



JIHHP: Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik

E-ISSN: 2747-1993
P-ISSN: 2747-2000<https://dinastirev.org/JIHHP> ✉ dinasti.info@gmail.com ☎ +62 811 7404 455DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Larangan Memfasilitasi Transaksi Pembayaran Sistem Elektronik pada Peraturan Menteri Perdagangan nomor 31 Tahun 2023 Perspektif *Maslahah Mursalah* (Studi Kasus pada *Social Commerce*)

Faishal Nurallamsyah¹, Mustapa Khamal Rokan²¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, faishal0204191009@uinsu.ac.id²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, mustafarokan@uinsu.ac.idCorresponding Author: faishal0204191009@uinsu.ac.id

Abstract: *This study discusses the restrictions on enabling electronic payment transactions as outlined in the Minister of Trade Regulation Number 31 of 2023, with an emphasis on how this regulation impacts Indonesian social commerce platforms such as Facebook Shop, Instagram Shop, and TikTok Shop. Social commerce has grown rapidly along with the increasing use of social media as a means of marketing and sales. However, this regulation prohibits these platforms from facilitating direct payment transactions, is to protect Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) from unfair trade practices while increasing security and transparency. Using the statue approach and conceptual approach, normative legal research methodology is used. The research findings show that Facebook Shop and Instagram Shop have complied with the regulation by removing the direct shopping feature and directing users to the official website to complete transactions. In contrast, TikTok Shop experienced a temporary closure, then reopened its social commerce feature, resulting in non-compliance with the regulation. Based on the perspective of *maslahah mursalah*, it shows that this regulation seeks to create balance in the electronic commerce ecosystem and provide benefits to the wider community. It is hoped that this study will explain how the regulation has influenced the growth of social commerce and the protection of MSMEs in Indonesia, as well as how the regulation contributes to a more sustainable and equitable social commerce policy.*

Keywords: *Electronic Transaction Prohibition, Minister of Trade Regulation 31/2023, Social Commerce, Maslahah Mursalah.*

Abstrak: Penelitian ini membahas pembatasan dalam mengaktifkan transaksi pembayaran elektronik sebagaimana diuraikan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, dengan penekanan pada bagaimana peraturan ini berdampak pada platform perdagangan sosial Indonesia seperti Facebook Shop, Instagram Shop, dan TikTok Shop. *Social commerce* telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran dan penjualan. Namun, regulasi ini melarang platform-platform tersebut untuk memfasilitasi transaksi pembayaran langsung, adalah untuk melindungi Usaha Mikro, Kecil,

dan Menengah (UMKM) dari praktik perdagangan yang tidak adil sekaligus meningkatkan keamanan dan transparansi. Dengan menggunakan *statue approach* dan *conceptual approach*, metodologi penelitian hukum normatif digunakan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Facebook Shop dan Instagram Shop telah mematuhi regulasi dengan menghapus fitur belanja langsung dan mengarahkan pengguna ke situs resmi untuk menyelesaikan transaksi. Sebaliknya, TikTok Shop mengalami penutupan sementara, kemudian membuka kembali fitur *social commerce*-nya sehingga mengakibatkan ketidakpatuhan terhadap aturan tersebut. Berdasarkan perspektif *masalah mursalah* menunjukkan bahwa regulasi ini berupaya menciptakan keseimbangan dalam ekosistem perdagangan elektronik dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Diharapkan bahwa studi ini akan menjelaskan bagaimana regulasi tersebut telah memengaruhi pertumbuhan *social commerce* dan perlindungan UMKM di Indonesia, serta bagaimana regulasi tersebut berkontribusi pada kebijakan perdagangan sosial yang lebih berkelanjutan dan adil.

Kata Kunci : Larangan Transaksi Elektronik, Permendag 31/2023, Social commerce, Masalah mursalah.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mengubah cara orang dan organisasi berkomunikasi dan bekerja sama. Dunia bisnis telah terdampak secara signifikan oleh meningkatnya penggunaan media sosial dan internet di Indonesia. Kemungkinan untuk model bisnis *e-commerce* baru, atau "*social commerce*" telah tercipta oleh semakin populernya platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter (Ida, 2020). Konsep *social commerce* telah menjadi fenomena yang signifikan dalam industri *e-commerce*. *Social commerce* menggabungkan media sosial dan *e-commerce* untuk memfasilitasi pembelian dan penjualan produk secara *online* (Suripto, 2023). Fenomena *social Commerce* menjadi salah satu tren yang tidak bisa dihindari. Berdasarkan Pasal 1 Ayat 7 Peraturan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang *social commerce* terkait dengan Perizinan Berusaha, Periklanan, Penyuluhan, dan Pemantauan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. (Selanjutnya disebut Permendag 31/2023) (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2023), adalah platform jejaring sosial yang menawarkan alat dan fitur spesifik yang memungkinkan bisnis menjual produk atau layanan (Isal & Sidik, 2023). *Social commerce* memungkinkan pengusaha memanfaatkan kehadiran media sosial untuk memperluas basis pelanggan mereka, lebih banyak berinteraksi dengan pelanggan, dan mendongkrak penjualan produk atau layanan.

Dalam beberapa tahun terakhir, *social commerce* telah berkembang pesat. Menurut riset terbaru, Indonesia memiliki sejumlah platform *social commerce* yang terkenal. Platform yang paling populer adalah TikTok Shop, diikuti oleh Facebook Shop dan Instagram Shop (Yenny, 2022).

