

**IMPLEMENTASI PENGELOLAAN PENDAPATAN
PEDAGANG DI LAUDENDANG KECAMATAN
PERCUT SEI TUAN (STUDI KASUS
PERMENDAGRI NO.31
TAHUN 2023)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

YOPPI ANANDA

NPM.208520046



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/10/24

Access From (repository.uma.ac.id)17/10/24

**IMPLEMENTASI PENGELOLAAN PENDAPATAN
PEDAGANG DI LAUDENDANG KECAMATAN
PERCUT SEI TUAN (STUDI KASUS
PERMENDAGRI NO.31
TAHUN 2023)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Disusun Oleh:

YOPPI ANANDA
NPM.208520046

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

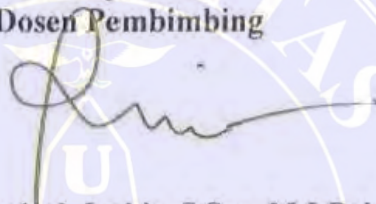
Document Accepted 17/10/24

Access From (repository.uma.ac.id)17/10/24

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Yoppi Ananda
NPM : 208520046
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Implementasi Pengelolaan Pendapatan Pedagang Di
LaudendangKecamatan Percut Sei Tuan (Studi Kasus
Permendagri No.31 Tahun 2023)

Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing



Khairunnisah Lubis, S.Sos, M.L.Pol

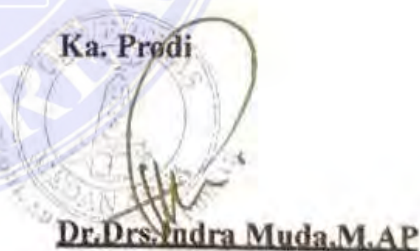
Mengetahui

Dekan



Dr. Walid Mushafa S. S.Sos, M.L.P

Ka. Prodi



Dr. Drs. Indra Muda, M.AP

Tanggal Lulus : 2 September 2024

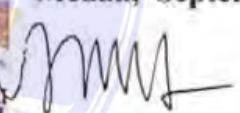
HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, September 2024




Yoppi Ananda
208520046

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR, SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yoppi Ananda
NPM : 208520046
Program Studi : Ilmu Administrasi Publik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Implementasi Pengelolaan Pendapatan Pedagang Di Laudendang Kecamatan Percut Sei Tuan (Studi Kasus Permendagri No.31 Tahun 2023)" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihkan media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), Merawat dan mempublikasikan tugas akhir, skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, September 2024


Yoppi Ananda
208520046

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/10/24

Access From (repository.uma.ac.id)17/10/24

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tanjung Siporkis pada tanggal 01 Maret 2002 dari Ayah Ayah Ardianto dan Ibu Marianum. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis beragama Islam dan berkewarganegaraan Indonesia.

Tahun 2020 penulis lulus dari SMA SWASTA NUSANTARA LUBUK PAKAM dan pada tahun 2020 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi pemendagri No. 31 Tahun 2023 dalam mengelola tingkat pendapatan pedagang di Kecamatan Percut Sei Tuan. Penelitian ini menggunakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Data yang diperoleh dari data primer ini yaitu adalah hasil observasi dan wawancara dengan narasumber serta Data sekunder dalam penelitian ini adalah gambaran umum, struktur organisasi, dan job description dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Deli Serdang. Hasil penelitian menjawab rumusan masalah yaitu masih ada pedagang tiktok shop yang melanggar Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag No. 31 Tahun 2023) tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui sistem elektronik. Penjual tiktokshop kehilangan jangkauan pasar yang luas ini dan harus memulai strategi pemasaran dan mencari jangkauan pasar yang baru lagi dari awal di platform penjualan lain. Penjual juga mengalami penurunan pendapatan dikarena platform belanja di tiktokshop tidak ada. Konsumen tidak dapat lagi merasakan adanya keterlibatan langsung antara konsumen dengan penjual melalui aplikasi belanja online lainnya. Adapun dari hasil penelitian ini disarankan pemerintah harus melakukan pemisahan bisnis atara social commercil dan e commerce dan membuat regulasi yang mengatur tentang social commerce dan e commerce.

Kata Kunci : Implementasi Pemendagri No. 31 Tahun 2023, Tiktokshop, Tingkat Pendapatan

ABSTRACT

This study aimed to determine the implementation of Ministerial Regulation No. 31 of 2023 in managing the income levels of traders in Percut Sei Tuan District. The study used qualitative data. The primary data collected included observations and interviews with sources, while secondary data comprised general information, organizational structure, and job descriptions from the Deli Serdang Department of Industry and Trade. The research results addressed the problem formulation, revealing that some TikTok Shop traders violated the Ministerial Regulation (Permendag No. 31 of 2023) concerning Business Licensing, Advertising, Development, and Supervision of Business Actors in Electronic Trade. TikTok Shop sellers lost their broad market reach and had to start new marketing strategies and seek new market reach from scratch on other sales platforms. Sellers also experienced a decline in income due to the absence of a shopping platform on TikTok Shop. Consumers could no longer experience direct interaction between themselves and sellers through other online shopping applications. Based on the findings, it is recommended that the government should separate between social commerce and e-commerce and create regulations governing both social commerce and e-commerce.

Keywords: Implementation of Ministerial Regulation No. 31 of 2023, TikTok Shop, Income Levels



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas Rahmat Allah SWT yang telah memberikan Hidayat-Nya, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Pengelolaan Pendapatan Pedagang Di Laudendang Kecamatan Percut Sei Tuan (Studi Kasus Permendagri No.31 Tahun 2023)”.

Secara khusus penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.sc selaku Rektor Universitas Medan Area. Bapak Dr. Walid Musthafa S., S.Sos, M.IP selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial Ilmu Politik Universitas Medan Area. Bapak Dr. Drs. Indra Muda, M.AP selaku Ketua Jurusan Program Studi Administrasi Publik Universitas Medan Area.
2. Ibu Khairunnisah Lubis, S.Sos, M.I.Pol selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan saran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi. Bapak Khairullah , S.I, M.I.Kom selaku Sekretaris dalam penulisan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Ayahanda Ardianto dan ibunda Marianum tercinta yang telah memberikan dorongan selama penulis menjalani pendidikan.

Penulis

Yoppi Ananda

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| | |
| I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| | |
| II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Implementasi..... | 10 |
| 2.1.1 Implementasi Kebijakan | 10 |
| 2.2. Pengelolaan | 19 |
| 2.2.1 Pengelolaan Pendapatan Daerah | 19 |
| 2.2.2 Pemandagri No. 31 Tahun 2023..... | 27 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 32 |
| 2.4 Kerangka Berpikir..... | 35 |
| | |
| III METODE PENELITIAN..... | 38 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 38 |
| 3.2 Informan Penelitian..... | 38 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.4 Teknik Analisis Data..... | 40 |
| 3.5 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian | 42 |
| 3.5.1 Lokasi Penelitian..... | 42 |
| 3.5.2 Jadwal Penelitian..... | 43 |
| | |
| IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1. Gambaran Umum | 44 |
| 4.1.1. Sejarah Dinas Perindustrian dan Perdagangan..... | 44 |
| 4.1.2. Visi dan Misi Dinas Perindustrian dan Perdagangan | 45 |
| 4.1.3. Struktur Organisasi | 46 |
| 4.1.4. Tugas dan Fungsi Struktur Dinas Perindustrian dan Perdagangan | 48 |
| 4.2. Hasil Pembahasan | 56 |
| 4.2.1. Implementasi Pemandagri No. 31 Tahun 2023 | 57 |
| 4.2.2. Faktor Penghambat Implementasi Pemandagri No. 31 Tahun 2023..... | 65 |
| | |
| V KESIMPULAN DAN SARAN | 78 |

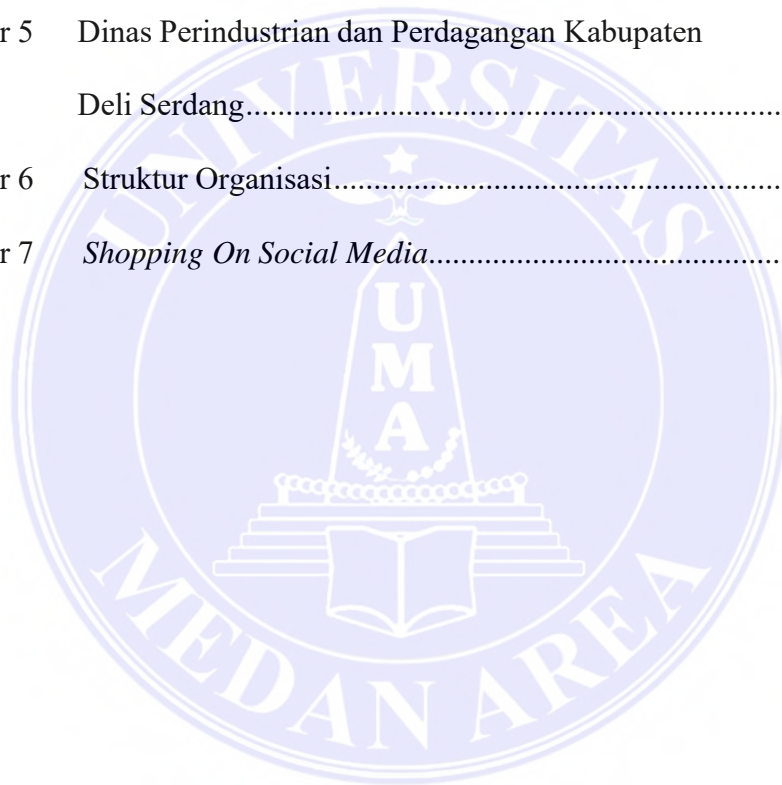
| | |
|-----------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan | 78 |
| 5.2. Saran | 79 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 80 |
|-----------------------------|-----------|



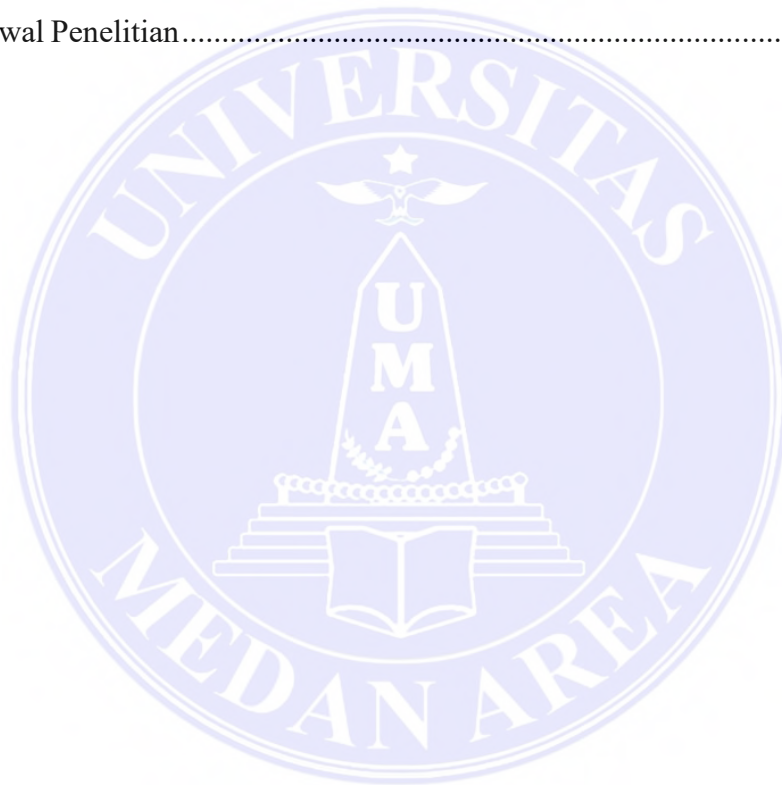
DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----------|---|----|
| Gambar 1 | Perilaku Belanja <i>Social Media E-commerce</i> Masyarakat Indonesia..... | 3 |
| Gambar 2 | Alasan Penjual Berjualan Online..... | 4 |
| Gambar 3 | Kerangka Berpikir..... | 36 |
| Gambar 4 | Kantor Kepala Desa Laut Dendang..... | 36 |
| Gambar 5 | Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Deli Serdang..... | 36 |
| Gambar 6 | Struktur Organisasi..... | 47 |
| Gambar 7 | <i>Shopping On Social Media</i> | 58 |



