



KINI DILARANG FASILITASI TRANSAKSI PERDAGANGAN

Platform Social Commerce Pukul UMKM Lokal

SEJUMLAH pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta mengeluhkan sepi pembeli dan menurunnya omzet penjualan dalam beberapa bulan terakhir. Hal itu diduga tak lepas karena imbas munculnya e-commerce berbasis media sosial. Terlebih ramai dibertakan platform tersebut menajakan produk-produk impor dengan harga miring. Kondisi itu berdampak pada penurunan omzet penjualan di kalangan pedagang, bahkan hingga anjlok mencapai 50 persen.

"Sejak beberapa bulan terakhir pasar jadi sepi, karena adanya online shop dan e-commerce berbasis medsos. Padahal sebelum ada e-commerce berbasis medsos biasanya ramai pengunjung. Tapi sejak Juli ke sini sudah mulai (sepi), bahkan mengalami penurunan omzet. Jumlah pembeli juga berkurang karena sepi semenjak ada live-live itu loh," kata seorang penjual baju batik di Pasar Beringharjo, Nur Khnusul Khotimah, Senin (25/9).

Menurut Nur, omzet penjualan di kiosnya turun sampai 50 persen. Sementara untuk ikut-ikutan berjualan di e-commerce berbasis medsos kondisinya tidak memungkinkan karena harus menjaga lapak sehari-hari. Meski begitu Nur tetap berusaha membuka akun online shop untuk berjualan, menajakan barang dagangannya secara online.

"Kalau kondisi ini berlangsung terus-menerus pedagang bisa rugi banyak. Untuk itu pihaknya berharap segera ada solusi dari Pemerintah yang memihak keberlangsungan bisnis pedagang kecil. Kalau boleh mengusulkan saya berharap Pemerintah dapat membatasi produk-produk yang dapat diperjualbelikan di e-commerce berbasis medsos," terangnya.

Pegawai toko tas di Pasar Beringharjo, Yuliani juga mengakui, meski tidak begitu mengetahui pasti penyebab penurunan jumlah pembeli di kiosnya, tapi sempat menjadikan para pedagang was-was. Walaupun sebetulnya penurunan itu sudah mulai terasa sejak pandemi Covid-19. Sayangnya setelah Pemerintah



UMKM lokal butuh dukungan hadapi persaingan di era global.

mencajut status pandemi, kondisinya tidak pernah menyamai pada masa normal sebelum pandemi.

"Pascapandemi ternyata omzet penjualan tidak terlalu banyak berubah. Banyak konsumen yang beralih ke e-commerce medsos lantaran harganya lebih murah dan praktis," ungkapnya.

Menanggapi situasi dan kondisi tersebut, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) DIY Syam Arjyanti menyatakan, keberadaan e-commerce maupun social commerce tidak bisa dipungkiri berdampak pada pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di DIY. Apalagi sebagian besar produk yang ditawarkan dalam platform tersebut merupakan barang impor. Karena barang-barang dari luar negeri dinilai lebih murah.

"Selama ini harga produk impor yang dijual lewat e-commerce berbasis media sosial dari beberapa negara lebih murah dibandingkan produk serupa yang diproduksi di dalam negeri. Akibatnya UMKM di DIY mengalami penurunan omzet karena kalah bersaing dengan produk luar negeri," ungkapnya.

Syam menyatakan, guna mengatasi hal tersebut Pemerintah mengencakan Program Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN). Karenanya Pemda DIY mewajibkan penggunaan anggaran untuk membeli produk dalam negeri khususnya UMKM

yang telah terdaftar di e-katalog.

Bahkan Pemda DIY menargetkan transaksi dalam e-katalog bisa mencapai Rp 1,5 triliun pada 2023 ini. Saat ini tercatat lebih dari 1.000 UMKM lokal yang sudah masuk dalam e-katalog.

"Memang tidak mudah dan banyak kendala. Misalnya NPWP belum ada, email lupa, password lupa, jadi macam-macam kendala. Ini tantangan kita untuk mendorong agar UMKM bisa bersaing di kancah nasional maupun global," terangnya.

Syam menambahkan, selain kebijakan Pemerintah yang melarang e-commerce berbasis medsos, pihaknya mendorong UMKM di DIY untuk meningkatkan kualitas produknya, mengingat UMKM lokal sulit mematok harga yang lebih murah dari produk yang dijual e-commerce.

