

## Dekonstruksi Hukum *Social Commerce* Indonesia: Perspektif Demokrasi Ekonomi di Era Digitalisasi

*(Deconstruction of Indonesian Social Commerce Law: The Economic Democracy  
Perspective in Digitalization Era)*

Aditya Prastian Supriyadi

Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, Indonesia

### Article Information

**Corresponding Author. Email:**  
[aditya.prastian@uin-malang.ac.id](mailto:aditya.prastian@uin-malang.ac.id)

#### History:

Submitted: 22-04-2024;  
Accepted: 17-10-2024

#### Keywords:

Economic Democracy;  
Social Commerce; Law

#### Kata Kunci:

Demokrasi Ekonomi;  
Social Commerce; Hukum



[http://dx.doi.org/10.30641/  
dejure.2024.V24.229-246](http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2024.V24.229-246)



Copyright © 2024  
by Jurnal Penelitian Hukum  
De Jure.

This work is licensed under a  
[Creative Commons Attribution-  
NonCommercial 4.0 International  
\(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

**All writings published in this  
journal are personal views of the  
authors and do not represent  
the views of the Policy Strategy  
Agency.**

#### Cara Mengutip:

Prastian Supriyadi, Aditya.  
"Demokrasi Ekonomi di Era  
Digitalisasi". Jurnal Penelitian  
Hukum De Jure. Volume 24 Nomor  
3, November 2024, 229-246. DOI.  
10.30641/dejure.2024.v24.229-246

### ABSTRACT

*Social commerce (S-Commerce) comes from the disruption of business digitalization that explores social media. When s-commerce was developing, Indonesia banned the platform because it was considered to kill local businesses and capitalize on the market. The decision can potentially contradict economic democracy in one of the provisions of Article 33, paragraph (4) of the 1945 Constitution, which opens up technological space for developing the national economy. The purpose of writing this article is to deconstruct economic democracy on commercial law on social media as a Government policy that prohibits S-Commerce. The writing article uses normative legal research methods with statutory, legal comparison, and conceptual approaches. There are two research results in this article. First, at a time when significant nations are embracing technology at a rapid pace to boost their businesses, the government's decision to outlaw s-commerce has negatively impacted the nation. Based on the doctrine of digitalization, economic law is not appropriate if it has to ban S-Commerce. The business paradigm of the contemporary era must be integrated with technology to compete with the development of the digital economy in the global realm. Second, based on economic democracy in Article 33, paragraph (4) of the 1945 Constitution, S-Commerce manifests a national economy balanced with technological progress by the constitution's mandate. S-Commerce law provisions need to be deconstructed using the principles of economic democracy. So, reasonable legislative parameters may promote the growth of the digital economy while not jeopardizing the local economy.*

### ABSTRAK

*Social commerce (S-Commerce) berasal dari disrupsi digitalisasi bisnis yang menggabungkan E-Commerce dengan media sosial. Di saat S-Commerce sedang berkembang, Indonesia justru melarang platform tersebut karena dianggap telah mengkapitalisasi pasar yang dapat mematikan usaha lokal. Keputusan tersebut berpotensi kontradiktif dengan demokrasi ekonomi berdasarkan salah satu ketentuan Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 yang membuka ruang teknologi untuk mengembangkan perekonomian nasional. Tujuan penulisan artikel ini untuk melakukan dekonstruksi hukum S-Commerce melalui kajian Demokrasi Ekonomi di era digitalisasi sebagai anulir kebijakan Pemerintah yang melarang S-Commerce di Indonesia. Penyusunan artikel tulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif untuk menjawab isu problematika hukum yang telah teridentifikasi. Selain itu, agar hasil analisis lebih komprehensif, penulis juga menggunakan pendekatan perundang-undangan, komparasi hukum, dan konseptual dalam kajian. Terdapat 2 (dua) hasil penelitian dalam artikel ini. Pertama, keputusan pelarangan S-Commerce oleh Pemerintah telah mendegradasi negara di era digitalisasi di saat negara-negara besar sedang masifnya mengadopsi teknologi untuk pengembangan perekonomian nasional mereka. Berdasarkan doktrin digitalisasi hukum ekonomi kurang tepat apabila harus melarang S-Commerce. Karena paradigma bisnis era kontemporer saat ini harus terintegrasi dengan teknologi agar dapat bersaing dengan perkembangan perekonomian digital di ranah global. Kedua, berdasarkan demokrasi ekonomi dalam pasal 33 ayat (4) UUD 1945, S-Commerce merupakan manifestasi dari perekonomian nasional yang berwawasan keseimbangan kemajuan. Melarang S-Commerce sama saja merampas hak akses ekonomi yang telah dijamin konstitusi. Namun, ketentuan S-Commerce perlu didekonstruksi melalui prinsip demokrasi ekonomi agar menjadi ada pedoman hukum yang berkeadilan sehingga dapat mendukung perkembangan ekonomi digital tanpa mematikan ekonomi lokal.*