DAFTAR TABEL

| | | |
|----------|---|----|
| Tabel 1 | Data Pelaku Usaha Bidang Usaha Penjual Pakaian Di Kecamatan Percut Sei Tuan | 6 |
| Tabel 2 | Penelitian Terdahulu | 32 |
| Tabel 3 | Informan Penelitian..... | 39 |
| Tabel 43 | Jadwal Penelitian..... | 43 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Digital Marketing merupakan kemudahan dalam Era digital yang terjadi pada saat ini, hampir semuanya telah dimudahkan dengan adanya teknologi dan internet. Era digital adalah sebuah masa atau zaman dimana hampir seluruh bidang dalam tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital. Pada era digital, pola berbelanja masyarakat menjadi bergeser, kegiatan yang awal mulanya dilakukan dengan cara bertemu dan bertatap muka secara langsung atau melalui media konvensional seperti televisi, radio bahkan koran, kini berubah menggunakan teknologi internet. Dengan seiring kemajuan teknologi internet, tren di dunia bisnis juga semakin bervariasi. Salah satunya yaitu tren tentang *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan sebuah kegiatan mempromosikan produk atau jasa (*branding*) yang dilakukan lewat website maupun media sosial (Nabilah, 2021). Lebih terincinya digital marketing suatu kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknologi yang ada sekarang atau lewat digital.

Digital Marketing pada era digital seperti sekarang ini para penjual dan pembeli di mudahkan berinteraksi melalui sosial media dan *market place*. Media sosial merupakan sebuah media daring yang para penggunanya dapat berpartisipasi berbagi, dan menciptakan isi berbagai dunia *virtual*. Media sosial merupakan sarana untuk berkomunikasi, kolaborasi, serta penanaman secara daring diantara jaringan orang-orang, masyarakat, dan organisasi yang saling terkait dan saling tergantung dan diperkuat oleh kemampuan dan mobilitas

teknologi. Media sosial tidak hanya berisikan informasi saja. Namun, dengan perkembangan teknologi komunikasi khususnya internet segala hal mengenai kebutuhan belanja dapat di akses dengan mudah dan gampang oleh semua orang, hal ini menjadi faktor utama perkembangan teknologi pada masa sekarang (Aisyah, dkk, 2023).

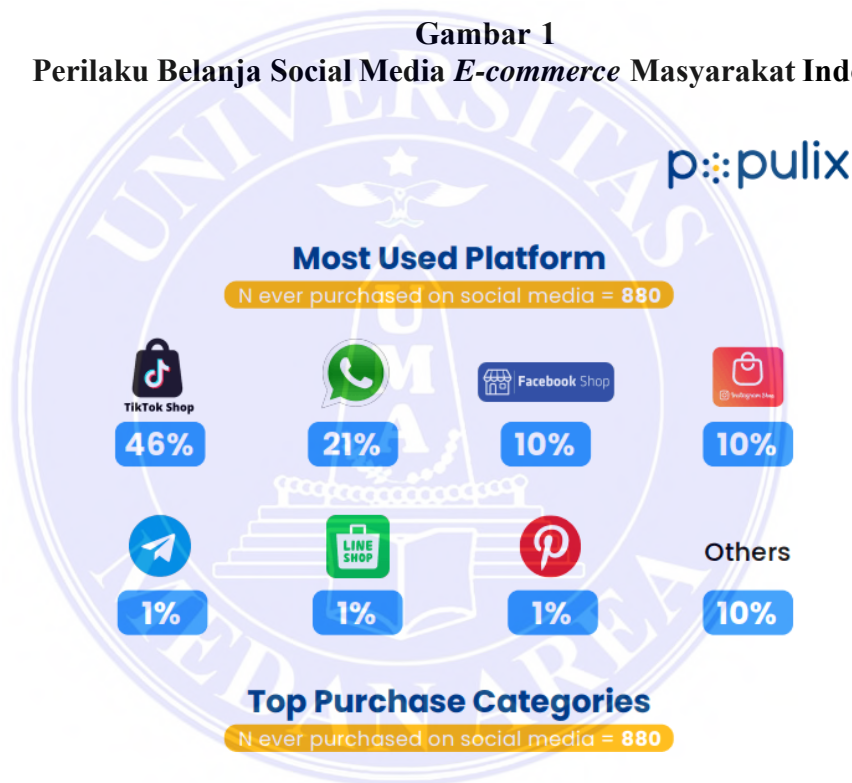
Perkembangan media sosial menjadi suatu kunci untuk memprovokasi pemikiran, dialog, dan tindakan seputar isuisu sosial. Salah satu media sosial yang banyak digemari dan merupakan salah satu media sosial unggulan yang berada di smartphone masyarakat saat ini ialah TikTok. TikTok diperkenalkan sejak September 2016 dan di publikasikan oleh sebuah perusahaan asal Tiongkok yang bernama ByteDance. Kini media sosial TikTok semakin digandrungi oleh banyak orang karena dianggap sebagai *platform* yang multifungsi. Selain untuk mendapatkan beragam informasi, TikTok juga menyediakan beragam fitur yang unik dan menarik, salah satunya ialah fitur *TikTok Shop*, yang dimana *TikTok Shop* merupakan fitur untuk melakukan transaksi belanja secara daring.

Pandemi Covid-1, TikTok sebuah media sosial yang sedang naik daun, telah mendapatkan popularitas secara global sejak diluncurkan pada tahun 2017. TikTok juga berhasil menjadi aplikasi seluler paling banyak diunduh pada tahun 2018 dan 2019, melampaui popularitas Facebook, YouTube, dan Instagram. Dengan adanya kesuksesan ini, TikTok telah menjadi fenomena yang signifikan dalam dunia media sosial, mengubah cara orang berinteraksi dan mengonsumsi konten. Pada kuartal pertama tahun 2020, TikTok mencatatkan prestasi yang luar biasa dengan jumlah unduhan sebanyak 315 juta di seluruh dunia. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 58% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya,

menjadikan TikTok sebagai aplikasi dengan jumlah unduhan tertinggi yang pernah dicapai dalam satu kuartal (Marbun dan Rasyid, 2022).

Tiktok merilis fitur *tiktokShop* atau fitur belanja *online* diaplikasi tiktok. *TiktokShop* termasuk salah satu sosial *ecommerce* atau aktifitas jual beli yang memanfaatkan media sosial. Semenjak dirilisnya fitur *TiktokShop*, ternyata fitur ini menjadi aplikasi belanja disosial media yang paling diminati daripada sosial media lainnya (Marbun dan Rasyid, 2022).

Gambar 1
Perilaku Belanja Social Media *E-commerce* Masyarakat Indonesia

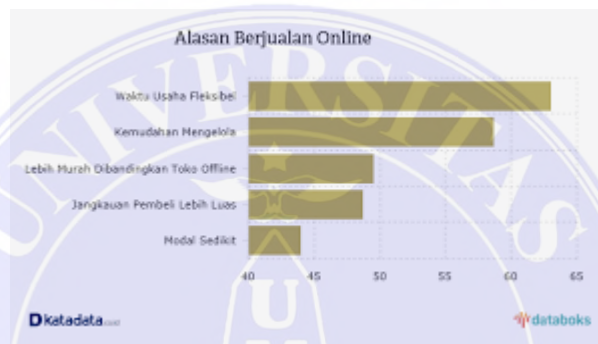


Sumber: Populix, 2023

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa sebesar 86% masyarakat Indonesia pernah berbelanja melalui *platform* media sosial dengan *TikTok Shop* (45%) sebagai *platform* yang paling sering digunakan, diikuti *WhatsApp* (21%), *Facebook Shop* (10%), dan *Instagram Shop* (10%). Kategori produk yang paling banyak dibeli oleh masyarakat melalui *platform* media sosial adalah pakaian (61%), produk kecantikan (43%), dan makanan dan minuman (38%). *Platform*

yang paling banyak mereka gunakan adalah TikTok *Shop* dan WhatsApp. Rata-rata uang yang dikeluarkan untuk kegiatan belanja tersebut adalah kurang lebih Rp 200.000,-. Selain TikTok dan WhatsApp, *platform* lainnya yang juga banyak digunakan adalah, Facebook *Shop* (10%), Instagram *Shop* (10%), Telegram, Line *Shop* dan Pinterest (1%).

Gambar 2
Alasan Penjual Berjualan Online



Sumber: Databoks

Ada lima alasan pedagang memilih berjualan secara *online* atau *e-commerce*. Alasan tertinggi penjual memiliki waktu usaha yang lebih fleksibel, yaitu sebanyak 63%. Selain itu, sebanyak 58,69% penjual mengatakan adanya kemudahan dalam menjalankan dan mengelola bisnis secara *online*.

Selain itu, mudahnya berjualan *online* dibandingkan membuka toko secara *offline* menjadi daya tarik ketiga yang membuat penjualan memilih berjualan *online* yaitu sebanyak 49,52%. Penjual juga merasakan ketika berjualan dengan *online*, jangkauan pembeli menjadi lebih luas yaitu sebanyak 48,69%. Terakhir, sebanyak 44% menyatakan berjualan *online* hanya memerlukan modal yang sedikit.

Pemerintah Indonesia baru saja mengeluarkan regulasi baru yang mengatur *e-commerce* di *platform* media sosial, dengan alasan merugikan usaha kecil yang sebagian besar menjajakan dagangannya secara *offline*. Peraturan ini muncul sebagai tanggapan atas keluhan yang datang dari pedagang *offline* skala kecil yang mengatakan, pendapatan mereka terganggu oleh meningkatnya penjualan *online* atau daring.

Peraturan baru yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan tersebut, media sosial hanya dapat digunakan sebagai *platform* untuk mempromosikan barang dan jasa, dan tidak dapat digunakan untuk transaksi langsung. Larangan tersebut berlaku untuk *platform* media sosial yang mengoperasikan toko *online* yang berafiliasi langsung, seperti aplikasi media sosial asal Cina, TikTok, yang sangat populer di Indonesia.