Tabel 1. Data *Social Commerce* di Indonesia Tahun 2023

Social Commerce	Pengguna	Pelaku Usaha
Tiktok Shop	109,9 juta pengguna	20,87%
Facebook Shop	130,5 juta pengguna	33,46%
Instagram Shop	105,2 juta pengguna	28,74%

Sumber : katadata.co.id (Septiani, 2024)

Di Indonesia, Dalam beberapa tahun terakhir, *social commerce* telah berkembang pesat. Platform seperti TikTok Shop telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat karena mempermudah pembelian dan penjualan barang secara daring. Namun, dengan pesatnya perkembangan ini, muncul berbagai tantangan dan kebutuhan akan regulasi yang tepat untuk melindungi konsumen dan memastikan persaingan usaha yang sehat.

Sesuai dengan Pasal 21 ayat 3, “PPMSE dengan model bisnis *Social Commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran dalam Sistem Elektroniknya.” Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 merupakan salah satu regulasi yang diterbitkan untuk mengatur transaksi pembayaran dalam sistem elektronik (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2023). Regulasi ini melarang platform *social commerce* untuk memfasilitasi transaksi pembayaran, dengan tujuan untuk meningkatkan keamanan dan transparansi dalam transaksi *online*. Namun, penerapan regulasi ini menimbulkan berbagai reaksi dari pelaku usaha *social commerce*, termasuk TikTok Shop, yang merasa bahwa aturan ini dapat menghambat operasional mereka.

Pertanggal 25 September 2023, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 secara resmi ditetapkan Beberapa platform *social commerce* telah menyesuaikan diri dengan aturan baru ini. Misalnya, Facebook Shop dan Instagram Shop telah memisahkan fitur *social commerce* mereka dari fitur transaksi pembayaran. Mereka hanya menyediakan fasilitas untuk promosi produk tanpa memfasilitasi transaksi jual-beli langsung di platform mereka. Di sisi lain, TikTok Shop menjadi sorotan utama karena tidak sepenuhnya mematuhi aturan ini. TikTok Shop masih memfasilitasi transaksi pembayaran di platformnya, yang melanggar ketentuan Permendag No. 31 Tahun 2023. Akibatnya, pemerintah Indonesia telah mengambil tindakan tegas dengan menutup TikTok Shop pada awal Oktober 2023.

TikTok Shop merupakan platform *social commerce* yang terintegrasi dalam aplikasi TikTok, dirancang untuk menggabungkan media sosial dan belanja daring. Pengguna dapat menemukan, mengeksplorasi, dan membeli produk langsung melalui aplikasi. Transaksi seperti jual beli daring dilarang di aplikasi media sosial TikTok. Namun, fungsi TikTok Shop kemudian ditambahkan kembali ke jaringan media sosial TikTok. Hubungan strategis senilai US\$1,5 miliar antara TikTok dan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GoTo) menandai keberadaan TikTok Shop sehingga aspek perdagangan sosial TikTok Shop dapat kembali berjalan. Meski demikian, fungsi TikTok Shop tidak banyak berubah. Transaksi dapat diselesaikan di aplikasi yang sama, dan TikTok Shop tetap menjadi bagian dari media sosial TikTok (Damayanti, 2023).

Sedangkan, Instagram Shop merupakan layanan yang memungkinkan pengguna untuk menjual dan membeli barang langsung dari Instagram. Bisnis atau pengecer daring dapat menggunakan fitur ini untuk menandai produk di artikel mereka sehingga pelanggan dapat melihat detail produk dan melakukan pembelian langsung. Dengan menggunakan Instagram Shop, pelanggan dapat membaca katalog produk dan melihat gambar, deskripsi, harga, dan detail lebih lanjut tentang barang yang telah ditandai oleh perusahaan. Pengguna akan dibawa ke halaman di luar Instagram untuk menyelesaikan pembelian setelah mengklik tombol “*Beli Sekarang*” (Biteship, 2023).

Facebook Shop merupakan layanan yang memungkinkan pengguna untuk membuat etalase toko daring yang terhubung ke situs media sosial seperti Instagram dan Facebook. Bisnis dapat menggunakan Facebook Shop untuk menawarkan barang dagangan mereka kepada konsumen secara daring. Dengan bantuan alat ini, bisnis dapat menambahkan barang dagangan ke koleksi produk, memilih produk mana yang akan ditampilkan, dan menggunakan font dan warna yang dapat disesuaikan untuk menceritakan kisah. Selain itu, perusahaan dapat menggunakan Instagram Direct, WhatsApp, atau Messenger untuk berkomunikasi langsung dengan klien guna melacak pengiriman, mengajukan pertanyaan, dan menerima dukungan (Febriana, 2022).

Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan prinsip *masalah mursalah*, yaitu prinsip dalam hukum Islam yang menekankan pada kemaslahatan umum (Miswanto, 2018). Prinsip ini dapat menjadi landasan dalam mengevaluasi apakah regulasi ini benar-benar meningkatkan kemanfaatan bagi masyarakat.