## 1. Pendahuluan

Evolusi media sosial berhasil mengintegrasikan *social media* dengan *e-commerce* dan berpengaruh dalam memperluas sistem transaksi pasar nasional maupun internasional secara efisien<sup>1</sup>. Integrasi *e-commerce* dan *social commerce* melahirkan istilah *socio-commerce*<sup>2</sup>(*S-Commerce*) pada laman internet pasif menjadi interaktif di bidang transaksi bisnis dan sangat efisien dan fleksibel bagi konsumen tanpa perlu mengakses pusat perbelanjaan online kembali<sup>3</sup>. Studi dari Alghabarat et.al pada tahun 2019 menunjukkan hampir 55% dari 3,5 miliar pengguna media sosial global melakukan transaksi *S-Commerce* melalui platform Facebook, Twitter, dan Instagram<sup>4</sup>. Menurut data Statista.com yang dikutip dari penelitian Wang X. Et.al, total transaksi *S-Commerce* global dari tahun 2010 s/d 2021 meningkat dari US\$1,4 miliar menjadi US\$4,3 miliar<sup>5</sup>. Pesatnya ekspansi *S-Commerce* menjadikan platform ini menarik digunakan UMKM dalam memperluas transaksinya<sup>6</sup>. Salah satu keberhasilan tersebut dibuktikan selama pandemi covid-19 di Indonesia, transaksi *S-Commerce* mencapai \$85 miliar atau sekitar Rp. 42 Triliun dari berbagai platform media sosial<sup>7</sup>. Faktor kebijakan *Social Distancing* berdampak peningkatan pengguna aktif media sosial Indonesia naik 12,6% (191,4 juta orang), 36,2% diantaranya memanfaatkan media sosial untuk mencari produk disaat mobilisasi pergerakan dibatasi<sup>8</sup>. Artinya, *S-Commerce* dapat menjadi *platform* ekonomi baru yang dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi nasional di era digitalisasi.

Ketika transaksi *S-Commerce* sedang menunjukkan *trend* pertumbuhan positif di Indonesia, Pemerintah justru membuat keputusan kontroversi dengan melarang media platform tersebut terlibat dalam transaksi langsung. Dasar yuridis pelarangan *S-Commerce* terdapat dalam Permendag No. 50 Tahun 2020, media sosial hanya memiliki izin Penyelenggaraan Sistem Elektronik (PSE), bukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Bahkan komitmen tegas Pemerintah juga disertai dengan disahkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2023 yang telah melarang media sosial untuk berkontribusi langsung ke dalam transaksi. Dalih Pemerintah mengeluarkan aturan tersebut untuk melindungi nasib UMKM tradisional semakin terpuruk akibat disrupsi digitalisasi ekonomi yang menguasai pasar konsumen. UMKM digital yang memanfaatkan fitur “perniagaan” jejaring media sosial dianggap telah mengkapitalisasi pasar transaksional sehingga terjadinya

- 1 Xintian Wang, Hai Wang, and Caiming Zhang, “A Literature Review of Social Commerce Research from a Systems Thinking Perspective,” *Systems* 10, no. 3 (June 2022): 56, <https://doi.org/10.3390/systems10030056>.
- 2 Menurut Kamus Cambridge, *Socio-Commerce* Atau Dikenal Dengan *Social Shopping* Merupakan Transformasi Media Sosial Yang Ada Dunia Dengan Memanfaatkan Jejaring *Online* Sosial Untuk Melakukan Transaksi Secara Virtual Tanpa Harus Bertemu Secara Fisik. Kehadiran *Socio-Commerce* Telah Memunculkan Baragam Sistem Transaksi Alternatif Di Sektor Perekonomian Digital Yang Lebih Variatif Dan Lebih Mudah Daripada Harus Berbelanja Secara Fisik Ke Toko. Penggunaan *Socio-Commerce* Dalam Dunia Transaksional Menggunakan Metode Berbelanja Dengan Komunikasi *Online* Secara Langsung Atau Tidak Langsung Pada Salah Satu Fitur Media Sosial Yang Dapat Menjadi Media Tawar-Menawar Dengan Keberadaan Lokasi Terpisah Baik Dekat Maupun Jauh. Fitur Yang Sering Digunakan Dalam *Socio-Commerce* Biasanya Melalui *Live Shopping* Atau Melalui Fitur Khusus E-Commerce Yang Tersedia Di Platform-Platform Media Sosial Yang Ada, Lihat : “Social Shopping,” December 27, 2023, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-shopping>.
- 3 Maria Teresa Cuomo et al., “Exploiting Online Environment to Engage Customers: Social Commerce Brand Community,” *Qualitative Market Research: An International Journal* 23, no. 3 (January 1, 2020): 339–361, <https://doi.org/10.1108/QMR-12-2017-0186>.
- 4 Raed Algharabat et al., “Investigating the Antecedents of Customer Brand Engagement and Consumer-Based Brand Equity in Social Media,” *Journal of Retailing and Consumer Services* 53 (March 1, 2020): 101767, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.016>.
- 5 Wang, Wang, and Zhang, “A Literature Review of Social Commerce Research from a Systems Thinking Perspective.”
- 6 Robert Cutshall, Chuleeporn Changchit, and Anh Pham, “Factors Influencing Consumers’ Participation in Social Commerce,” *Journal of Computer Information Systems* 62, no. 2 (March 4, 2022): 290–301, <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1802790>.
- 7 Lia Febria Lina And Emi Suwarni, “Social Commerce Adoption To Enhance Smes Performance: Technology, Organization And Environment (Toe) Perspectives,” *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (Jabm)* 8, No. 3 (September 30, 2022): 689–689, <https://doi.org/10.17358/Jabm.8.3.689>.
- 8 Ahmad Rivai Sinar Gemilang And Endy Gunanto Marsasi, “Social Commerce Investigation: The Role Of Satisfaction And Loyalty On Repurchase Intention,” *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, May 1, 2023, 1–14, <https://doi.org/10.30630/Jipb.V0i0.992>.

ketimpangan roda perekonomian di sektor UMKM tradisional<sup>9</sup>. Prilaku konsumen yang mulai terbiasa berbelanja online berdampak serta kurangnya adaptasi pedagang di mal atau toko dengan teknologi berakibat banyak dari mereka kalah bersaing dan akhirnya gulung tikar<sup>10</sup>. Pertimbangan itulah yang menjadi dasar melarang media sosial ikut berpartisipasi dalam rangka menyelamatkan nasib UMKM lokal agar tetap memiliki eksistensi dan bertahan di sektor perekonomian.