Tiktok tidak akan memfasilitasi transaksi jual-beli barang di dalam Tiktok Shop Indonesia per 4 September 2023 pukul 17.00 WIB. Pengumuman ini dibuat Tiktok untuk menindaklanjuti Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang diundangkan pada 26 September 2023. Keterangan resmi perusahaan, Tiktok mengatakan bahwa prioritas utama perusahaan adalah menghormati dan mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku di Indonesia. Tiktok akan terus berkoordinasi dengan Pemerintah Indonesia terkait langkah dan rencana perusahaan mendatang. Penutupan Tiktok Shop akan berdampak terhadap kelangsungan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang selama ini punya akun di Tiktok.

Sebagai reaksi adanya kondisi tersebut terbentuklah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang dilatar belakangi oleh tujuan untuk mengupayakan pemberdayaan baik dari usaha mikro hingga makro menggunakan sistem elektronik lokal, melindungi konsumen, mendukung perkembangan perdagangan lewat sistem elektronik, serta memberi perhatian perkembangan teknologi yang terus berkembang. Dari regulasi tersebut semakin menguatkan ketika terjadi kondisi peredaran barang di *platform* Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) masih banyak belum memenuhi standar, baik Standar Nasional Indonesia (SNI) maupun standar lainnya. Namun demikian, saat ini *tiktokShop* telah dibuka kembali akan tetapi regulasi terkait perizinan adanya *tiktokShop* akan diatur selanjutnya.

Tabel 1. Data Pelaku Usaha Bidang Usaha Penjual Pakaian Di Kecamatan Percut Sei Tuan

| No. | Nama | Nama Usaha | No. | Nama | Nama Usaha |
|-----|---------------------|-----------------------|-----|-------------------------|-----------------------|
| 1. | Sofyan Said Bone | Menjual Pakaian | 36. | Herizal | Jual Pakaian |
| 2. | Sri Wahyuni | Jual Pakaian | 37. | Pariatik | Jual Pakaian |
| 3. | Santi | Jual Pakaian Keliling | 8. | Mhd Fadlan Hidayat | Jual Pakaian |
| 4. | Fadliana | Jual Pakaian | 39. | Yusrianda Wicaksana | Jual Pakaian |
| 5. | Ngatinem | Jual Pakaian Keliling | 40. | Sartika Carolina Sinaga | Jual Pakaian |
| 6. | Siska Dewi Putri | Jual Pakaian | 41. | Nurul Amaliah Pasaribu | Jual Pakaian Online |
| 7. | Maulina | Jual Pakaian | 42. | Khairul Arifin | Jual Pakaian |
| 8. | Arbaini | Menjual Pakaian | 43. | Kusmananti | Menjual Pakaian |
| 9. | Santi | Jual Pakaian Keliling | 44. | Minten Sari | Menjual Pakaian |
| 10. | Ngatinem | Jual Pakaian Keliling | 45. | Erma Puri | Jual Pakaian Keliling |
| 11. | Arnita Juhari | Jual Pakaian | 46. | Alfina Fransiska | Jual Pakaian |
| 12. | Sofyan Said Bone | Menjual Pakaian | 47. | Sunarseh | Jual Pakaian |
| 13. | Leli Rubianti | Jual Pakaian | 48. | Sawarnak | Menjual Pakaian |
| 14. | Eka Yudhi Syahputro | Menjual Pakaian | 49. | Diana Sari | Jual Pakaian |

| | | | | | |
|-----|--------------------|-----------------------|-----|------------------------|----------------------|
| 15. | Rini Wahyuni | Jual Pakaian | 50. | Yusnia Batubara | Menjual Pakaian Jadi |
| 16. | Reni Mayanti | Jual Pakaian | 51. | Legiatik | Jual Pakaian |
| 17. | M. Sally | Jual Pakaian | 52. | Indah Purnamasari | Menjual Pakaian |
| 18. | Ana | Jual Pakaian Keliling | 53. | Titik Wijayanti | Jual Pakaian |
| 19. | Sri Yusni | Jual Pakaian Keliling | 54. | Suriani | Jual Pakaian |
| 20. | Siti Rafika Dhani | Menjual Pakaian Jadi | 55. | Supriyatik | Jual Pakaian |
| 21. | Indriani | Menjual Pakaian | 56. | Parida Hanum Tambunan | Jual Pakaian |
| 22. | Rini Susanti | Jual Pakaian Keliling | 57. | Titin Melina Aritonang | Jual Pakaian |
| 23. | Sapta Aditia | Jual Pakaian | 58. | Indah Maya Sari | Jual Pakaian |
| 24. | Elvaida Panjaitan | Jual Pakaian | 59. | Primadi Wahyuni | Jual Pakaian |
| 25. | Santun Sinaga.Smhk | Jual Pakaian Bekas | 60. | Nunik Khadijah | Menjual Pakaian |
| 26. | Nurlia Efendi | Jual Pakaian | 61. | Yudi Armansyah | Jual Pakaian |
| 27. | Sumini | Jual Pakaian | 62. | Nurmala | Penjual Pakaian |
| 28. | Jumiatik | Jual Pakaian | 63. | Ika Puspita Sari | Jual Pakaian |
| 29. | Hafidathul Husna | Menjual Pakaian | 64. | Juliana | Jual Pakaian Online |
| 30. | Erna Sari Nasution | Jual Pakaian Online | 65. | Mariani | Jual Pakaian |
| 31. | Lidia Sofiana | Jual Pakaian | 66. | Sri Suryawati | Jual Pakaian |
| 32. | Ana Safitri | Jual Pakaian | 67. | Riri Mardika. S | Jual Pakaian Online |
| 33. | Mukhtar Harahap | Jual Pakaian | 68. | Mentari | Jual Pakaian |
| 34. | Muliani | Jual Pakaian | 69. | Nurhidayana | Jual Pakaian |
| 35. | Runita | Jual Pakaian | | | |

Hasil wawancara awal penjual tiktok *Shop* di kawasan Percut Sei Tuan menyatakan pelarangan TikTok *Shop* tentu akan membuat pelaku UMKM kehilangan jangkauan pasar yang luas ini dan harus memulai strategi pemasaran dan mencari jangkauan pasar yang baru lagi dari awal di *platform* penjualan lain. Di sisi lain TikTok *Shop* telah membantu banyak UMKM meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka. Tak hanya mendapat pelanggan baru, banyak pelaku UMKM juga mendapatkan keuntungan berlebih dari TikTok *Shop* ini. Ketika TikTok *Shop* sudah dilarang, tentu akan menimbulkan masalah baru. Banyak pelaku UMKM akan kehilangan pasar, daya beli (makin) menurun, dan pertumbuhan ekonomi terhambat.

Pemaparan di atas, peneliti memilih untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Implementasi Pengelolaan Pendapatan Pedagang Di Laudendang Kecamatan Percut Sei Tuan (Studi Kasus Permendagri No.31 Tahun 2023)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas:

1. Bagaimanakah implementasi pengelolaan pendapatan pedagang di Laudendang Kecamatan Percut Sei Tuan (Studi Kasus Permendagri No.31 Tahun 2023)?
2. Apa yang menjadi faktor penghambat implementasi pengelolaan pendapatan pedagang di Laudendang Kecamatan Percut Sei Tuan (Studi Kasus Permendagri No.31 Tahun 2023)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah atas penelitian diatas memiliki beberapa tujuan atas penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui implementasi pengelolaan pendapatan pedagang di Laudendang Kecamatan Percut Sei Tuan (Studi Kasus Permendagri No.31 Tahun 2023).
2. Untuk mengetahui faktor penghambat implementasi pengelolaan pendapatan pedagang di Laudendang Kecamatan Percut Sei Tuan (Studi Kasus Permendagri No.31 Tahun 2023).

1.4. Manfaat Penelitian

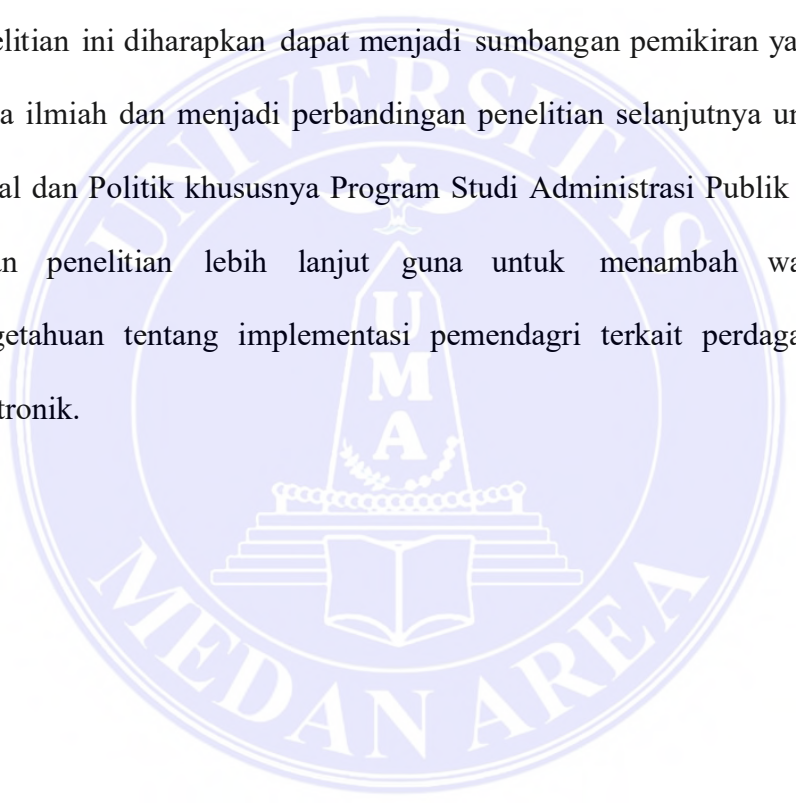
Adapun dari penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengimplemmentasikan regulasi terkait perdagangan sistem elektronik serta dampaknya terhadap tingkat pendapatan pedagang sesuai dengan pemendagri yang berlaku.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran yang berbentuk karya ilmiah dan menjadi perbandingan penelitian selanjutnya untuk Fakultas Sosial dan Politik khususnya Program Studi Administrasi Publik serta sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang implementasi pemendagri terkait perdagangan sistem elektronik.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Implementasi

Berbagai pendapat para ahli dan akademisi yang mengemukakan tentang pengertian dari implementasi. Hal ini perlu dijelaskan agar pemahaman tentang implementasi dapat disinkronisasikan dari konsep penelitian terhadap suatu kebijakan atau peraturan perundangan-undangan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Karena implementasi merupakan kegiatan yang penting dari keseluruhan proses perencanaan kebijakan.

Implementasi merupakan salah satu tahap dalam proses kebijakan publik.

Biasanya implementasi dilaksanakan setelah sebuah kebijakan dirumuskan dengan tujuan yang jelas yang menghantarkan kebijakan kepada masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawa hasil sebagaimana yang diharapkan.

Implementasi menurut Subarsono (2009:35) adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi

bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan.

Implementasi dimaksudkan sebagai tindakan individu publik yang diarahkan pada tujuan serta ditetapkan dalam keputusan dan memastikan terlaksananya dan tercapainya suatu kebijakan serta memberikan hasil yang bersifat praktis terhadap sesama sehingga dapat tercapainya sebuah kebijakan yang memberikan hasil terhadap tindakan-tindakan individu publik dan swasta.