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Moody Rizqy Syailendra dan Inayah Fasawwa Putri yang berjudul Kajian Hukum Mengenai Perlindungan UMKM dan Efektivitas Permendag

No. 31 Tahun 2023 tentang Social Commerce TikTok Shop, kajian ini mengkaji bagaimana Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 tentang Perlindungan UMKM dan Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 tentang Social Commerce TikTok Shop dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia, melindungi UMKM dan efektivitasnya terhadap *social commerce*, khususnya TikTok Shop. Penelitian ini menemukan bahwa peraturan tersebut memberikan perlindungan yang signifikan bagi UMKM dengan membatasi dominasi platform besar seperti TikTok Shop. Namun, efektivitas peraturan ini masih diperdebatkan karena beberapa pelaku usaha merasa terbatas dalam mengembangkan bisnis mereka di platform *social commerce* (Syailendra, Rizqy, & Putri, 2023).

Kedua, penelitian berjudul, Studi Zahra Afina Mahran dan Muhammad Hasan Sebyar, Dampak Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan Perdagangan Elektronik di Indonesia Studi ini membahas dampak Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 terhadap pertumbuhan perdagangan elektronik di Indonesia. Temuan studi menunjukkan bahwa peraturan ini membantu mendorong persaingan yang lebih sehat dalam industri perdagangan elektronik. Namun, beberapa platform *e-commerce* mengalami penurunan transaksi karena pembatasan yang diberlakukan, yang mempengaruhi pertumbuhan mereka (Mahran, Afina, & Sebyar, 2023).

Ketiga, penelitian berjudul, Isu Normatif Terkait Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 oleh Rena, Iftitah Dian Humairoh, dan Mia Rosmiawati Terkait Larangan Social-Commerce pada TikTok Shop Penelitian ini mengangkat isu normatif terkait Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, khususnya terkait larangan social commerce pada TikTok Shop. Penelitian ini menemukan bahwa peraturan tersebut menimbulkan berbagai masalah normatif, seperti ketidakjelasan dalam implementasi dan potensi konflik dengan peraturan lain. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa larangan tersebut dapat menghambat inovasi dan pertumbuhan dalam sektor *social commerce* (Rena, Humairoh, & Rosmiawati, 2023).

Persamaan dengan ketiga penelitian terdahulu tersebut adalah semua penelitian membahas tentang Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023, dan perbedaannya Penelitian pertama, berfokus pada perlindungan UMKM dan efektivitas peraturan. Penelitian kedua, berfokus pada dampak peraturan terhadap perkembangan *e-commerce* secara umum. Penelitian ketiga, berfokus pada problematika normatif dari peraturan tersebut. Dan penelitian ini berfokus pada perspektif *masalah mursalah* dan larangan memfasilitasi transaksi pembayaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis larangan memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektronik dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, dan mengkaji regulasi ini dari perspektif *masalah mursalah* terhadap platform *social commerce* yang ada di indoneisa yaitu, TikTok Shop, Facebook Shop dan Instagram Shop.

METODE

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian yuridis normatif. Metode ini berfokus pada kajian terhadap norma-norma hukum yang berlaku, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis (Soekanto & Mamudji, 2008). Dalam konteks penelitian ini, metode normatif akan digunakan untuk menganalisis Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 dan bagaimana regulasi ini diterapkan.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*), Pendekatan ini digunakan untuk menelaah berbagai peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian akan mengkaji isi dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 pasal 21 ayat 3, serta peraturan lain yang terkait dengan transaksi pembayaran pada sistem elektronik. Dan Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*), Pendekatan ini digunakan untuk memahami konsep *masalah mursalah* dalam

hukum Islam dan bagaimana konsep ini dapat diterapkan dalam konteks regulasi *social commerce*. Pendekatan ini akan membantu dalam mengkaji prinsip-prinsip dasar yang mendasari regulasi dan penerapannya (Nurhayati & Said, 2021).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah, Studi kepustakaan, dengan mengumpulkan data langsung dari Platform *social commerce* yang ada di Indonesia yaitu, Tiktok Shop, Instagram Shop, dan Facebook Shop yang dimana data platform tersebut dikumpulkan melalui observasi yang dilakukan peneliti dimulai dari bulan September 2023 dimana aturan mengenai larangan memfasilitasi transaksi pembayaran melalui sistem elektronik diterbitkan, sampai bulan September 2024. Data dikumpulkan dari berbagai literatur, termasuk buku, jurnal, artikel, dan dokumen hukum yang relevan dengan topik penelitian. Mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen resmi seperti peraturan perundang-undangan, kebijakan pemerintah, dan laporan dari platform *social commerce*.

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara kualitatif. Analisis ini akan melibatkan interpretasi terhadap peraturan perundang-undangan, konsep *masalah mursalah*, dan studi kasus. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana regulasi ini diterapkan dan dampaknya terhadap pelaku usaha *social commerce*. Dengan menggunakan metode penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dan mengevaluasi Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 dari perspektif *masalah mursalah* serta dampaknya terhadap Facebook Shop, Instagram Shop, dan TikTok Shop.