Keputusan Pemerintah melarang partisipasi media sosial bertransaksi sebenarnya merupakan kebijakan yang kontroversi di saat masifnya perkembangan digitalisasi di sektor ekonomi. Padahal salah satu paradigma demokrasi ekonomi dalam pasal 33 ayat (4) UUD 1945 harus menekankan aspek keseimbangan kemajuan untuk selalu beradaptasi dengan teknologi dalam memajukan perekonomian rakyat<sup>11</sup>. Sedangkan upaya pelarangan *S-Commerce* justru dapat berkontradiksi dengan amanat demokrasi ekonomi konstitusi dan berpotensi mendegradasi negara di saat dunia sedang masif-masifnya mengintegrasikan ekonomi dan teknologi<sup>12</sup>. Padahal menurut deklarasi Parlemen dunia Chile 2022 “*The Future of Democracy in the Digital Era*” merekomendasikan siapapun memiliki hak akses internet untuk membangun ekosistem ekonomi digital yang mudah dan inklusif<sup>13</sup>. Sedangkan larangan *S-Commerce* dari Pemerintah justru membatasi akses digital dan berpotensi mematikan UMKM yang sebelumnya aktif di media sosial karena sudah tidak memiliki lapak berjualan. Berpindah ke platform *E-Commerce* harus dimulai dari nol dalam membangun jejaring bisnis. Apalagi ingin menyewa lapak terkendala biaya tinggi jika ingin mencari lokasi strategis<sup>14</sup>. Artinya kebijakan tersebut tidak mencerminkan spirit filosofi sosio-ekonomi berwawasan demokrasi ekonomi untuk menciptakan akses transisi ekonomi berkeadilan di segala sektor<sup>15</sup> karena digitalisasi sudah tidak bisa dilepaskan dari dunia bisnis<sup>16</sup>.

Dinamika integrasi bisnis dan teknologi merupakan faktor pemicu aktualisasi riset perekonomian digital yang salah satunya memunculkan inovasi *S-Commerce*. V. Savanid telah meneliti faktor *S-Commerce* saat ini semakin berkembang akibat pengaruh dari masifnya migrasi konsumen menggunakan media sosial sebagai platform perniagaan secara *online-interactive* yang dirasa lebih efisien<sup>17</sup>. Kemudian hasil penelitian Y.D. Handarkho menunjukkan semakin inovatifnya konten promosi perdagangan di *S-Commerce* akan semakin meningkatkan daya tarik konsumen untuk berbelanja dan menjadi pelengkap faktor utama mengapa *S-Commerce* saat ini semakin berkembang.<sup>18</sup> Walaupun sangat berpotensi tinggi sebagai platform berbelanja di sektor digital, menurut penelitian K. Kraiwani *S-Commerce* di Thailand justru mendominasi ritel online dan memunculkan

- 
- 9 Syafril Syafril et al., “Why Social Commerce Tiktok Shop Was Closed By The Indonesian Government,” *Hut Publication Business and Management* 3, no. 1 (December 27, 2023): 1–10.
  - 10 Syaifullah Syafril, M. Fahmi, and N. R. F. Makkulawu Kessi, “The Main Strategy of MSMEs Able to Survive in the Upcoming Latest Variant of Covid-19,” *International Journal of Management and Business Intelligence (IJBMI)* 1, no. 2 (2023): 115–124.
  - 11 Chatib Basri And Hal Hill, “Making Economic Policy In A Democratic Indonesia: The First Two Decades,” *Asian Economic Policy Review* 15, No. 2 (2020): 214–234, <https://doi.org/10.1111/Aepr.12299>.
  - 12 Bahaudin Mujtaba And Frank Cavico, “E-Commerce And Social Media Policies In The Digital Age: Legal Analysis And Recommendations For Management,” *Journal Of Entrepreneurship And Business Venturing* 3, No. 1 (February 27, 2023), <https://doi.org/10.56536/Jebv.V3i1.37>.
  - 13 Deklarasi Parlemen Negara-Negara Benua Amerika “*The Future Of Democracy In The Digital Era*” : “7th Gathering Of The Parlamericas Open Parliament Network, Chile 2023, Poin 6 : “That, For All People To Have Equitable Access To The Social And Economic Benefits Of Digitalization, It Is Necessary To Promote A Digital Ecosystem That Is Accessible, Inclusive, Transparent, Secure, And People-Centred.”
  - 14 Muhammad Aryanang Isal and Rahmat Maulana Sidik, “Jeratan Social Commerce: Matinya Masa Depan UMKM di Indonesia Studi Kasus TikTok Shop di Indonesia,” *Commerce Law* 3, no. 2 (December 17, 2023), <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i2.3551>.
  - 15 Michael Murray, “Economic Democracy,” Mpra Paper, September 11, 2013, <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/49755/>.
  - 16 Directorate-General For International Partnerships (European Commission) Et Al., *Democracy And Digitalisation: Handbook* (Lu: Publications Office Of The European Union, 2022), <https://data.europa.eu/doi/10.2841/356478>.
  - 17 Savanid Vatanasakdakul, Chadi Aoun, And Faiq Defiandry, “Social Commerce Adoption: A Consumer’s Perspective To An Emergent Frontier,” *Human Behavior And Emerging Technologies* 2023 (January 11, 2023): E3239491, <https://doi.org/10.1155/2023/3239491>.
  - 18 Yonathan Dri Handarkho, “Social Experience Vs. Social Technology In Enhancing The Intention To Use Social Commerce: A Case Study Of Indonesia,” *Journal Of Enterprise Information Management* 34, No. 3 (January 1, 2020): 860–883, <https://doi.org/10.1108/Jeim-01-2020-0013>.

oligopoli sehingga membutuhkan produk hukum untuk menciptakan pasar ritel yang seimbang<sup>19</sup>. Kemudian hasil penelitian A. Amhoru menunjukkan urgensi lain dari produk hukum terutama bagi *S-Commerce* di Indonesia bertujuan untuk mengatur platform tidak hanya berorientasi profit namun tetap mengakomodasi perlindungan konsumen untuk mencegah potensi penipuan pada transaksi bisnis<sup>20</sup>. Sedangkan hasil penelitian M. Rosid justru memiliki pandangan paradoks terhadap *S-Commerce* di bandingkan hasil penelitian lain. Rosid memberikan analisis terhadap kebijakan penutupan tiktok shop justru relevan dengan kajian hukum islam yang linier terkait perizinan berdasarkan hukum Indonesia serta dianggap tidak adil karena dapat berpotensi menghambat pertumbuhan UMKM lokal<sup>21</sup>.