Mulyadi (2015:54), menyatakan bahwa implementasi mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan. Tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahan-perubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskan sebelumnya. Implementasi pada hakikatnya juga merupakan upaya pemahaman apa yang seharusnya terjadi setelah program dilaksanakan.

Horn (Tahir, 2014:55), mengartikan bahwa implementasi sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh baik individu-individu atau pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam kebijakan.

Berbagai pendapat di atas tersebut dapat diketahui bahwa pengertian implementasi merupakan suatu proses yang berkaitan dengan kebijakan dan program-program yang akan diterapkan oleh suatu organisasi atau institusi, khususnya yang berkaitan dengan institusi Negara dan menyertakan sarana dan prasarana untuk mendukung program-program yang akan dijalankan tersebut.

2.1.1. Implementasi Kebijakan

Kebijakan diciptakan untuk mengatur kehidupan masyarakat untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Tahir, (2015:20), menyatakan bahwa kebijakan (*policy*) hendaknya dibedakan dengan kebijaksanaan (*wisdom*) karena kebijaksanaan merupakan pengejawantahan aturan yang sudah ditetapkan sesuai situasi dan kondisi setempat oleh person pejabat yang berwenang.

Ripley dan Franklin dalam Wulansari dan Prabawati (2021:311), implementasi adalah apa yang terjadi setelah undang-undang ditetapkan yang

memberikan otoritas program, kebijakan, keuntungan atau suatu jenis keluaran yang nyata. Kebijakan publik adalah semacam jawaban terhadap suatu masalah karena akan merupakan upaya memecahkan, mengurangi dan mencegah suatu keburukan serta sebaliknya menjadi penganjur, inovasi dan pemuka terjadinya kebaikan dengan cara terbaik dan tindakan terarah.

Nugroho (2016:16) bahwa kebijakan (*Policy*) sering kali dicampur adukkan dengan kebijaksanaan (*wisdom*). Kedua istilah ini memang hampir sama dari segi pengucapan. Namun sebenarnya kedua istilah ini mempunyai makna yang sangat jauh berbeda. Kebijakan didasari oleh pertimbangan akal dalam proses pembuatannya. Akal manusia merupakan unsur yang dominan di dalam mengambil keputusan dari berbagai opsi dalam pengambilan keputusan kebijakan. Sedangkan kebijaksanaan lebih terpengaruh faktor emosional dalam prosesnya.

Marzali (2015:20) menyatakan bahwa kebijakan adalah cetak biru bagi tindakan yang mengarah dan mempengaruhi perilaku orang banyak yang terkena dampak keputusan tersebut. Kebijakan sengaja disusun dan dirancang untuk membuat perilaku orang banyak yang dituju (kelompok target) menjadi terpola sesuai dengan bunyi dan rumusan kebijakan tersebut. Kemudian Hasbullah, (2015:37) menyatakan bahwa kebijakan memiliki cakupan yang sangat luas.

Beberapa pendapat di atas bahwa kebijakan harus dibedakan dengan kebijaksanaan. *Policy* diterjemahkan dengan kebijakan yang berbeda artinya dengan *wisdom* yang artinya kebijaksanaan. Pengertian kebijaksanaan memerlukan pertimbangan pertimbangan lebih jauh lagi, sedangkan kebijakan mencakup aturan- aturan yang ada didalamnya.

Dengan demikian kebijakan dianggap tepat karena memusatkan perhatian pada apa yang sebenarnya dilakukan dan bukan pada apa yang diusulkan atau dimaksudkan. Selain itu, konsep ini juga membedakan kebijakan dari keputusan yang merupakan pilihan di antara berbagai alternatif yang ada. Pemerintah sebagai penyelenggara negara mempunyai tanggung jawab kepada rakyatnya. Pemerintah sebagai penentu dari penyelesaian masalah yang terjadi dimasyarakat bisa dilihat dari hasil kebijakan yang ditetapkannya. Kebijakan bersumber dari usulan seseorang, kelompok atau pemerintah dalam upaya menyelesaikan hambatan yang menjadi masalah disuatu lingkungan tertentu. Sumber pengusul sangat berperan dalam menetapkan progam-programnya dengan menetapkan tujuan dan sasaran yang diinginkannya untuk ditindaklanjuti oleh pemerintah.

Waluyo (2017:43) menyatakan bahwa kebijakan publik memiliki daya ikat yang kuat terhadap masyarakat secara keseluruhan (*community as a whole*) dan memiliki daya paksa tertentu yang tidak dimiliki kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh organisasi-organisasi swasta.

Subarsono (2016:3) menyatakan bahwa kebijakan publik pada hakekatnya berurusan dengan bagaimana memutuskan “*who gets what and who pays given relative resource scarcity*”. Kemudian Mulyadi (2015:37), mengemukakan bahwa kebijakan publik pada dasarnya adalah suatu keputusan yang dimaksudkan untuk mengatasi kesalahan tertentu melakukan kegiatan tertentu, atau untuk mencapai tujuan tertentu yang dilakukan oleh instansi yang mempunyai wewenang dalam rangka penyelenggaraan tugas pemerintahan negara dan pembangunan, berlangsung dalam satu kebijakan tertentu.

Pendapat ahli di atas bahwa kebijakan publik merupakan suatu langkah tindakan yang secara sengaja dilakukan oleh seorang aktor atau sejumlah aktor berkenaan dengan adanya masalah dan memiliki daya ikat yang kuat terhadap masyarakat secara keseluruhan yang diputuskan dengan maksud untuk mengatasi kesalahan tertentu melakukan kegiatan tertentu dalam rangka penyelenggaraan tugas pemerintahan negara dan pembangunan, berlangsung dalam satu kebijakan tertentu.

Winarno (2016:102) menyatakan bahwa implementasi kebijakan bila dipandang dalam pengertian yang luas, merupakan alat administrasi hukum dimana berbagai aktor, organisasi, prosedur, dan teknik yang bekerja bersama-sama untuk menjalankan kebijakan guna meraih dampak atau tujuan yang diinginkan. Implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya, tidak lebih dan kurang. Untuk mengimplementasikan kebijakan publik, maka ada dua pilihan langkah yang ada, yaitu langsung mengimplementasikan dalam bentuk program-program atau melalui formulasi kebijakan *derivate* atau turunan dari kebijakan tersebut. Proses implementasi kebijakan publik baru dapat dimulai apabila tujuan-tujuan kebijakan publik telah ditetapkan, program-program telah dibuat dan dana telah dialokasikan untuk pencapaian tujuan kebijakan tersebut.

Mulyadi (2015:26) menyatakan bahwa implementasi suatu kebijakan pada dasarnya adalah suatu perubahan atau transformasi yang bersifat multi organisasi, dimana perubahan yang diterapkan melalui strategi implementasi kebijakan ini mengaitkan berbagai lapisan masyarakat. Tanpa implementasi yang efektif maka keputusan pembuat kebijakan tidak akan berhasil dilaksanakan. Implementasi

kebijakan adalah aktivitas yang terlihat setelah dikeluarkan pengarahan yang sah dari suatu kebijakan yang meliputi upaya mengelola input untuk menghasilkan *output* atau *outcome* bagi masyarakat.

Implementasi kebijakan bila dipandang dalam pengertian yang luas, merupakan alat administrasi hukum dimana berbagai aktor, organisasi, prosedur, dan teknik yang bekerja bersama-sama untuk menjalankan kebijakan guna meraih dampak atau tujuan yang diinginkan.

Winarno (2016 :126), faktor-faktor yang mendukung implementasi kebijakan, yaitu:

1. Komunikasi.

Ada tiga hal penting yang dibahas dalam proses komunikasi kebijakan, yakni transmisi, konsistensi, dan kejelasan (*clarity*). Faktor pertama yang mendukung implementasi kebijakan adalah transmisi. Seorang pejabat yang mengimplementasikan keputusan harus menyadari bahwa suatu keputusan telah dibuat dan suatu perintah untuk pelaksanaannya telah dikeluarkan. Faktor kedua yang mendukung implementasi kebijakan adalah kejelasan, yaitu bahwa petunjuk-petunjuk pelaksanaan kebijakan tidak hanya harus diterima oleh para pelaksana kebijakan, tetapi komunikasi tersebut harus jelas. Faktor ketiga yang mendukung implementasi kebijakan adalah konsistensi, yaitu jika implementasi kebijakan ingin berlangsung efektif, maka perintah-perintah pelaksanaan harus konsisten dan jelas.

2. Sumber-sumber.

Sumber-sumber penting yang mendukung implementasi kebijakan meliputi: staf yang memadai serta keahlian-keahlian yang baik untuk melaksanakan tugas-tugas mereka, wewenang dan fasilitas-fasilitas yang dapat menunjang pelaksanaan pelayanan publik.

3. Kecenderungan-kecenderungan atau tingkah laku-tingkah laku.

Kecenderungan dari para pelaksana mempunyai konsekuensi-konsekuensi penting bagi implementasi kebijakan yang efektif. Jika para pelaksana bersikap baik terhadap suatu kebijakan tertentu yang dalam hal ini berarti adanya dukungan, kemungkinan besar mereka melaksanakan kebijakan sebagaimana yang diinginkan oleh para pembuat keputusan awal.

4. Struktur birokrasi.

Birokrasi merupakan salah satu badan yang paling sering bahkan secara keseluruhan menjadi pelaksana kebijakan, baik itu struktur pemerintah dan juga organisasi-organisasi swasta.

Suatu kebijakan menyerap bermacam-macam tuntutan yang kadangkala bertentangan antara satu dengan yang lain. Untuk mengubah tuntutan-tuntutan menjadi hasil-hasil kebijakan (kebijakan-kebijakan publik), suatu sistem harus mampu mengatur penyelesaian-penyelesaian pertentangan atau konflik dan memberlakukan penyelesaian-penyelesaian ini pada pihak yang bersangkutan. Oleh karena suatu sistem dibangun berdasarkan elemen-elemen yang mendukung sistem tersebut dan hal ini bergantung pada interaksi antara berbagai subsistem.

Teori implementasi Ripley dan Franklin dalam Wulansari dan Prabawati (2021:315) dengan 3 (tiga) karakteristik yaitu tingkat kepatuhan pada ketentuan

yang ada, adanya kelancaran rutinitas, dan kinerja serta dampak yang diharapkan. Berikut merupakan kriteria keberhasilan implementasi suatu kebijakan menurut Ripley dan Franklin:

1. Tingkat Kepatuhan kepada Peraturan

Keberhasilan sebuah implementasi suatu program atau kebijakan dapat diukur pada seberapa patuh para pelaksana atau implementor terhadap peraturan yang terkandung di dalam sebuah perundangan-undangan, demikianlah menurut Ripley dan Franklin untuk keberhasilan suatu implementasi. Kepatuhan dapat pula dari tingkat kepatuhan pegawai kepada pemimpin, dan juga pemimpin kepada peraturan yang berlaku, serta menjalankan tugas dan fungsinya.