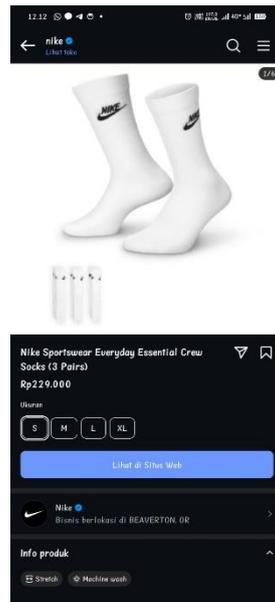
HASIL DAN PEMBAHASAN

***Social Commerce* yang Menaati Aturan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Perspektif Masalah Mursalah**

Berdasarkan hasil data observasi yang dilakukan pada tanggal 25 September 2024 pada platform media sosial, yaitu : Facebook dan Instagram. Ditemukan bahwasannya kedua platform media sosial tersebut memiliki fitur *social commerce*, yaitu : Facebook Shop yang terdapat pada gambar 1 dan Instagram Shop yang terdapat pada gambar 2. Namun, kedua platform tersebut sekarang sudah tidak lagi menyediakan fitur belanja langsung pada *social commerce*-nya.



Gambar 1 Facebook Shop @davidoutwear



Gambar 2. Instagram Shop @nike

Dalam kasus ini, kedua platform media sosial tersebut memiliki fitur *social commerce* pada platform mereka. Dan dari hasil observasi ditemukan bahwa kedua *social commerce* tersebut telah menjalankan aktifitas pada platform tersebut, PPMSE yang menggunakan model bisnis social-commerce dilarang berdasarkan Pasal 21 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 untuk melakukan transaksi pembayaran melalui sistem elektronik. Kedua platform tersebut, sudah menghilangkan fitur belanja langsung pada platform *social commerce*-nya dan menerapkan system belanja dengan cara mengklik tautan yang kemudian akan diarahkan kepada website resmi toko tersebut atau juga akan diarahkan menuju toko *e-commerce* resmi dari toko tersebut. Sehingga kedua *social commerce* tersebut sekarang sudah tidak lagi memfasilitasi transaksi pembayaran pada system elektronik mereka.

Hal ini dinilai sudah tepat dikarenakan aturan dari Permendag Nomor 31 Tahun 2024 sudah melarang untuk melakukan aktifitas belanja langsung pada media sosial mereka karena dinilai dapat merugikan UMKM yang berdagang pada pasar-pasar tradisional dan UMKM yang berdagang pada *e-commerce* konvensional. Aturan ini juga dibuat agar dapat melindungi UMKM dari potensi *predatory pricing* yang dapat terjadi dimasa depan.

Berdasarkan pada teori efektivitas hukum terhadap aturan yang berlaku (Soekanto, 2012), Secara spesifik, PPMSE (Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) yang menggunakan model bisnis perdagangan media sosial dilarang mendukung transaksi keuangan pada sistem elektroniknya berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 (Pasal 21 ayat 3). Ini menunjukkan bahwa pemerintah telah mengatur aturan yang jelas untuk menghindari praktek-praktek yang merugikan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

Aturan ini juga bertujuan untuk melindungi UMKM dari potensi *predatory pricing* yang dapat terjadi di masa depan. Dengan membatasi transaksi pembayaran langsung melalui platform media sosial, pemerintah berharap dapat mencegah praktek-praktek yang merugikan UMKM yang berdagang di pasar-pasar tradisional dan *e-commerce* konvensional. Kedua platform media sosial tersebut telah menghilangkan fitur belanja langsung dan menerapkan sistem belanja dengan cara mengklik tautan yang kemudian diarahkan ke website resmi toko atau toko *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa kedua platform tersebut telah memahami dan mengikuti peraturan yang berlaku.

Dari perspektif hukum, tindakan kedua platform tersebut dapat dipandang sebagai tindakan yang patuh dengan peraturan yang berlaku. Mereka telah mengadaptasi sistem belanja mereka untuk tidak lagi memfasilitasi transaksi pembayaran langsung melalui platform mereka, sehingga tidak melanggar aturan yang ditetapkan. Dengan demikian, perspektif hukum terhadap kasus tersebut adalah bahwa kedua platform media sosial telah melakukan tindakan yang tepat terhadap peraturan yang berlaku. Tindakan mereka untuk menghilangkan fitur belanja langsung dan menerapkan sistem belanja yang baru telah menunjukkan bahwa mereka menghargai dan mengikuti aturan yang ditetapkan untuk melindungi UMKM dari praktek-praktek yang merugikan.

Menurut *masalah mursalah* berdasarkan kebutuhannya, termasuk kedalam *Maslahah Hajjiah*, yaitu mencakup kemaslahatan yang lebih luas dan tidak terbatas pada individu, seperti menghindari penipuan dan memelihara keamanan dalam transaksi (Regawa, Madjakusumah, & Maulida, 2023). Upaya pemerintah dalam menjaga kepentingan umum dan menjaga keseimbangan ekosistem perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) menunjukkan bagaimana konsep *masalah mursalah* diterapkan dalam konteks perdagangan media sosial (*social commerce*) yang sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023. *Maslahah mursalah*, yang berarti kemaslahatan umum atau kepentingan publik, berperan penting dalam memastikan bahwa regulasi yang diterapkan tidak hanya menguntungkan segelintir pihak, tetapi juga memberikan manfaat luas bagi masyarakat.

Dalam hal ini, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 mengatur mengenai perizinan, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha di bidang perdagangan melalui sistem elektronik dalam rangka mencegah praktik usaha tidak etis dan melindungi konsumen. Diharapkan bahwa perdagangan media sosial akan berfungsi lebih adil dan transparan di bawah undang-undang baru, meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong perluasan UMKM fondasi ekonomi Indonesia.. Penerapan *masalah mursalah* dalam regulasi ini mencerminkan komitmen pemerintah untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan membawa manfaat jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan dalam ekosistem perdagangan elektronik.