Menteri Perdagangan (Mendag) Zulkifli Hasan mengatakan, Kementerian Perdagangan (Kemendag), Senin (25/9/2023) menandatangani peraturan yang melarang platform social commerce memfasilitasi transaksi perdagangan. Mendag Zulhas, sapaan akrabnya, mengatakan, platform social commerce hanya boleh mempromosikan barang atau jasa, namun dilarang membuka fasilitas transaksi bagi pengguna.

"Social commerce itu hanya boleh memfasilitasi promosi barang atau jasa, tidak boleh transaksi

langsung, bayar langsung, tidak boleh lagi, dia hanya boleh promosi," kata Zulhas usai rapat bersama Presiden Joko Widodo di Istana Kepresidenan, Jakarta.

Zulhas menganalogikan platform social commerce seperti hanya televisi yakni dapat digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa, namun tidak bisa digunakan untuk bertransaksi. "(Social commerce) tak bisa jualan, tak bisa terima uang, jadi dia semacam platform digital, tugasnya mempromosikan," kata Mendag dikutip Antara.

Aturan tersebut dituangkan dalam peraturan baru yang merevisi Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020. Zulhas menyebut peraturan baru hasil revisi Permendag tersebut ditandatangani 25 September 2023 sore. Dalam revisi Permendag itu, Zulhas menyebut, Pemerintah juga akan memisahkan secara tegas platform social commerce dan social media.

"Tidak ada sosial media, ini tidak ada kaitannya, jadi dia harus dipisah. Jadi algoritmanya itu tidak semua dikuasai, dan ini mencegah penggunaan data pribadi, apa namanya, untuk kepentingan bisnis," kata Zulhas.

Selanjutnya, ujar Zulhas, yang diatur dalam revisi Permendag ini adalah positive list atau daftar barang yang diperbolehkan diimpor. Contoh salah satu barang yang tidak boleh diimpor adalah batik. "Kalau dulu ada negative list. Sekarang (positive list) yang boleh, yang lainnya tidak boleh, akan diatur. Misalnya batik, buatan Indonesia, di sini banyak kok," ujarnya.

Barang impor, kata Zulhas, juga akan mendapat perlakuan yang sama dengan barang dalam negeri. Misalnya untuk makanan impor harus memiliki ketentuan sertifikasi halal, sedangkan untuk barang perawatan kulit atau kecantikan harus memiliki izin dari BPOM RI. "Kalau barangnya elektronik harus ada standarnya. Jadi perlakuan sama dengan yang ada di dalam negeri atau offline," ujar Mendag.

Revisi permendag itu juga melarang penjualan barang impor di

bawah harga 100 dolar AS atau setara dengan Rp 1.54 juta (asumsi kurs saat ini Rp 15.400 per dolar AS). "(Revisi Permendag mengatur) tidak boleh bertindak sebagai produsen. Yang terakhir kalau impor, kita satu transaksi 100 dolar AS minimal," kata Zulhas.

Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo) Budi Arie Setiadi, Pemerintah melindungi pelaku UMKM lewat perdagangan yang adil, termasuk di platform media sosial. "Kita harus mengatur perdagangan yang adil. Jangan sampai barang di sana dibanting harga murah kita jadi kalah," ujar Menkominfo Budi Arie.

Menurutnya, Pemerintah berupaya menjaga agar perdagangan melalui medsos dibatasi. Pemerintah mengatur agar medsos tidak serta merta menjadi e-commerce karena pada prinsipnya negara harus hadir melindungi pelaku UMKM dalam negeri.

Menkominfo juga menyinggung soal kedaulatan data. Menurutnya, platform media sosial akan banyak menggunakan data dan lalu lintas pertukaran data, termasuk data warga Indonesia sebagai pengguna. "Kita tidak mau kedaulatan data kita akan dipakai semena-mena, kalau algoritma media sosial nanti akan dipakai untuk e-commerce kemudian bisa dipertukarkan dengan pinjaman online dan platform aplikasi lain. Nah, itu harus kita atur dan tata supaya jangan ada monopoli akses organik," ucap Menkominfo.

Budi Arie menyatakan, platform media sosial yang digunakan untuk perdagangan adalah bukan pada tempatnya. Karena itu, Pemerintah berupaya mengembalikan sesuai fungsi asli.

"Kita tata semuanya agar tidak dipakai untuk kebutuhan e-commerce. Istilah social commerce sebenarnya di tengah antara media sosial dan e-commerce. Jadi, platform media sosial tidak boleh berlaku sebagai platform e-commerce, itu intinya," ujar Budi Arie. (Riyana Ekawati/MM Nur Hasan)

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1.	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 06 Oktober 2024
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005