2. Kelancaran Rutinitas dan Tidak Terdapat Masalah Yang Dihadapi

Keberhasilan implementasi menurut Ripley dan Franklin yang kedua yaitu dapat dilihat dari aspek kelancaran rutinitas dan tidak terdapat hambatan atau masalah yang muncul. Implementasi berhasil dilaksanakan ketika seluruh kegiatan atau rutinitas berjalan dengan lancar dan tidak terjadi masalah yang ditemui.

3. Kinerja dan Dampak yang Diharapkan

Kinerja berkaitan dengan prestasi yang telah dihasilkan dengan sesuai standart yang ada atau yang telah ditetapkan, dan telah memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat seperti kinerja yang diberikan. Sedangkan dampak merupakan suatu akibat yang hadir atau timbul dari adanya pelaksanaan sebuah kebijakan yang dibuat itu sendiri.

Wahab (2012:71-78), syarat-syarat untuk dapat mengimplementasikan kebijakan negara secara sempurna, yaitu:

1. Kondisi eksternal yang dihadapi oleh badan atau instansi pelaksana tidak akan mengalami gangguan atau kendala yang serius. Hambatan-hambatan tersebut mungkin sifatnya fisik, politis dan sebagainya
2. Untuk pelaksanaan program tersedia waktu dan sumber-sumber yang cukup memadai
3. Perpaduan sumber-sumber yang diperlukan benar-benar tersedia
4. Kebijaksanaan yang akan diimplementasikan didasarkan oleh suatu hubungan kausalitas yang handal
5. Hubungan kausalitas bersifat langsung dan hanya sedikit mata rantai penghubungnya
6. Hubungan saling ketergantungan kecil
7. Pemahaman yang mendalam dan kesepakatan terhadap tujuan
8. Tugas-tugas diperinci dan ditempatkan dalam urutan yang tepat.
9. Komunikasi dan koordinasi yang sempurna
10. Pihak-pihak yang memiliki wewenang kekuasaan dapat menuntut dan mendapatkan kepatuhan yang sempurna.

Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tidak hanya ditujukan dan dilaksanakan untuk intern pemerintah saja, akan tetapi ditujukan dan harus dilaksanakan pula oleh seluruh masyarakat yang berada di lingkungannya.

2.2. Pengelolaan

Pengertian pengelolaan telah banyak diungkapkan oleh para ahli manajemen, meskipun dalam hal pengertiannya belum mempunyai kesamaan. Walaupun para ahli mengemukakan pendapat yang berbeda-beda, akan tetapi pada dasarnya mempunyai arti yang sama yaitu mengarahkan seseorang dalam mencapai suatu tujuan.

Hasbiyallah dan Sujudi (2019:1) Secara umum pengelolaan dapat diartikan sebagai pengadministrasian, pengaturan atau penataan suatu kegiatan. Pengelolaan merupakan sistem yang berfungsi untuk mengelola sesuatu.

Pengertian pengelolaan menurut para ahli adalah sebagai berikut (Zahroh, 2015: 176-177), pengelolaan merupakan suatu kemampuan untuk memperoleh hasil melalui orang lain dalam rangka pencapaian tujuan. Pengelolaan merupakan proses dan kegiatan pelaksanaan usaha memimpin dan menunjukkan arah penyelenggaraan tugas organisasi dalam mewujudkan tujuan.

Hasbiyallah dan Sujudi (2019: 6).Pengelolaan berdasarkan perspektif islam yaitu merupakan tanggung jawab manusia, yaitu berupa jiwa kepemimpinan untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Suatu kegiatan akan mencapai tujuannya jika dapat melakukan pengelolaan dengan baik, begitupun sebaliknya jika dalam pengelolaannya kurang baik maka akan menghambat pencapaian tujuan.

2.2.1. Pengelolaan Pendapatan Daerah

Pendapatan diartikan sebagai aliran masuk atau kenaikan lain aset entitas atau pelunasan utang atau kombinasi keduanya dalam suatu periode yang berasal

dari pembuatan atau penyerahan barang, penyerahan jasa, atau kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama entitas.

Chabib Sholeh dan Heru Rochmansjah (2010:26) dalam bukunya yang berjudul *Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah*, dalam Akuntansi Pemerintahan, pengertian pendapatan berbeda antar kategori pendapatan. Ada dua kategori pendapatan dalam Akuntansi Pemeritah, yaitu :

1. Pendapatan Laporan Realisasi Anggaran (LRA)

Pendapatan LRA adalah semua penerimaan rekening kas umum pemerintahan yang menambah saldo anggaran lebih dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan yang menjadi hak pemerintah dan tidak perlu dibayar kembali oleh pemerintah. Pendapatan LRA dicatat berdasarkan basis kas.

Chabib Sholeh dan Heru Rochmansjah (2010:27) dalam bukunya yang berjudul *Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah*, ada tiga klasifikasi pendapatan LRA yang disajikan pada laporan realisasi anggaran Pemerintah Daerah, yaitu:

- a. Pendapatan Asli Daerah
- b. Pendapatan Transfer
- c. Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah

2. Pendapatan Laporan Operasional (LO)

Pendapatan LO adalah hak pemerintah yang diakui sebagai penambah ekuitas dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan dan tidak perlu dibayar kembali. Pendapatan LO diakui dan dicatat berdasarkan basis akrual.

Chabib Sholeh dan Heru Rochmansjah (2010:28) ada lima klasifikasi pendapatan LO yang disajikan pada laporan realisasi anggaran Pemerintah Daerah, yaitu:

- a. Pendapatan Asli Daerah
- b. Pendapatan Transfer
- c. Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah
- d. Surplus non Oprasional
- e. Pendapatan luar biasa

Baldric Siregar (2015:31), Pendapatan Daerah adalah semua penerimaan rekening kas umum daerah yang menambah saldo anggaran lebih dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan yang menjadi hak Pemerintah Daerah dan tidak perlu dibayar kembali. Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, Pendapatan Daerah adalah hak Pemerintah Daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih dalam periode tahun bersangkutan.

Baldric Siregar (2015:31) dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Sektor Publik, Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang diperoleh Pemerintah Daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan Daerah.

Carunia Mulya Irdausy (2014:15) dalam bukunya yang berjudul Efektivitas dan Akuntabilitas Dana Perimbangan dan Perannya Terhadap Pembangunan Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah, Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-

lain pendapatan asli daerah yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali pendanaan dalam pelaksanaan otonomi daerah sebagai perwujudan asas desentralisasi.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah, Pendapatan Asli Daerah selanjutnya disebut (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pendapatan Asli Daerah merupakan penerimaan daerah yang bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan perundang-undangan.

Sumber-sumber pendapatan asli daerah menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah

1. Pajak Daerah

Sejalan dengan penjelasan UU No. 28 Tahun 2009 tentang PDRD, sebagai pengganti dari UU No. 18 Tahun 1997 sebagaimana telah diubah dengan UU No. 34 Tahun 2000 juga lebih mempertegas pengertian pajak dalam tataran pemerintahan yang lebih rendah (daerah), sebagai berikut: "Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran

rakyat”. Menurut Undang-undang No. 28 Tahun 2009, jenis-jenis pajak daerah terdiri dari:

a. Jenis Pajak Provinsi terdiri atas:

- 1) Pajak kendaraan bermotor
- 2) Bea balik nama kendaraan bermotor
- 3) Pajak bahan bakar kendaraan bermotor
- 4) Pajak rokok

b. Jenis Pajak Kabupaten/Kota terdiri atas:

- 1) Pajak Hotel
- 2) Pajak Restoran
- 3) Pajak Hiburan
- 4) Pajak Reklame
- 5) Pajak Penerangan Jalan
- 6) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
- 7) Pajak Parkir
- 8) Pajak Air Tanah
- 9) Pajak Sarang Burung Walet
- 10) Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan
- 11) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

2. Retribusi Daerah

Sejalan dengan penjelasan UU No. 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, sebagai pengganti dari UU No. 18 tahun 1997 sebagaimana telah diubah dengan UU No. 34 tahun 2000, lebih mempertegas pengertian retribusi dalam tataran pemerintah yang lebih

rendah, sebagai berikut:”Retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan pribadi atau Badan”. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 28 Tahun 2009, Objek dan Golongan Retribusi terdiri dari:

a. Jasa umum

Objek retribusi jasa umum adalah pelayanan yang disediakan atau diberikan Pemerintah Daerah untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan. Ada beberapa jenis-jenis retribusi jasa umum adalah sebagai berikut:

- 1) Retribusi pelayanan kesehatan
- 2) Retribusi pelayanan persampahan/kebersihan
- 3) Retribusi penggantian biaya cetak kartu tanda penduduk dan akta catatan sipil
- 4) Retribusi pelayanan pemakaman dan pengabuan mayat
- 5) Retribusi pelayanan parkir di tepi jalan umum
- 6) Retribusi pelayanan pasar
- 7) Retribusi pengujian kendaraan bermotor
- 8) Retribusi pemeriksaan alat pemadam kebakaran
- 9) Retribusi pergantian biaya cetak peta
- 10) Retribusi penyediaan dan/ atau penyedotan kakus
- 11) Retribusi pengolahan limbah cair
- 12) Retribusi pelayanan tera/tera ulang

13) Retribusi pelayanan pendidikan dan

14) Retribusi pengendalian menara telekomunikasi

b. Retribusi Jasa Usaha

Jenis-jenis retribusi jasa usaha adalah:

1) Retribusi pemakaian kekayaan daerah

2) Retribusi pasar grosir dan / atau pertokoan

3) Retribusi tempat pelelangan

4) Retribusi terminal

5) Retribusi tempat khusus parkir

6) Retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/villa

7) Retribusi rumah potong hewan

8) Retribusi pelayanan kepelabuhan

9) Retribusi tempat rekreasi dan olahraga

10) Retribusi penyebrangan di air, dan

11) Retribusi penjualan produksi usaha daerah

3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Sah merupakan penerimaan daerah atas hasil penyertaan modal daerah Jenis pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan terdiri dari:

a. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah atau BUMD (Badan Usaha Milik Daerah)

b. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik pemerintah atau BUMN (Badan Usaha Milik Negara)

- c. Bagian atas penyertaan modal pada perusahaan milik swasta atau kelompok usaha masyarakat.

4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah menyatakan bahwa Lain-lain Pendapatan Asli daerah Yang Sah sebagaimana dimaksud pada ayat

(1) huruf d terdiri atas:

- a. Hasil penjualan BMD yang tidak dipisahkan
- b. Hasil pemanfaatan BMD yang tidak dipisahkan
- c. Hasil kerja sama daerah
- d. Jasa giro
- e. Hasil pengelolaan dana bergulir
- f. Pendapatan bunga
- g. Penerimaan atas tuntutan ganti kerugian Keuangan Daerah
- h. Penerimaan komisi, potongan, atau bentuk lain sebagai akibat penjualan, tukar-menukar, hibah, asuransi, dan/atau pengadaan barang dan jasa termasuk penerimaan atau penerimaan lain sebagai akibat penyimpanan uang pada bank, penerimaan dari hasil pemanfaatan barang daerah atau dari kegiatan lainnya merupakan Pendapatan Daerah
- i. Penerimaan keuntungan dari selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing
- j. Pendapatan denda atas keterlambatan pelaksanaan pekerjaan
- k. Pendapatan denda pajak daerah

- l. Pendapatan denda retribusi daerah
- m. Pendapatan hasil eksekusi atas jaminan
- n. Pendapatan dari pengembalian
- o. Pendapatan dari BLUD dan
- p. Pendapatan lainnya sesuai dengan ketentuan praturan Perundang-undangan

2.2.2. Pemendagri No. 31 Tahun 2023

Permendagri No. 31 Tahun 2023 menyatakan bahwa untuk mendukung pemberdayaan usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, serta pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik dalam negeri, melindungi konsumen, mendorong perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik, serta memperhatikan perkembangan teknologi yang dinamis, perlu mengatur kembali ketentuan mengenai perizinan berusaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik;

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat sehingga perlu diganti. Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik. Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha. Jasa adalah setiap layanan dan unjuk kerja berbentuk pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai, yang diperdagangkan oleh satu pihak ke pihak lain dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau pelaku usaha.