Meskipun sudah ada kajian terhadap *S-Commerce* dari berbagai perspektif disiplin ilmu, penelitian sebelumnya hanya berfokus pada bidang sosio-ekonomi digital dan persoalan hukum terhadap dampak realisasi *S-Commerce*. Sedangkan perbedaan kajian artikel ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada gagasan baru terhadap kajian dekonstruksi hukum *S-Commerce* perspektif demokrasi ekonomi untuk mengkritisi Permendag No. 31 Tahun 2023 yang melarang *S-Commerce*. Kedudukan demokrasi ekonomi sangat penting karena menurut N. Johannisova instrumen tersebut merupakan konsepsi yang menjamin setiap masyarakat dapat berpartisipasi aktif terhadap akses ekonomi tanpa batasan tertentu di setiap dekade zaman<sup>22</sup>. Dekonstruksi hukum menurut J. Derrida merupakan teknik penalaran hukum untuk mengungkapkan kontradiksi sebelum merajut ulang formasi aturan yang lebih ideal dengan makna substansial<sup>23</sup>. Dalam hal ini, Dekonstruksi hukum terhadap pengaturan *S-Commerce* berbasis demokrasi ekonomi berperan untuk reformulasi hukum yang lebih menjamin hak akses ekonomi masyarakat dalam rangka mewujudkan transformasi perekonomian digital kepada setiap lapisan pelaku bisnis di era digitalisasi.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, ada 2 (dua) rumusan masalah yang ditarik dalam artikel ini antara lain : (1) bagaimana relevansi kebijakan pelarangan *S-Commerce* di Indonesia terhadap paradigma digitalisasi ekonomi ? (2) bagaimana dekonstruksi hukum *S-Commerce* di Indonesia terhadap demokrasi ekonomi yang relevan dengan era digitalisasi? Untuk menjawab isu utama seputar *S-Commerce* Indonesia yang telah diidentifikasi melalui rumusan masalah di atas, artikel ini akan berfokus menganalisis paradigma digitalisasi ekonomi pada Permendag No. 31 tahun 2023 terhadap *pelarangan S-Commerce* yang tidak relevan dengan kebijakan ekonomi di era digital. Selain itu, artikel ini juga menganalisis dekonstruksi hukum *S-Commerce* di Indonesia terhadap Demokrasi Ekonomi yang relevan dengan era digitalisasi dalam menciptakan gagasan hukum baru sebagai pijakan landasan pembaharuan hukum *S-Commerce*. Melalui produk hukum *social commerce* yang berbasis demokrasi ekonomi dapat memposisikan negara sebagai fasilitator yang dapat mendukung pengembangan perekonomian digital di setiap lapisan pelaku bisnis tanpa harus ada upaya sabotase, intervensi, ataupun pemutusan hak akses ekonomi dari rakyat.

## 2. Metode

Sebagaimana isu yang telah teridentifikasi, penulis memilih metode penelitian hukum normatif dalam menjawab persoalan seputar hukum *S-commerce* di Indonesia yang tidak relevan dengan pasal 33 ayat (4) UUD 1945 melalui perspektif demokrasi ekonomi di era digital. Substansi dari terminologi Penelitian hukum normatif menjadi bagian dari metode untuk mengkonstruksi, doktrin hukum, asas hukum, dan kaidah hukum

---

19 Tanpat Kraiwanit And Saranchana Asanprakit, "Market Concentration Of Social Commerce Platforms: A Perspective Of Regulation In A Developing Country," *Ssrn Scholarly Paper* (Rochester, Ny, October 24, 2023), <https://papers.ssrn.com/abstract=4611436>.

20 Archristhea Amahoru Et Al., "Social Media and Commerce: A Review Of The Indonesian Government's Efforts To Regulate Online Transactions," *Jurnal Scientia* 12, No. 04 (December 9, 2023): 2150–55, <https://doi.org/10.58471/Scientia.V12i04.2095>.

21 Muhamad Rosid, "Penutupan TiktokShop Dalam Perspektif Hukum Islam: Analisis Terhadap Kebijakan Pemerintah Dan Implikasinya Terhadap Masyarakat Digital," *An Namatul Ausath* 1, no. 1 (January 25, 2024): 141–150.

22 Nadia Johannisova and Stephan Wolf, "Economic Democracy: A Path for the Future?," *Futures, Special Issue: Politics, Democracy and Degrowth*, 44, no. 6 (August 1, 2012): 562–570, <https://doi.org/10.1016/j.futures.2012.03.017>.