Hal ini berdasarkan pada dalil yang terdapat pada Surah Al-Mutaffifin [83]: 1-3 yang artinya:

“Bila seseorang mengukur atau menimbang sesuatu untuk orang lain, ia menguranginya; bila ia mengambil takaran dari orang lain, ia menuntut agar takaran itu dipenuhi. Celaka bagi orang-orang yang curang” (QuranNUOnline.id, 2024).

Ayat ini mengingatkan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam transaksi perdagangan, yang relevan dengan perlindungan konsumen dan UMKM dari praktik yang tidak adil. Dalam konteks ini, regulasi yang melarang platform *social commerce* memfasilitasi transaksi pembayaran langsung bertujuan untuk mencegah praktik-praktik yang merugikan, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan menghilangkan fitur belanja langsung dan mengarahkan konsumen ke website resmi toko, kedua platform telah menunjukkan komitmen untuk mendukung keadilan dan transparansi dalam operasional mereka. Selain itu, penerapan konsep *masalah mursalah* dalam regulasi ini mencerminkan upaya pemerintah untuk melindungi kepentingan umum, menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan berkelanjutan, serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Secara keseluruhan, terdapat keselarasan antara pesan moral dalam hadits dan tindakan hukum untuk membangun lingkungan perdagangan yang lebih kuat dan adil.

Hal ini sesuai dengan hadist yang berkaitan tentang keutamaan berlaku adil yang terdapat didalam Hadist Shahih Muslim yang artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abi Syaibah dan Zuhair bin Harb dan Ibnu Numair mereka berkata;telah memberitahu kami Menurut Sufyan bin 'Uyainah daripada 'Amru, iaitu Ibn Dinar daripada 'Amru bin Aus daripada Abdullah bin 'Amru, Ibn

Numair, dan Abu Bakar, Rasulullah saw mendengar perkara berikut. kenyataan dalam hadisinya Zuhair: "Rasulullah s.a.w bersabda: "Sedangkan kedua tangan Allah itu merupakan hak setiap orang, khususnya orang yang menegakkan keadilan dalam hukum, dalam keluarga, dan dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Adapun orang-orang yang berlaku adil itu berada di sisi Allah di atas mimbar (panggung) yang terbuat dari cahaya, di sebelah kanan Ar Rahman 'azza wajalla"(Shahih Muslim No. 3406)" (Hadist.id, 2024).

Menurut hadits, orang yang berlaku adil akan mendapat derajat yang tinggi di sisi Allah SWT. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya berlaku adil dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam urusan dagang. Dalam konteks ini, kedua platform media sosial yang telah menghilangkan fitur belanja langsung dan menerapkan sistem belanja baru sesuai dengan regulasi menunjukkan komitmen mereka terhadap prinsip keadilan. Dengan tidak lagi memfasilitasi transaksi pembayaran langsung, mereka berupaya melindungi UMKM dari potensi kerugian akibat praktik perdagangan yang tidak sehat, seperti *predatory pricing*. Selain itu, penerapan konsep *masalah mursalah* dalam regulasi ini menegaskan bahwa langkah-langkah yang diambil tidak hanya menguntungkan segelintir pihak, tetapi juga menawarkan keuntungan bagi masyarakat luas. Dengan demikian, baik hadits maupun regulasi tersebut berkontribusi pada penciptaan ekosistem perdagangan elektronik yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan, mengedepankan kepentingan umum serta melindungi konsumen dan pelaku usaha kecil.

Social Commerce yang Tidak Menaati Aturan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Perspektif Masalah Mursalah

Berdasarkan hasil data observasi yang dilakukan pada tanggal 25 September 2024 pada platform *social media*, yaitu : Tiktok. Ditemukan bahwasannya platform *social media* tersebut memiliki fitur *social commerce*, yaitu : Tiktok Shop yang terdapat pada gambar 3. Sampai saat ini, pada Tiktok masih menyediakan fitur belanja langsung pada platform *social commerce* nya yaitu, Tiktok Shop. Ini dibuktikan dengan masih tersedianya fitur "*keranjang kuning*" pada postingan yang mempromosikan barang dagangannya di Tiktok tersebut.



Gambar 2. Tiktok Shop @aerostreet

Fitur Tiktok Shop memang sempat ditutup pada tanggal 4 Oktober 2023 seperti terdapat pada gambar 4, setelah kebijakan yang mengatur tentang *social commerce* di Indonesia yaitu Permendag Nomor 31 Tahun 2023 diterbitkan. Tetapi kemudian dibuka kembali pada tanggal 12 Desember 2023 seperti terdapat pada gambar 5, setelah tiktok melakukan integrasi dengan salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia yaitu, Tokopedia.



Gambar 4. Tiktok Shop Tutup & Buka Kembali



Gambar 5. Tiktok Shop Tutup & Buka Kembali

Dalam kasus ini, Tiktok sebagai media sosial memiliki fitur *social commerce*-nya yaitu Tiktok Shop. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan bahwasannya masih tersedianya fitur belanja langsung pada platform tiktok shop atau yang lebih dikenal dengan fitur “*keranjang kuning*”, agar konsumen tetap dapat menggunakan platform *social commerce* untuk melakukan pembayaran langsung. Berdasarkan Pasal 21 ayat 3 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, “PPMSE dengan model usaha *Social-Commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada Sistem Elektroniknya,” hal ini jelas melanggar hukum. Meski toko TikTok sempat ditutup pada 4 Oktober 2023 menyusul terbitnya aturan *social commerce*, namun kembali dibuka pada 12 Desember 2023 menyusul integrasi TikTok dengan Tokopedia, salah

satu platform *e-commerce* di Indonesia. Kendati demikian, saat ini terlihat jelas bahwa TikTok dan Tokopedia tengah berupaya untuk mengintegrasikan sistem mereka.