Pelaku Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disebut Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang dapat berupa pelaku usaha dalam negeri dan pelaku usaha yang berkedudukan di luar negeri dan melakukan kegiatan usaha di bidang PMSE. Pelaku Usaha Dalam Negeri adalah warga Negara Indonesia atau badan usaha yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang melakukan kegiatan usaha di bidang PMSE. Pelaku Usaha Yang Berkedudukan di Luar Negeri yang selanjutnya disebut Pelaku Usaha Luar Negeri adalah warga negara asing atau badan usaha yang didirikan dan berkedudukan di luar wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang melakukan kegiatan usaha di bidang PMSE di wilayah negara Republik Indonesia.

Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PPMSE adalah Pelaku Usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi Perdagangan. Pedagang (*Merchant*) adalah Pelaku Usaha yang melakukan PMSE dengan sarana yang dibuat dan dikelola sendiri secara langsung atau melalui sarana milik pihak PPMSE, atau Sistem Elektronik lainnya yang menyediakan sarana PMSE. Penyelenggara Sarana Perantara (*Intermediary Services*) yang selanjutnya disingkat PSP adalah Pelaku Usaha Dalam Negeri atau Pelaku Usaha Luar Negeri yang menyediakan sarana komunikasi elektronik selain penyelenggara telekomunikasi yang hanya berfungsi sebagai perantara dalam komunikasi elektronik antara pengirim dan penerima.

Retail Online adalah Pedagang (*Merchant*) yang melakukan PMSE dengan sarana berupa situs web atau aplikasi secara komersial yang dibuat, dikelola, dan/atau dimiliki sendiri. Lokapasar (*Marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi Pedagang (*Merchant*) untuk dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa. Iklan Baris *Online* adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi dengan tujuan komersial yang mempertemukan penjual dan pembeli yang keseluruhan proses transaksinya terjadi di luar situs web atau aplikasinya.

Pelantar (*Platform*) Pembanding Harga adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi dengan tujuan komersial yang menampilkan perbandingan harga Barang dan/atau Jasa yang

dijual pada situs web atau aplikasi lain. *Daily Deals* adalah sarana untuk menjalankan Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi dengan tujuan komersial berupa penjualan kupon diskon dan/atau kemudahan fasilitas lainnya yang dapat digunakan sebagai sarana pembayaran oleh konsumen untuk melakukan pembelian Barang dan/atau Jasa ke Pelaku Usaha lainnya.

Social-Commerce adalah penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan Pedagang (*Merchant*) dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa. Media Sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Agregasi Barang adalah proses kegiatan yang mencakup pengemasan ulang, bantuan pengelolaan, penyediaan gudang, dan kegiatan lain yang membuat Pedagang (*Merchant*) tidak langsung mengirimkan barangnya kepada konsumen.

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah.

Konsumen adalah setiap orang pemakai Barang dan/atau Jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Perizinan Berusaha adalah legalitas yang diberikan kepada Pelaku Usaha untuk memulai dan menjalankan usaha dan/atau kegiatannya. Perizinan Berusaha Bidang PMSE adalah legalitas yang diberikan kepada Pelaku Usaha untuk memulai dan menjalankan usaha dan/atau kegiatan PMSE.

Iklan Elektronik adalah informasi untuk kepentingan komersial atas Barang dan/atau Jasa melalui komunikasi elektronik yang dimuat dan disebarluaskan kepada pihak tertentu baik yang dilakukan secara berbayar maupun yang tidak berbayar. Pelaku Usaha terdiri atas:

- a. Pelaku Usaha Dalam Negeri yang meliputi:
 1. Pedagang (*Merchant*) dalam negeri;
 2. PPMSE dalam negeri; dan
 3. PSP dalam negeri; dan
- b. Pelaku Usaha Luar Negeri yang meliputi:
 1. Pedagang (*Merchant*) luar negeri;
 2. PPMSE luar negeri; dan
 3. PSP luar negeri.

Pedagang (*Merchant*) dalam negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a angka 1 termasuk pedagang yang melakukan PMSE melalui Media Sosial yang menyediakan sarana PMSE. Model bisnis PPMSE dalam negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a angka 2 dan PPMSE luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b angka 2 dapat berupa:

- a. *Retail Online*;
- b. *Lokapasar (Marketplace)*;
- c. *Iklan Baris Online*;
- d. *Pelantar (Platform) Pembanding Harga*;
- e. *Daily Deals*; dan
- f. *Social-Commerce*.

Perizinan Berusaha bagi Pedagang (*Merchant*) dalam negeri di sektor PMSE yang hanya melakukan kegiatan perdagangan eceran secara daring melalui Sistem Elektronik, menggunakan klasifikasi baku lapangan usaha Indonesia Perdagangan eceran melalui pemesanan pos atau internet. Dalam hal Iklan Elektronik disampaikan melalui sarana PPMSE, PPMSE wajib mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang penyiaran, perlindungan atas privasi dan data pribadi, perlindungan Konsumen, dan tidak bertentangan dengan prinsip persaingan usaha yang sehat. Pelaku Usaha yang membuat, menyediakan sarana, dan/atau menyebarluaskan Iklan Elektronik wajib memastikan substansi atau materi Iklan Elektronik yang disampaikan tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan bertanggung jawab terhadap substansi atau materi Iklan Elektronik.

2.3. Penelitian Terdahulu

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti (Tahun) | Judul | Uraian | Hasil Penelitian |
|-----|--|---|--|--|
| 1. | Kevin Simanjuntak dan Rianita Puspita Sari | Analisis Sistem <i>E-commerce</i> pada Tiktok | Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui analisis | Berdasarkan hasil analisis data diharapkan bisa mengurangi kelemahan |

| No. | Nama Peneliti (Tahun) | Judul | Uraian | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|--|--|
| | (2023) | <i>Shop</i> untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT | Sistem S-Commerce pada Tiktok <i>Shop</i> untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT | dan bahaya, serta meningkatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki Tiktok dengan mempraktikkan strategi S-O, WO, S-T, dan WT.. |
| 2. | I Kadek Sabda Pujangga dan Desak Putu Dewi Kasih (2022) | Penerapan Pengaturan Perizinan Penyelenggaraan <i>E-Marketplace</i> | Tujuan studi ini untuk mengkaji pengaturan mengenai perizinan penyelenggaraan <i>e-marketplace</i> dan untuk mengetahui penerapan perizinan penyelenggaraan <i>e-marketplace</i> pada PT. Bali Unggul Sejahtera. | Hasil studi menunjukkan pengaturan mengenai perizinan penyelenggara Untuk mengetahui implementasi kebijakan tiktok <i>Shop</i> dan faktor penghambat tingkat pendapatan penjual tiktok <i>Shop</i> .an <i>e-marketplace</i> telah diatur dalam ketentuan perundang-undangan yaitu PP RI No. 80 Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Permendag No. 50 tahun 2020 mengenai Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. |
| 3. | Allsela Meiriza dan Rizky Sawitri (2023) | Analisis Faktor Penerimaan TikTok <i>Shop</i> berdasarkan Model UTAUT2 dan | Untuk mengetahui faktor-faktor penerimaan TikTok <i>Shop</i> pada masyarakat | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebiasaan (habit), pengaruh sosial (<i>social influence</i>), konstruk-konstruk social commerce |

| No. | Nama Peneliti (Tahun) | Judul | Uraian | Hasil Penelitian |
|-----|---|---|--|---|
| | | SCC | Sumatera Selatan berdasarkan model UTAUT dan <i>Social Commerce Constructs</i> . | (SCC), dan kepercayaan pengguna (<i>user trust</i>) merupakan komponen yang mempengaruhi minat masyarakat Sumatera Selatan untuk melakukan pembelian (PI) pada TikTok Shop. |
| 4. | Ninik Ayu Nopitasari dan Dwi Fatrianto Suyatno (2023) | Analisis Kepuasan Pengguna Fitur TikTok Shop pada Aplikasi TikTok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean | Untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. | Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean yaitu Content. |
| 5. | Binti Azizaton Nafiah, dkk (2021) | Implementasi Jawa Timur Belanja Online Sebagai Peningkatan Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Akibat Pandemi Covid-19 | Untuk menganalisis dan mengetahui implementasi Jatim Bejo dalam upaya peran UMKM akibat Pandemi. | Hasil penelitian membuktikan bahwa implementasi Jatim Bejo dapat meningkatkan Peran UMKM di Provinsi Jawa Timur |