23 Mostafa Taherkhani and S. Mohamed Ghari S. Fatemi, "Jacques Derrida and Deconstruction of Law," *Law Research Quarterly* 25, no. 100 (2023): 59, <https://doi.org/10.29252/JLR.2021.222358.1934>.

untuk menyusun argumen hukum sebagai jalan keluar terhadap suatu Problematika hukum<sup>24</sup>. Jenis penelitian ini dianggap tepat dalam menganalisis demokrasi ekonomi terhadap kebijakan *S-Commerce* untuk mendukung perekonomian digital di Indonesia. Dalam tulisan ini, penulis menggunakan pendekatan penafsiran, komparatif, konseptual, dan peraturan perundang-undangan yang relevan dengan isu kajian untuk menganalisis problematika yang lebih komprehensif dan mendalam<sup>25</sup>. Demokrasi ekonomi akan menjadi landasan pisau analisis dalam menalarkan hukum *S-Commerce* yang berkeadilan bagi perkembangan perekonomian digital di Indonesia. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui penelusuran bahan hukum primer (Peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu) dan sekunder (referensi ilmiah) untuk memperkuat analisis hasil terhadap isu<sup>26</sup>. Metode analisis data pada kajian artikel memanfaatkan metode *content analysis*. Holsti berpendapat metode *content analysis* digunakan untuk merumuskan cakrawala baru dalam mengidentifikasi kemudian mengonstruksi untuk mengolah materi dengan integrasi konseptual terhadap eksplorasi objek penelitian<sup>27</sup>. Berdasarkan metode *content analysis*, penulis berkeinginan melakukan analisa isu riset yang dinamis dengan memanfaatkan macam-macam literasi konseptual seputar *S-Commerce* yang disajikan dalam setiap argumentasi analisis penulis.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Permendag No. 31 Tahun 2023 yang telah melarang *S-Commerce* menjadi isu yang menarik untuk dikaji dengan pendekatan demokrasi ekonomi era digitalisasi. Demokrasi ekonomi merupakan instrumen jaminan hak bisnis bagi masyarakat. Tidak dipungkiri tidak semua masyarakat mampu mengintegrasikan teknologi dengan bisnis, sehingga sektor ekonomi tradisional akan selalu tertinggal dengan sektor ekonomi berbasis digital. Keputusan Pemerintah melarang *S-Commerce* dengan dalih perlindungan ekonomi tradisional justru bukan solusi karena merugikan ekonom digital *S-Commerce* yang sudah eksis terlebih dahulu. Artikel ini akan mengkaji secara komprehensif pelarangan *S-Commerce* justru melanggar prinsip demokrasi ekonomi yang menjamin hak akses bisnis di sektor apa pun. Seharusnya negara bukan melarang. Namun negara harus memobilisasi ekonomi rakyat beradaptasi dengan teknologi untuk meningkatkan pengembangan mutu ekonomi nasional agar dapat bersaing dengan perekonomian global yang selalu beradaptasi dengan dunia digital<sup>28</sup>. Problematika tersebut menjadi urgensi perlu ada revitalisasi hukum yang proporsional terhadap media sosial sebagai lapak perniagaan secara berkeadilan. Pemerintah tidak hanya melegalisasi perekonomian di sektor media sosial, namun juga harus mengedepankan prinsip pembinaan bagi setiap kalangan secara partisipatif sehingga menciptakan persaingan usaha secara adil di era digitalisasi tanpa harus ada intervensi.

#### 3.1 Kontradiksi Paradigma Digitalisasi Ekonomi Terhadap Pelarangan *Social Commerce* di Indonesia

##### 3.1.1 *Social Commerce*: Dinamika & Pengaturannya di Berbagai Negara

Secara implisit, kandungan pasal 33 ayat (4) UUD 1945 memerintahkan negara mengakomodir perekonomian Indonesia agar dapat beradaptasi dengan kemajuan perkembangan modernisasi (digitalisasi). Kandungan konstitusi tersebut menekankan tuntutan moral negara dalam mengontrol kestabilan iklim perekonomian nasional yang adaptif dengan perkembangan zaman agar tidak tertinggal jauh dengan persaingan global dalam menghadapi modernisasi bisnis. Menciptakan peradaban ekonomi yang adaptif harus memiliki landasan aturan yang berasal dari integrasi hukum, teknologi dan bisnis untuk mewujudkan perekonomian digital berkeadilan<sup>29</sup>. Meskipun harus

---

24 Theresia Anita Christiani, "Normative And Empirical Research Methods: Their Usefulness And Relevance In The Study Of Law As An Object," *Procedia-Social And Behavioral Sciences* 219 (2016): 203, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.006>.

25 Robert Elliott And Ladislav Timulak, "Descriptive And Interpretive Approaches To Qualitative Research," *A Handbook Of Research Methods For Clinical And Health Psychology* 1, No. 7 (2005): 147–157.

26 Stephen Elias and Susan Levinkind, *Legal Research: How to Find & Understand the Law* (Nolo, 2001).

27 Ole R. Holsti, "Content Analysis For The Social Sciences And Humanities," *Reading, Ma: Addison-Wesley (Content Analysis)*, 1969, 14.

28 Wen Chen et al., "How Can Digital Economy Development Empower High-Quality Economic Development?," *Technological and Economic Development of Economy* 29, no. 4 (July 14, 2023): 1168–1194, <https://doi.org/10.3846/tede.2023.18784>.

29 Guillaume Beaumier Et Al., "Global Regulations For A Digital Economy: Between New And Old Challenges," *Global Policy* 11, No. 4 (2020): 515–522, <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12823>.

diakui terkadang responsivitas hukum tidak berpengaruh bagi pengembangan ekonomi digital akibat kesalahan pada konstruksi hukum dalam mengintegrasikan hukum dan teknologi<sup>30</sup>. Sebagaimana Identifikasi K. Schwab, ketika terjadi kegagalan revolusi perekonomian dikarenakan negara kurang bergerak dinamis terhadap konstruksi kebijakan yang adaptif untuk menciptakan bisnis berwawasan teknologi yang masif<sup>31</sup>. Gagasan itu membuktikan bahwa peran negara tidak boleh status karena memiliki kedudukan penting terhadap nasib pengembangan perekonomian digital. Negara harus memiliki inisiatif tinggi menata realisasi perekonomian digital yang tepat melalui kerangka hukum efektif dalam menciptakan keseimbangan bagi semua pihak. Sebagaimana paradigma perekonomian konstitusi Indonesia yang memerintahkan negara harus responsif terhadap perkembangan teknologi bagi kemajuan perekonomian nasional. Artinya, apabila negara tidak berfikir progresif dalam mengambil keputusan, digitalisasi ekonomi justru semakin tidak teratur dan sulit dikendalikan melalui legitimasi hukum.