Seperti yang sudah jelas, integrasi ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa sistem elektronik Tokopedia adalah sistem yang menangani transaksi, meskipun transaksi tersebut dilakukan di sistem elektronik (aplikasi) TikTok. Secara sederhana, gagasan yang ingin disampaikan adalah bahwa aplikasi media sosial TikTok merupakan platform *e-commerce* yang terpisah. Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tidak membatasi jenis kegiatan tersebut.

Kementerian Perdagangan juga harus menetapkan aturan tegas yang harus dipatuhi jika operasi TikTok melalui Tokopedia Shop dianggap memberikan dampak positif dan luas. Selain untuk kelancaran operasional perusahaan, hal ini juga sebagai bentuk perlindungan konsumen, termasuk perlindungan informasi pribadi. Artinya, perlu ada standar yang jelas untuk setiap integrasi sistem yang dilakukan TikTok dan Tokopedia. Standar Nasional Open API Pembayaran (SNAP) yang telah ditetapkan Bank Indonesia memuat ketentuan khusus mengenai kegiatan integrasi Application Programming Interface (API) yang harus dipatuhi oleh penyelenggara jasa pembayaran (PJP) dan non-PJP dalam melakukan integrasi API.

Pelanggaran terhadap Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 dapat dikenai beberapa sanksi administratif yang bertujuan untuk memastikan kepatuhan dan melindungi UMKM. Berikut adalah beberapa sanksi yang dapat diterapkan (Cendra Arini, 2023):

a) Peringatan Tertulis

Pelaku usaha yang melanggar aturan ini akan menerima peringatan tertulis dari instansi terkait. Peringatan ini berfungsi sebagai teguran awal dan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperbaiki pelanggaran yang terjadi.

b) Denda Administratif

Jika pelanggaran terus berlanjut setelah peringatan tertulis, pelaku usaha dapat dikenai denda administratif. Besaran denda ini ditentukan berdasarkan tingkat pelanggaran dan dampaknya terhadap pasar dan UMKM.

c) Pemblokiran Sementara Layanan

Pelaku usaha yang tetap tidak mematuhi peraturan dapat dikenai sanksi berupa pemblokiran sementara layanan mereka. Ini berarti platform *social commerce* tersebut tidak dapat beroperasi untuk jangka waktu tertentu hingga mereka mematuhi peraturan yang berlaku.

d) Pencabutan Izin Usaha

Untuk pelanggaran yang serius atau berulang, sanksi yang lebih berat dapat diterapkan, yaitu pencabutan izin usaha. Ini berarti platform *social commerce* tersebut tidak lagi diizinkan untuk beroperasi di Indonesia.

e) Pemblokiran Permanen

Dalam kasus pelanggaran yang sangat berat atau jika pelaku usaha tidak menunjukkan itikad baik untuk mematuhi peraturan, pemblokiran permanen layanan dapat dilakukan. Ini adalah langkah terakhir untuk memastikan bahwa peraturan ditegakkan dengan tegas.

Sanksi-sanksi ini dirancang untuk memberikan efek jera dan memastikan bahwa semua pelaku usaha mematuhi peraturan yang ada, sehingga dapat melindungi UMKM dari praktik-praktik yang merugikan dan menciptakan lingkungan perdagangan yang adil dan berkelanjutan.

Penerapan konsep *masalah mursalah* dalam kasus *social commerce* yang tidak menaati Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 dapat dianalisis dari beberapa sudut pandang. *Masalah mursalah*, yang berarti kemaslahatan umum yang tidak secara eksplisit disebutkan dalam nash, bertujuan untuk mencapai kebaikan dan mencegah kerugian bagi masyarakat. Dalam konteks ini, peraturan tersebut bertujuan untuk mengatur dan mengawasi perdagangan melalui sistem elektronik agar tercipta persaingan yang sehat dan

perlindungan konsumen yang lebih baik. Ketidapatuhan terhadap peraturan ini, seperti yang terjadi pada kasus TikTok Shop, dapat mengakibatkan ketidakadilan dalam persaingan bisnis dan potensi kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, dari perspektif *masalah mursalah*, kepatuhan terhadap peraturan ini sangat penting untuk menjaga kemaslahatan umum, melindungi kepentingan konsumen, dan memastikan ekosistem perdagangan elektronik yang adil dan berkelanjutan. Dengan demikian, penerapan *masalah mursalah* mendukung penegakan peraturan ini demi tercapainya tujuan syariah dalam melindungi masyarakat dan menciptakan keadilan sosial.

Hal ini didasarkan pada gagasan yang ditemukan dalam Surah An-Nisa 4:29, yang menyatakan:

“Wahai orang-orang yang beriman! Kecuali dalam transaksi yang didasarkan atas suka sama suka, janganlah kamu saling menipu hartamu. Jangan pula kamu membunuh dirimu sendiri. Ya, Allah sangat pemaaf terhadapmu” (Tafsirq.com, 2024).