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

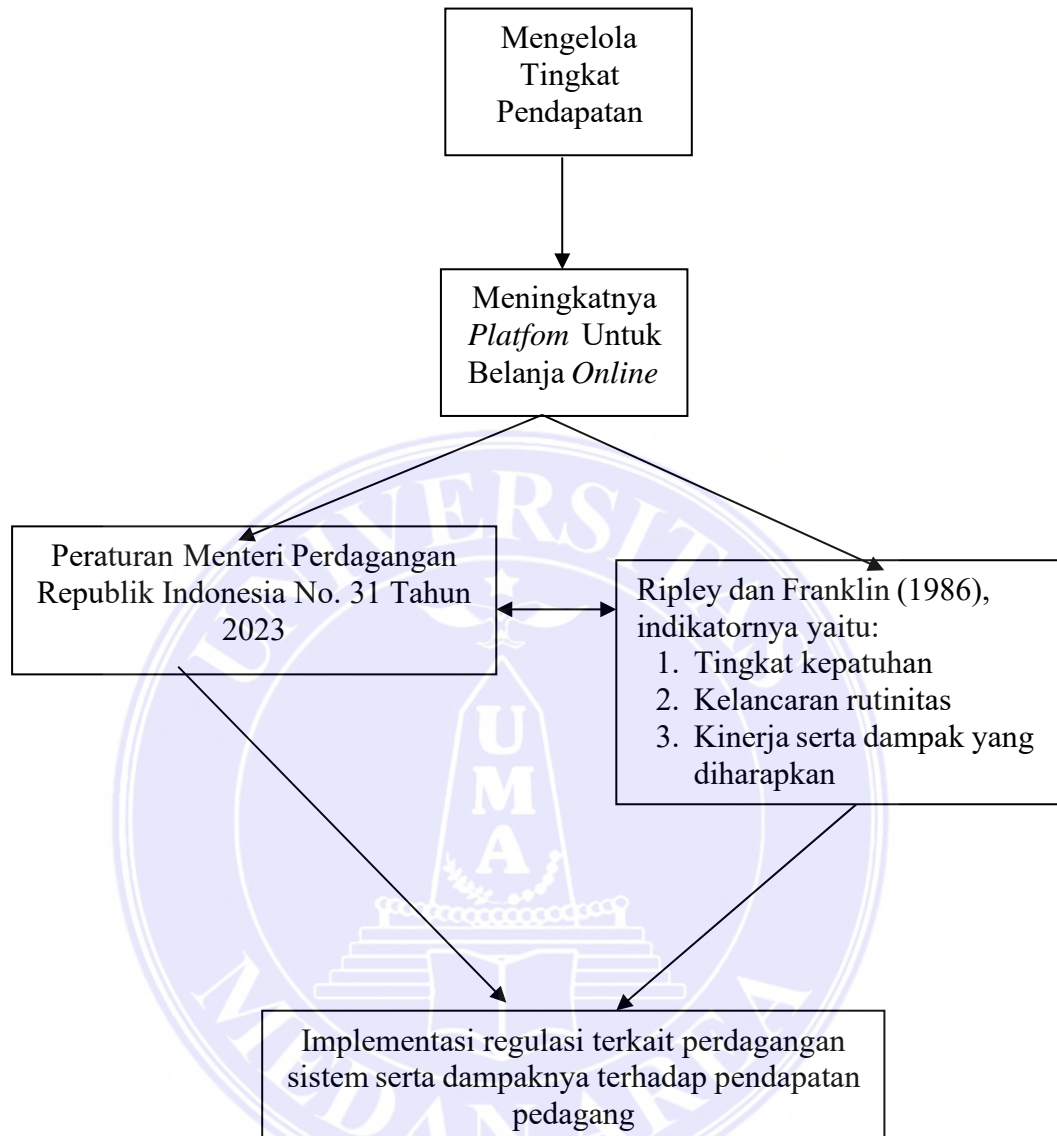
Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini.

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai salah satu acuan konten, sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan mengkaji riset jurnal-jurnal nasional dengan topik yang sesuai dengan penjualan *online* oleh pemilik UMKM. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan judul yang serupa namun menemukan beberapa jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini yaitu mengenai kebijakan pemerintah terkait pemendagri No. 31 tahun 2023.

2.4. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah alur berpikir yang berfungsi sebagai pijakan yang memungkinkan peneliti untuk menggali data yang ada di lapangan, agar tidak membuat persepsi sendiri. Sedangkan menurut Sugiyono (2019:27) mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berikut merupakan skema kerangka berpikir yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini.

Gambar 3
Kerangka Berpikir Penelitian



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Meningkatnya jumlah masyarakat berjualan mengakibatkan meningkatnya juga kebutuhan akan media sosial. Hal ini dikarenakan setiap penjual membutuhkan tempat berjualan untuk menjual produknya. Dalam hal ini, *platform* belanja *online* menjadi kebutuhan bagi penjual yang ingin berjualan. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan tersebut mungkin diperlukan *platform* belanja *online* agar kebutuhan tersebut dapat diakses. Salah satu upaya

untuk menjelaskan permasalahan yang terjadi dilapangan mengenai peraturan baru yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan tersebut, media sosial hanya dapat digunakan sebagai *platform* untuk mempromosikan barang dan jasa, dan tidak dapat digunakan untuk transaksi langsung. Larangan tersebut berlaku untuk *platform* media sosial yang mengoperasikan toko *online* yang berafiliasi langsung, seperti aplikasi media sosial asal Cina, TikTok, yang sangat populer di Indonesia.

Pelarangan TikTok *Shop* tentu akan membuat pelaku UMKM kehilangan jangkauan pasar yang luas ini dan harus memulai strategi pemasaran dan mencari jangkauan pasar yang baru lagi dari awal di *platform* penjualan lain. Di sisi lain TikTok *Shop* telah membantu banyak UMKM meningkatkan visibilitas dan penjualan mereka. Tak hanya mendapat pelanggan baru, banyak pelaku UMKM juga mendapatkan keuntungan berlebih dari TikTok *Shop* ini. Ketika TikTok *Shop* sudah dilarang, tentu akan menimbulkan masalah baru. Banyak pelaku UMKM akan kehilangan pasar, daya beli semakin menurun, dan pertumbuhan ekonomi terhambat.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Menurut Sugiyono (2019: 37), “Jenis data kualitatif adalah nilai dari arti perubahan yang dinyatakan dalam angka-angka”. Jenis data kualitatif merupakan jenis data yang berhubungan dengan data yang bukan angka misalnya hasil wawancara, pertemuan di lapangan dan sebagainya. Sedangkan data kuantitatif adalah jenis data yang berhubungan dengan bilangan atau angka di lapangan.

Sugiyono (2019: 225) bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat dikumpulkan dari sumber data primer dan data sekunder. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data yang diperoleh dari data primer ini yaitu adalah hasil observasi dan wawancara dengan narasumber. Sumber data sekunder Data sekunder dalam penelitian ini adalah gambaran umum, struktur organisasi, dan *job description* dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Deli Serdang.

3.2. Informan Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:144) pengertian informan penelitian adalah sebagai berikut: “Informan penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan realiable tentang suatu hal (variabel tertentu)”.

Objek dalam penelitian ini adalah implementasi permendagri No. 31 Tahun 2023 dalam mengelola tingkat pendapatan. Sedangkan informan dari penelitian ini adalah:

Tabel 3
Informan Penelitian

| No. | Uraian | Jumlah (Orang) | Keterangan |
|-------|---|----------------|-----------------------------|
| 1. | 1) Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan, yaitu Bapak Putra Jaya Manalu, MM 2) Kepala Desau Laudendang yaitu Bapak Nono Ismanto | 2 | Informan Kunci |
| 2. | Pedagang TiktokShop, yaitu: 1) Ocha Butik = Icha Putri Nst 2) Peach Shop = Maya Anggraini 3) Toko Baju Impor Anak = Vira Anggita 4) Branded Shop = Intan Dianti | 4 | Informan Utama |
| 3. | Pembeli TiktokShop, yaitu: 1) Cindy 2) Dessy 3) Sri indah 4) Jayanti 5) Putri 6) Sella | 6 | Informan Tambahan |
| Total | | 12 | Informan berjumlah 12 orang |

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data sesuai tata cara penelitian sehingga diperoleh data yang dibutuhkan.

1. Dokumentasi

Suatu teknik pengumpulan data dengan jalan mengintip kembali data-data yang diperlukan. Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan

data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.

Untuk mendapatkan data sekunder digunakan teknik dokumentasi, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data dengan cara mengumpulkan buku harian, surat kabar, laporan, mencatat dokumen- dokumen, yang ada mengenai perencanaan, peraturan dan lain sebagainya berkaitan dengan masalah yang diteliti sebagai bahan analisa.

2. Observasi

Yaitu dengan melakukan pengamatan langsung pada objek di lapangan untuk mengetahui dan mengamati keadaan fisik daerah kawasan, keadaan sosial dan budaya masyarakat di lokasi penelitian. Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui objektifitas dari kenyataan maupun keadaan kondisi yang ada tentang regulasi tiktokShop.

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua orang yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara berstruktur yang merupakan teknik wawancara dimana pewawancara menggunakan (mempersiapkan) daftar pertanyaan, atau daftar isian pedoman saat melakukan wawancara.

3.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Oleh karena itu, dalam pengelolaan data yang diperoleh

tentunya harus menggunakan metode pengolahan data yang bersifat kualitatif. Data yang diperoleh melalui instrumen penelitian (wawancara dan observasi). Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat ataupun narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara ataupun observasi. Riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berfikir induktif yakni cara berfikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus menuju hal-hal yang umum. Teknik analisis data yaitu proses pelacakan dan penyeleksian secara sistematis tentang transkrip, wawancara, catatan lapangan dan bahan lainnya agar peneliti dapat menyajikan temuannya.

Proses penelitian ini berbentuk siklus meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data, Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Fungsinya untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi sehingga interpretasi bisa ditarik. Dalam proses ini peneliti benar-benar mencari data yang valid. Ketika peneliti menyangsikan kebenaran data yang diperoleh akan dicek ulang dengan informan lain yang dirasa peneliti lebih mengetahui. Pada tahapan ini, peneliti mengumpulkan seluruh data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah didapat selama proses penelitian.
2. Penyajian data, adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, atau bagan.

Dalam penyajian data ini dilengkapi dengan analisis data yang meliputi analisis hasil observasi, analisis hasil dokumentasi dan analisis hasil wawancara.

3. Menarik kesimpulan atau verifikasi, dimana kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat. Kemudian langkah selanjutnya adalah melaporkan hasil penelitian dengan lengkap. Pada tahap penarikan kesimpulan ini yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan terhadap hasil analisis/ penafsiran data dan evaluasi kegiatan yang mencakup pencarian makna serta pemberian penjelasan dari data yang telah diperoleh.

3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.5.1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada pedagang *tiktokShop* yang berada di Jalan Perhubungan No. 41, Laut Dendang, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupataen Deli Serdang, Sumatera Utara 20371.



Gambar 4. Kantor Kepala Desa Laut Dendang



Gambar 5. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Deli Serdang

3.5.2. Jadwal Penelitian

**Tabel 4
Jadwal Penelitian**

| No | Proses Penelitian | Tahun 2023 | | | | Tahun 2024 | | | | | | | | | |
|-----|----------------------|------------|-----|-----|-----|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|
| | | Sep | Okt | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Ags | Sep | |
| 1. | Pengajuan Judul | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Kunjungan Perusahaan | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Pembuatan Proposal | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| 4. | Seminar Proposal | | | | ■ | | | | | | | | | | |
| 5. | Pengumpulan Data | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | |
| 6. | Penyusunan Skripsi | | | | | | | ■ | | | | | | | |
| 7. | Analisa Data | | | | | | | | ■ | | | | | | |
| 8. | Bimbingan Skripsi | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| 9. | Seminar Hasil | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | |
| 10. | Sidang Meja Hijau | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dikaji sesuai hasil di lapangan dan pembahasan terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan masih ada pedagang tiktok *Shop* yang melanggar Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag No. 31 Tahun 2023) tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui sistem elektronik. Penjual tiktok*Shop* kehilangan jangkauan pasar yang luas ini dan harus memulai strategi pemasaran dan mencari jangkauan pasar yang baru lagi dari awal di *platform* penjualan lain. Penjual juga mengalami penurunan pendapatan dikarena *platform* belanja di tiktok*Shop* tidak ada. Akan tetapi pedang tiktok juga masi melakukan pelanggaran seperti masih menggunakan aplikasi tiktok untuk melakukan penjualan *online* bukan hanya sebagai sosial media saja.

Konsumen tidak dapat lagi merasakan adanya keterlibatan langsung antara konsumen dengan penjual melalui aplikasi belanja *online* lainnya. Dan tidak semua konsumen mempunyai waktu untuk sekedar membeli barang melalui toko yang ada di pasar, sehingga dengan di tutupnya fitur tiktok *Shop* banyak konsumen merasa dirugikan. Selain itu, dengan di tutupnya fitur tiktok *Shop* potensi harga barang di barang akan meningkat.

