shop berdampak buruk pada dunia yang mengandalkan belanja online lewat TikTok shop. Bertolak

dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Kebijakan Penutupan Tik Tok Shop Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kota Kupang”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yaitu sebagai berikut: Bagaimana Dampak positif dan negatif Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Tentang Penutupan TikTok Shop Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah(Umkm) Di Kota Kupang”?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui Dampak positif dan negatif Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Tentang Penutupan

TikTok Shop Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah(Umkm) Di Kota Kupang”.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini tentunya bukan hanya untuk penulis semata melainkan untuk akademis dan masyarakat. Jika diuraikan manfaat yang akan didapat secara teoritis dan secara praktisnya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan dalam kajian bisnis dampak kebijakan analisis.

2. Manfaat secara Praktis

Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan tentang bagaimana pentingnya kebijakan ini terhadap pengembangan UMKM dalam negeri.