Ayat ini melarang tindakan yang merugikan pihak lain, seperti *predatory pricing* yang dapat merugikan UMKM, dan menyoroti pentingnya keadilan dalam perdagangan. Ayat ini menggarisbawahi bahwa setiap bentuk transaksi harus dilakukan atas dasar kesepakatan dan keadilan, bukan dengan cara yang merugikan pihak lain. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang melarang penyelenggara perdagangan sosial menyediakan transaksi pembayaran langsung, jelas dilanggar oleh Tiktok Shop yang terus menerus menggunakan fitur belanja langsung yang memungkinkan transaksi langsung di platformnya.

Ketidapatuhan ini berpotensi menciptakan ketidakadilan dalam persaingan bisnis dan merugikan konsumen, terutama jika transaksi dilakukan tanpa memperhatikan regulasi yang ada. Integrasi sistem antara Tiktok dan Tokopedia, meskipun bertujuan untuk mematuhi aturan, tetap perlu diatur dengan jelas agar tidak menimbulkan kebingungan atau kerugian bagi konsumen. Dari sudut pandang *masalah mursalah*, kepatuhan terhadap peraturan ini sangat penting untuk menjaga kemaslahatan umum dan melindungi kepentingan konsumen. Oleh karena itu, untuk mewujudkan lingkungan perdagangan yang adil dan berkelanjutan, penerapan asas-asas keadilan dalam transaksi perdagangan yang ditegaskan dalam ayat-ayat Al-Qur'an harus menjadi pedoman dalam semua kegiatan bisnis.

Hal ini sesuai dengan hadis Al-Baihaqi yang menyatakan bahwa Umar bin Khattab memeriksa pasar secara langsung untuk memastikan bahwa harga yang ditetapkan para pedagang adalah wajar:

“Dari al-Musayyib, Sa'id bin. Menurutnya, Hathib bin Abi Balta'ah adalah seorang pedagang pasar yang menjual kismis ketika Umar bin Khattab lewat. "Kamu naikkan harga atau tinggalkan pasar kami," kata Umar kepadanya.” (Al-Baihaqi, As-Sunanul Kubra, [Markaz Buhuts: 2011], jilid XI, halaman 413) (Nurhakim, 2024).

Hadits tersebut menunjukkan bagaimana Umar bin Khattab menegakkan keadilan dengan menjamin harga yang diberikan oleh pedagang tetap wajar dan memberikan peringatan kepada pihak-pihak yang mungkin melakukan penipuan atau menaikkan harga secara tidak wajar. Tujuan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 sejalan dengan prinsip ini, yang bertujuan untuk mencegah praktik perdagangan yang merugikan dan memastikan persaingan yang sehat.

Dalam kasus Tiktok Shop, keberadaan fitur belanja langsung yang masih aktif meskipun melanggar peraturan menunjukkan kurangnya pengawasan dan kepatuhan terhadap regulasi. Integrasi sistem dengan Tokopedia, meskipun berusaha menunjukkan kepatuhan, tetap perlu diatur dengan jelas agar tidak menimbulkan kebingungan atau kerugian bagi konsumen. Ketidapatuhan terhadap regulasi ini dapat menciptakan ketidakadilan dalam persaingan bisnis, mirip dengan potensi penyalahgunaan yang dikhawatirkan oleh Umar dalam hadits tersebut.

Menurut *masalah mursalah*, kepatuhan terhadap peraturan ini sangat penting untuk menjaga kemaslahatan umum dan melindungi konsumen. Seperti halnya Umar yang berusaha memastikan keadilan di pasar, penerapan regulasi yang ketat dalam konteks *social commerce* jugaberupaya membangun lingkungan perdagangan yang berkelanjutan dan adil. Dengan demikian, baik hadits maupun peraturan tersebut menekankan pentingnya pengawasan dan penegakan keadilan dalam setiap aktivitas perdagangan untuk melindungi masyarakat dari praktik-praktik yang merugikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, platform media sosial dilarang memfasilitasi transaksi uang secara langsung. Dengan meningkatkan keamanan dan transparansi dalam bertransaksi daring, aturan ini bertujuan untuk melindungi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dari praktik usaha yang merugikan, termasuk *predatory pricing*. Facebook Shop dan Instagram Shop telah menyesuaikan fitur mereka untuk tidak lagi memfasilitasi transaksi pembayaran langsung pada platform *social commerce*-nya. Mereka kini mengarahkan pengguna ke situs resmi untuk menyelesaikan pembelian. Sebaliknya, pada TikTok Shop terjadi ketidakpatuhan dengan tetap memfasilitasi transaksi pembayaran langsung pada platform *social commerce*-nya meskipun mereka beralih sudah melakukan integrasi sistem dengan Tokopedia tetapi kenyataannya masih tetap melakukan transaksi pembayaran langsung pada platform *social commerce*-nya hal ini jelas dilarang didalam permendag nomor 31 Tahun 2023. Penerapan prinsip *masalah mursalah* dalam regulasi ini menunjukkan upaya pemerintah untuk melindungi kepentingan umum dan menciptakan keseimbangan di ekosistem perdagangan elektronik. Dalam rangka mendorong pertumbuhan UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, maka Undang-Undang ini berupaya untuk mewujudkan iklim usaha yang berkeadilan dan terbuka.