Perkembangan digitalisasi ekonomi yang merasuki media sosial telah menciptakan platform *Social Commerce (S-Commerce)*. *S-Commerce* merupakan evolusi bisnis *online* yang awalnya berkarakter semi-pasif menjadi platform bisnis dengan sistem informasi secara komunkatif (*real-time*)<sup>32</sup>. Mersden telah mengamati sekitar 20 definisi *S-Commerce* dan memberi kesimpulan *S-Commerce* adalah : “Bagian dari perdagangan elektronik yang melibatkan penggunaan media sosial, media online yang mendukung interaksi sosial dan kontribusi pengguna, untuk membantu pembelian dan penjualan produk dan layanan secara online”<sup>33</sup>.

*S-Commerce* yang mengintegrasikan *E-Commerce* dengan Sosial Media menciptakan *virtual-interactive shopping* pada media perniagaan yang lebih fleksibel antara pembeli dan penjual<sup>34</sup>. Perkembangan pesat *S-Commerce* sangat berpengaruh terhadap perubahan pola pikir pebisnis terhadap media sosial bukan hanya sebagai media interaksi, tapi juga dapat menjadi peluang pengembangan pasar ekonomi dengan memanfaatkan kemudahan interaksi antara pembeli dan penjual. Integrasi teknologi sosial, interaksi komunitas, dan aktivitas komersial membuat *S-Commerce* sebagai *platform* perbelanjaan fleksibel dan menjadi faktor alasan konsumen beralih berbelanja ke platform tersebut dari pada platform lain<sup>35</sup>. Teknologi web 2.0 dalam *S-Commerce* telah menghubungkan 2 (dua) aktivitas (interaksi sosial & komersial) menjadi 1 (satu) dalam aplikasi sehingga eksplorasi konsumen saat berbelanja tidak memerlukan akses ke aplikasi lain<sup>36</sup>. Kecanggihan fitur *live platform* juga memperkuat daya tarik karena interaksi komersial dapat dilakukan secara *real-time* yang bisa merambah skala Internasional seperti berbelanja di toko tanpa harus bertemu secara fisik.

---

30 Geoffrey L. Herrera, “The Politics Of Bandwidth: International Political Implications Of A Global Digital Information Network,” *Review Of International Studies* 28, No. 1 (January 2002): 93–122, <https://doi.org/10.1017/S0260210502000931>.

31 Klaus Schwab, *The Fourth Industrial Revolution* (Crown, 2017), 69.

32 Justin Mo Gabriel And Linda Oj Gabriel, “Social Commerce In A Digital Economy,” *Nigerian Journal Of Management Sciences* 21, No. 1 & 2 (2020), <https://nigerianjournalofmanagementsciences.com/Wp-Content/Uploads/2020/09/Social-Commerce-In-A-Digital.Pdf>.

33 Definisi *S-Commerce* secara pribadi terhadap definisi *S-Commerce* yang dirangkum oleh Paul Marsden, lihat Paul Marsden, “The Social Commerce Handbook : 20 Secrets For Turning Social Media Into Social Sales,” Accessed January 23, 2024, <https://cir.nii.ac.jp/Crid/1130000795444669184>.

34 Ahmad Samed Al-Adwan And Husam Kokash, “The Driving Forces Of Facebook Social Commerce,” *Journal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research* 14, No. 2 (May 2019): 15–32, <https://doi.org/10.4067/S0718-18762019000200103>.

35 Lei Chen And Ruimei Wang, “Trust Development And Transfer From Electronic Commerce To Social Commerce: An Empirical Investigation,” *American Journal Of Industrial And Business Management* 06, No. 05 (2016): 568, <https://doi.org/10.4236/ajibm.2016.65053>.

36 Renata Gonçalves Curty And Ping Zhang, “Social Commerce: Looking Back And Forward,” *Proceedings Of The American Society For Information Science And Technology* 48, No. 1 (2011): 1–10, <https://doi.org/10.1002/Meet.2011.14504801096>.



**Gambar 1.1**  
**Ilustrasi mekanisme aktivitas komersial online melalui Platform *S-Commerce***



*Sumber: Dikutip langsung dari Businessstoday.com*

Transformasi bisnis *S-Commerce* yang semakin tidak terbendung menjadi alasan negara harus mengatur agar dapat mengawasi penyelenggaraan perekonomian digital yang kondusif guna mendukung peningkatan ekonomi nasional. Hal ini karena meskipun berdampak positif bagi pengembangan wirausaha, T.P Liang menyatakan *S-Commerce* juga memunculkan problem tertentu sehingga membutuhkan integrasi teori dan hukum agar realisasi *S-Commerce* tidak menimbulkan masalah baru<sup>37</sup>. Akomodasi hukum *S-commerce* harus berparadigma keadilan agar realisasi bisnis dapat menghindari kerugian dari transaksi yang dilakukan antara pelaku usaha dengan konsumen. Konstruksi hukum *S-Commerce* harus mengakomodasi pengaturan status dan proses penyelenggaraan bisnis pada web sosial yang menjadi pembeda dengan *E-Commerce* sehingga dapat mengkonstruksi kerangka hukum ideal guna mendukung pembangunan digital berkeadilan<sup>38</sup>. Proses adaptif hukum itulah yang saat ini telah direspon oleh berbagai negara dalam mengatur *S-Commerce* mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang lebih teratur dan kondusif. Hal ini karena negara tidak mungkin menghindari disrupsi teknologi karena sektor digitalisasi ekonomi web 2.0 sangat berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonom digital<sup>39</sup>. Beberapa negara yang telah mengatur *S-commerce* pada kerangka hukumnya akan dijelaskan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pengaturan *S-Commerce* di berbagai negara**