5.2. Saran

Penelitian yang peneliti lakukan tentunya masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, berdasarkan hasil penelitian maka peneliti hendak memberi saran. Berikut saran yang dapat peneliti berikan:

1. Pemerintah harus melakukan pemisahan bisnis antara *social commercil* dan *e-commerce* dan membuat regulasi yang mengatur tentang *social commerce* dan *e-commerce* dimaksud berupa kepatuhan pajak, pembatasan produk impor, kewajiban sertifikasi halal dll sehingga akan tercipta persaingan usaha yang sehat, menjaga level of playing field yang setara antara *platform* social media dan *platform* e-commerce.
2. Pemerintah memfasilitasi pedagang pakaian tiktok *Shop*, dengan memberikan pelatihan untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM), Memberi bantuan modal berupa pinjaman dengan bunga kecil/serendah-rendahnya. Memberikan kesempatan kepada pedagang pakaian tiktok *Shop* untuk melakukan penjualan gratis guna mempromosikan produk yang diperjual belikan. Mengadakan pameran untuk memberi kesempatan kepada pedagang pakaian tiktok *Shop* untuk menjual produk unggulannya secara langsung kepada masyarakat pembeli
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan ruang lingkup penelitian dengan memperdalam implementasi Pemendagri no. 31 Tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aminatul, Zahroh. 2015. *Membangun Kualitas Pembelajaran melalui Dimensi Profesionalisme Guru*. Bandung : Yrama Widya
- Baldric Siregar. 2017. *Akuntansi Sektor Publik. Edisi 2*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Carunia Mulya Irdausy. 2014. *Efektifitas dan Akuntabilitas Dana Perimbangan dan Peranannya*. Jakarta: P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika.
- Chabib Soleh, Heru Rochmansjah.2010. *Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah*. Bandung : Fokusmedia
- Hasbiyallah dan Sujudi, Nayif. 2019. *Pengelolaan Pendidikan Islam: Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Marzali, Amri. 2015. *Antropologi dan Kebijakan Publik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyadi, Deddy, 2015. *Studi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik. Konsep dan Aplikasi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Nugroho, Adi Sulisty, 2016, *E-commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CEKUILIBRIA.
- Subarsono. 2009. *Analisis Kebijakan Publik Konsep Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. 2016. *Analisis Kebijakan Publik (Konsep, Teori dan Aplikasi. Cetakan VII*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tahir, 2014, *Kebijakan Publik dan Transparansi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah*. Bandung : Alfabeta.
- Wahab, Solichin Abdul, 2012. *Analisis Kebijakan (Formulasi Ke Penyusunan ModelModel Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Waluyo. 2017. *Perpajakan Indonesia edisi 12 buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.

Winarno,Budi. 2016. *Kebijakan publik era globalisasi(teori,proses dan studi kasus kompratif)*, Yogyakarta : CAPC(Center Of Academic Publishing Service).

Jurnal

Aisyah, Siti, dkk. 2023. *Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Shop Sebagai Media Promosi Terhadap UMKM Toko Hijab di MMTTC*. Junral Nusantara Berbakti. Vol. 1, No. 1.

Allsela Meiriza dan Rizky Sawitri. 2023. *Analisis Faktor Penerimaan TikTok Shop berdasarkan Model UTAUT2 dan SCC*. Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi. Vol. 9, No. 1.

Binti Azizaton Nafiah, dkk . 2021. *Implementasi Jawa Timur Belanja Online Sebagai Peningkatan Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Akibat Pandemi Covid-19*. Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara e-ISSN 2614-2945 Volume 8 Nomor 2.

I Kadek Sabda Pujangga dan Desak Putu Dewi Kasih. 2022. *Penerapan Pengaturan Perizinan Penyelenggaraan E-Marketplace*. Jurnal Ilmu Hukum Kerta Desa. Vol. 10, No. 12.

Kevin Simanjuntak dan Rianita Puspita Sari. 2023. *Sistem E-Commerce pada Tiktok Shop untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT*. Jurnal Unitek. Vol. 6, No. 1.

Marbun, Bela dan Rasyid, Anuar. 2022. *Pengaruh Tiktokshop Terhadap Motif Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Riau*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 11, No. 2.

Ninik Ayu Nopitasari dan Dwi Fatrianto Suyatno. 2023. *Kepuasan Pengguna Fitur Tiktok Shop pada Aplikasi Tiktok Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean*. Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI). Vol. 4, No. 3.

Undang-Undang

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

Informan Kunci (Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan)

a. Tingkat Kepatuhan

1. Keberhasilan kebijakan tentu meliputi isi kebijakannya, apa sajakah isi-isi kebijakan yang ada dalam implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop?
2. Dalam melakukan proses implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop sudah sejauh manakah tingkat kepatuhan pedagang pakaian tiktokshop?
3. Apakah proses implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop sudah sejauh manakah tolak ukur keberhasilan yang dicapai?
4. **Apakah konsekuensi yang diterima pedagang pakaian tiktokshop terkait implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan jika tidak dijalankan?**

b. Kelancaran Rutinitas

1. **Bagaimana sosialisasi yang diberikan pemerintah terkait kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop?**
2. Apakah kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop mempengaruhi penjualan pedagang?
3. Bagaimana strategi pemerintah dalam menjalankan kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop?
4. Apakah terdapat fasilitas yang diberikan pemerintah dalam menjalankan kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop?

c. Kinerja yang Diharapkan

1. Apa sajakah faktor-faktor keberhasilan dalam implementasi kebijakan yang dilaksanakan?
2. Dalam melaksanakan kebijakan tersebut tentu melibatkan banyak kepentingan, dan sejauh manakah kepentingan-kepentingan tersebut membawa pengaruh terhadap implementasinya?
3. Dalam pelaksanaan kebijakan pengelolaan pendapatan ini, apakah pemerintah dalam memberikan kebijakan yang dibuatnya sudah rinci?
4. Seperti apa perubahan dan penerimaan masyarakat terhadap hasil kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop yang diimplementasikan?

Informan Utama (Pedagang Pakaian Tiktokshop)

a. Tingkat Kepatuhan

1. Adakah konsekuensi yang diberikan pemerintah terkait implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop?
2. Sudah sejauh manakah pedagang pakaian tiktokshop menjalankan implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan?
3. Apakah proses implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop mendapatkan pengawasan ketat pemerintah?
4. Bagaimana tingkat kepatuhan implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan pakaian tiktokshop?

b. Kelancaran Rutinitas

1. Apakah tujuan kebijakan pengelolaan pendapatan yang dilakukan mempengaruhi tingkat pendapatan?
2. Apakah faktor dampak dan tingkat perubahannya terkait implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop yang diterima?
3. Manfaat apa saja yang didapatkan oleh pedagang pakaian tiktokshop dari hasil implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan tersebut?
4. Implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan tentu membuahkan dampak dan perubahan yang signifikan, derajat perubahan seperti apakah yang dicapai?

c. Kinerja yang Diharapkan

1. Apa tingkat pendapatan dapat meningkatkan terkait kebijakan pengelolaan pendapatan?
2. Sejauhmana pengaruh kebijakan tersebut terhadap tingkat pendapatan yang ada?
3. Apakah pemerintah memberikan pengarahan dalam menjalankan kebijakan pengelolaan pendapatan tersebut?
4. Seperti apa perubahan yang dirasakan terkait adanya kebijakan pengelolaan pendapatan pakaian tiktokshop?

Informan Tambahan (Pembeli Pakaian Tiktokshop)

a. Tingkat Kepatuhan

1. Apakah kebijakan yang dibuat oleh pemerintah berpengaruh kepada pembeli?
2. Apakah dengan kebijakan yang dibuat pemerintah, pembeli menerima peraturan yang diberikan?
3. Bagaimanakah pengawasan kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop?

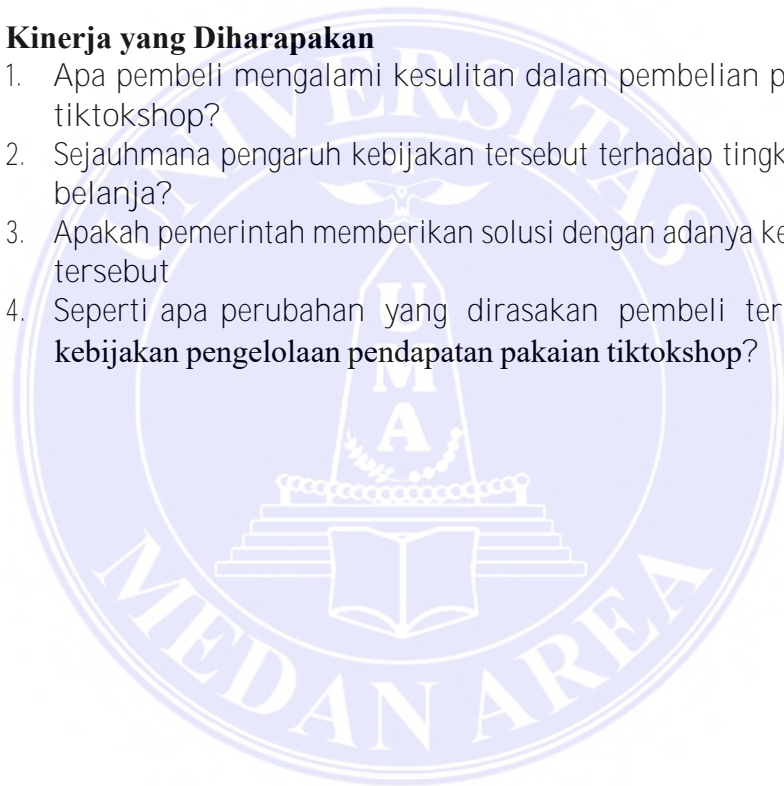
4. Bagaimana tingkat kepatuhan pedagang pakaian tiktokshop?

b. Kelancaran Rutinitas

1. Apakah kebijakan pengelolaan pendapatan berdampak pada pembelian kebutuhan?
2. Apakah dan tingkat perubahannya terkait implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan pedagang pakaian tiktokshop?
3. Manfaat apa saja yang didapatkan oleh pembeli pakaian tiktokshop dari hasil implementasi kebijakan pengelolaan pendapatan tersebut?
4. Derajat perubahan seperti apakah yang dicapai terkait kebijakan tersebut?

c. Kinerja yang Diharapkan

1. Apa pembeli mengalami kesulitan dalam pembelian pakaian di tiktokshop?
2. Sejauhmana pengaruh kebijakan tersebut terhadap tingkat kebutuhan belanja?
3. Apakah pemerintah memberikan solusi dengan adanya kebijakan tersebut
4. Seperti apa perubahan yang dirasakan pembeli terkait adanya kebijakan pengelolaan pendapatan pakaian tiktokshop?



Lampiran 2



Foto Bersama Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan



Foto Bersama Kepala Desa Lau Dendang



Foto Bersama Pemilik Ocha Butik



Foto Bersama Pemilik PeachShop



Foto Bersama Pemilik Toko Baju Import Anak



Foto Bersama Pembeli Tiktokshop



Foto Bersama Pembeli Tiktokshop