Berdasarkan hasil tersebut, Pemerintah perlu melakukan peninjauan dan penyempurnaan terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 secara berkala untuk memastikan bahwa regulasi tersebut tetap relevan dan efektif dalam menghadapi dinamika industri *social commerce*. Selain itu, penting untuk meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha mengenai ketentuan baru ini agar mereka dapat mematuhi peraturan dengan lebih baik. Dukungan tambahan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga sangat diperlukan, seperti pelatihan digitalisasi dan akses modal, untuk membantu mereka beradaptasi. Kerjasama antara platform *social commerce* dan pemerintah harus diperkuat untuk menciptakan ekosistem yang sehat dan inovatif. Pengawasan yang ketat terhadap pelaksanaan regulasi juga perlu ditingkatkan untuk memastikan kepatuhan dari semua pihak. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus dilakukan pada dampak jangka panjang dari regulasi ini terhadap pertumbuhan *social commerce* di Indonesia. Penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana perubahan regulasi mempengaruhi perilaku konsumen dan pelaku usaha dalam jangka waktu tertentu.

REFERENSI

- Biteship. (2023). *Instagram Shop : Pengertian dan Cara Mengaktifkannya*. Retrieved from Biteship: <https://bitesh.com/blog/instagram-shop-pengertian-dan-cara-mengaktifkannya/>.
- Cendra Arini, S. (2023). *Kemendag Sosialisasi Aturan Baru Pemisahan Medsos dan e-Commerce*. Retrieved from Kementerian Perdagangan Republik Indonesia: <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-sosialisai-aturan-baru-pemisahan-medsos-dan-e-commerce>.
- Damayanti, A. (2023). *Tiktok Shop Buka lagi tapi Belum Sesuai Aturan, Ini Penjelasan Kemendag*. Retrieved from Finance.Detik.com: <https://finance.etik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7087747/tiktok-shop-buka-lagi-tapi-belum-sesuai-aturan-ini-penjelasan-kemendag>.
- Febriana, A. (2022). *Mengenal Facebook Shop, Tempat Jualan Online yang Memanjakan UMKM*. Retrieved from DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/apa-itu-facebook-shops>.
- Hadist.id. (2024). *Keutamaan Imam yang Adil*. Retrieved from Hadist.id: <https://www.hadist.id/hadist/muslim/3406>
- Ida, A. A. (2020). Studi Kualitatif Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha Tertentu Dalam Melakukan Pembayaran Pajak Penghasilan (Studi Kasus Pada Pelaku Social Commerce). *Rekan*, 2.
- Isal, M. A., & Sidik, R. M. (2023). Jeratan Social Commerce : Matinya Masa Depan UMKM di Indonesia Studi Kasus Pada Tiktok Shop di Indonesia. *Jurnal Commerce Law*, 405.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023, September 25). *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik*. Diambil kembali dari JDIH BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/265202/permendag-no-31-tahun-2023>.
- Mahrana, Afina, Z., & Sebyar, M. H. (2023). Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 Terhadap Perkembangan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Miswanto, A. (2018). *Ushul Fiqh : Metode Ijtihad Hukum Islam (Jilid 2)*. Yogyakarta: UNIMMA PRESS.
- Nurhakim, A. (2024). *Melihat Fluktuasi Harga Pasar, Begini Sikap Sayyidina Umar*. Retrieved from islam.nu.or.id: <https://islam.nu.or.id/sirah-nabawiyah/melihat-fluktuasi-harga-pasar-begini-sikap-sayyidina-umar-RnMue>.
- Nurhayati, Y. I., & Said, M. Y. (2021). Metodologi Normatif dan Empiris dalam Perspektif Ilmu Hukum. *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia (JPHI)*.
- QuranNUOnline.id. (2024). *Surah Al-Muthaffifin: Arab, Latin dan Terjemah Lengkap*. Retrieved from Quran NU Online: <https://quran.nu.or.id/al-muthaffifin>
- Regawa, M. A., Madjakusumah, D. G., & Maulida, I. S. (2023). Analisis hak cuti pekerja di CV Rabah Faeyza berdasarkan konsep masalah mursalah. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*.
- Rena, Humairoh, I. D., & Rosmiawati, M. (2023). Problematika Normatif Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social Commerce Pada Tiktok Shop. *CREPIDO*.
- Septiani, L. (2024). *56% UMKM Jualan Lewat Instagram, Facebook, Tiktok*. Retrieved from Katadata: <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/65b7a536d69fl/56-umkm-jualan-lewat-instagram-faacebook-tiktok>
- Soekanto, S. (2012). *Teori Hukum : Sebuah Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2008). *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Suripto. (2023). *Mengkaji Ulang Larangan Social Commerce*. Diambil kembali dari Detiknews.com: <https://news.detik.com/kolom/d-7010259/mengkaji-ulang-larangan-social-commerce>.
- Syailendra, Rizqy, M., & Putri, I. F. (2023). Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 Terhadap Social Commerce Tiktok Shop. *Innovative: Journal Of Social Science Research*.
- Tafsirq.com. (2024). *Surat An-Nisa' Ayat 29*. Retrieved from Tafsirq.com: <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>
- Yenny, Y. (2022). *Laporan Populix : 86% Masyarakat Belanja Melalui Platform Media Sosial*. Retrieved from DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/laporan-populix-86-masyarakat-belanja-melalui-platfom-media-sosial>.