No.	Negara	Ketentuan Hukum
1.	Amerika Serikat	Pengaturan <i>S-Commerce</i> di tidak diatur dalam ketentuan tunggal. <i>Federal Trade Commission</i> (FTC) memegang peran pengawasan bisnis berdasarkan UU Perlindungan konsumen untuk menghindari iklan yang menyesat konsumen. Mengingat pengguna media sosial untuk berbelanja di Amerika mengalami peningkatan di setiap tahunnya <sup>40</sup> .

37 Ting-Peng Liang And Efraim Turban, "Introduction To The Special Issue Social Commerce: A Research Framework For Social Commerce," *International Journal Of Electronic Commerce* 16, No. 2 (December 1, 2011): 5–14, <https://doi.org/10.2753/Jec1086-4415160201>.

38 Zhao Huang And Morad Benyoucef, "From E-Commerce To Social Commerce: A Close Look At Design Features," *Electronic Commerce Research And Applications*, Social Commerce- Part 2, 12, No. 4 (July 1, 2013): 246–259, <https://doi.org/10.1016/J.Elerap.2012.12.003>.

39 Te Fu Chen, "Building A Platform Of Business Model 2.0 To Creating Real Business Value With Web 2.0 For Web Information Services Industry," *International Journal Of Electronic Business Management*, No. 3 (2009): 168.

40 Zlatan Meskic et al., "Transnational Consumer Protection in E-Commerce: Lessons Learned From the European Union and the United States," *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)* 13, no. 1 (January 1, 2022): 1–15, <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.299972>.

2.	Uni Eropa	Uni Eropa memiliki <i>Digital Service Act (DSA)</i> sebagai kerangka hukum penyelenggaraan <i>S-Commerce</i> agar tercipta iklim bisnis digital di media sosial yang kondusif dengan mencegah aktivitas ilegal dalam menghindari penyebaran disinformasi sehingga pengguna tetap aman dan haknya terlindungi.
3.	Cina	Pengaturan <i>S-Commerce</i> juga diakomodir dalam ketentuan hukum <i>E-Commerce (Republic of China E-Commerce Law)</i> . Produk hukum ini bertujuan untuk mendorong keberlanjutan usaha, perlindungan konsumen, dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap iklan sesat, penyalahgunaan data, dan pelanggaran HAKI <sup>41</sup> .
4.	India	India mengeluarkan " <i>Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code that regulate social media intermediaries (SMIs) 2023</i> ". Norma-norma tersebut memiliki tujuan mengatasi tantangan inovasi teknologi, kebebasan internet yang aman dan terpercaya, dan penyaringan digital. Ketentuan <i>S-commerce</i> di India juga membatasi asing dalam pemilihan saham untuk melindungi pengusaha lokal <sup>42</sup> .
5.	Panama	Meskipun memiliki perbedaan teknis di sektor digital, <i>S-Commerce</i> tetap diakomodir hukum perniagaan berdasarkan Law 51 of July 22, 2008. Isu yang menjadi sorotan <i>S-Commerce</i> di Panama seputar perlindungan konsumen yang diatur dalam Law 81 of March 26, 2019, " <i>On Personal Data Protection</i> untuk menghindari penipuan dagang di media sosial <sup>43</sup> .
6.	Vietnam	Status <i>S-Commerce</i> di Vietnam diakui sebagai bagian jenis usaha bisnis berdasarkan <i>the 2014 Law on Enterprises</i> <sup>44</sup> .
7.	Indonesia	Berdasarkan Permendag No. 31 Tahun 2023, <i>S-Commerce</i> dilarang karena media sosial hanya memiliki izin Penyelenggaraan Sistem Elektronik (PSE), bukan pemegang izin Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

Sumber : Data Olahan Pribadi (2023)

Paparan tabel di atas telah menunjukkan perbedaan pendekatan Indonesia dengan negara lain terhadap perkembangan *S-Commerce*. Di saat negara-negara lain sedang memperkuat konstruksi hukum *S-Commerce* di media sosial, Indonesia justru mengalami kemunduran karena Pemerintah Indonesia justru bertindak terbalik dengan melarang *S-Commerce*. Menurut doktrin digitalisasi ekonomi, paradigma hukum bisnis seharusnya terintegrasi dengan teknologi guna mendukung pembangunan ekonomi digital dapat beradaptasi di era 4.0<sup>45</sup>. Keputusan negara yang melarang proses digitalisasi dalam bisnis dinilai tidak responsif untuk mendukung pengembangan ekonomi digital yang dapat berpotensi tinggi untuk mendongkrak perekonomian negara<sup>46</sup>.

41 Changjun Wu, "Chinese E-Commerce Legislation Current Situation, Problems And Ways To Improve," *Destech Transactions On Social Science, Education And Human Science*, 2017.

42 Faizan Alam et al., "Let's Buy With Social Commerce Platforms Through Social Media Influencers: An Indian Consumer Perspective," *Frontiers in Psychology* 13 (April 15, 2022), <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.853168>.

43 Vladimir Velásquez And Diógenes Carrasco, "Legal Aspects For The Regulation Of Social Commerce In Panama," N.D.

44 Laurent Tho Tran, "Understanding The Rise Of Social Enterprises In Vietnam: Social Capital, Factors Of Emergence And Policy Considerations," 2013, <https://Lup.Lub.Lu.Se/Student-Papers/Record/3798433/File/3798436.Pdf>.

45 I. Gede Agus Kurniawan, "Digitalization Of Business Law: Urgency And Orientation Of The Industrial Revolution 4.0 And Society 5.0," *Volkgeist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi*, December 20, 2022, 253–265, <https://Doi.Org/10.24090/Volkgeist.V5i2.6847>.

46 Irina Vladimirovna Osinovskaia, "The Role Of Digitalization In The Development Of The Company's Human Resources Potential," In *Shs Web Of Conferences*, Vol. 106, 2021, 117.



### 3.1.2 Pelarangan *Social Commerce*: Kontra-Responsive Terhadap Paradigma Digitalisasi Bisnis dalam Hukum Ekonomi

Hukum ekonomi yang kurang responsif terhadap adaptasi digitalisasi tidak dapat memberikan kontribusi dalam mengakomodasi potensi bisnis digital untuk membuka dan meningkatkan peluang kerja baru bagi masyarakat. Apabila disandingkan dengan kebijakan pelarangan *S-Commerce* dari Pemerintah Indonesia, keputusan itu dapat diasumsikan sebagai kebijakan yang tidak responsif dan adaptif terhadap digitalisasi bisnis. Akibat pelarangan tersebut, Pemerintah justru malah mendegradasi negara dalam merespons modernisasi di sektor ekonomi. Negara telah rugi karena tidak memanfaatkan potensi besar dari platform *S-Commerce*. Padahal *S-Commerce* memiliki potensi besar dalam membuka sektor pekerjaan baru bagi masyarakat yang dapat berpengaruh bagi pertumbuhan ekonomi negara di era digitalisasi. Kebijakan itu juga dinilai inkonstitusional karena mereduksi amanat Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 yang mengharuskan negara menjaga ritme perekonomian yang selalu adaptif dengan prinsip keseimbangan dan kemajuan. Dalam sektor privat, penting bagi negara untuk menjamin kepastian hukum bagi bisnis sebagai media transaksi, bukan membatasi aksesnya<sup>47</sup>. Sebagai contoh, putusan “*The German Federal Constitution Court’s landmark decision*” menegaskan hak digital rakyat dalam menentukan informasi sebagai hak dasar yang relevan dalam adaptasi terhadap digitalisasi<sup>48</sup>.

Untuk mencegah degradasi negara dalam menghadapi perkembangan digitalisasi, perlu ada terobosan paradigma hukum baru yang mengakomodasi *S-Commerce* untuk dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional di era digitalisasi. Sebagaimana hasil penelitian L. Lescrauwaet et.al adopsi teknologi modern di sektor bisnis sudah tidak bisa terbendung dan harus diadopsi ke dalam sistem perekonomian negara. Negara yang kurang adaptif terhadap teknologi tidak dapat menciptakan konstruksi hukum ekonomi modern untuk membuka dan mendorong inovasi bisnis dalam bersaing di era perekonomian digital<sup>49</sup>. B. Kumar & D. Dwivedy dalam penelitiannya menekankan adaptasi hukum ekonomi terhadap *social commerce* membutuhkan pertimbangan seimbang agar menciptakan perekonomian yang merata. Negara yang berhasil mengatur sektor tersebut secara jelas dapat menarik beragam investasi sehingga mendorong pengembangan teknologi baru<sup>50</sup>. Gagasan-gagasan tersebut yang memperkuat argumen untuk menganulir keputusan *S-Commerce* oleh pemerintah Indonesia yang seharusnya bukan melarang. Akan tetapi diatur dengan baik agar dapat menciptakan kesesuaian antara hukum dan teknologi untuk menciptakan perekonomian digital yang berkeadilan. Integrasi antara hukum dan teknologi menjadi landasan untuk membangun kerangka hukum bisnis yang sesuai dengan perkembangan usaha, terutama dalam konteks teknologi<sup>51</sup>. Dengan demikian, akan tercipta iklim bisnis yang kondusif dan berkeadilan bagi semua pihak yang terlibat.

---

47 Yapiter Marpi, Bakti Toni Endaryono Erlangga, And Krismayu Noviani, “Legal Effective Of Putting” Business As Usual” Clause In Agreements,” *International Journal* 10 (2021): 59.

48 Stefan Koos, “Digital Globalization And Law,” *Lex Scientia Law Review* 6, No. 1 (June 9, 2022): 33–68, <https://doi.org/10.15294/Lesrev.V6i1.55092>.

49 Lyytinen Lescrauwaet et al., “Adaptive Legal Frameworks and Economic Dynamics in Emerging Tech-Nologies: Navigating the Intersection for Responsible Innovation,” *Law and Economics* 16, no. 3 (October 30, 2022): 202–220, <https://doi.org/10.35335/laweco.v16i3.61>.

50 Birendra Kumar and Dilip Dwivedy, “Examining Legal Difficulties and Potential Benefits of Social Businesses,” *Journal of Law and Sustainable Development* 11, no. 6 (September 11, 2023): e1184–e1184, <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i6.1185>.

51 Fradhana Putra Disantara Et Al., “The Enigma Of Ethics: Code Of Ethics Enforcement On Covid-19 Health Protocol,” *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum* 7, No. 1 (January 12, 2022): 1–21, <https://doi.org/10.30596/DIL.V7i1.8203>.

## 3.2 Dekonstruksi Hukum *Social Commerce* Indonesia Berbasis Demokrasi Ekonomi Era Digitalisasi

### 3.2.1 Demokrasi Ekonomi dan Tantangan Regulasi S-Commerce: Melindungi Hak Ekonomi Rakyat di Era Digital”

Demokrasi ekonomi memiliki perbedaan makna dengan demokrasi politik yang identik dengan *election* dalam memperebutkan/ mempertahankan kekuasaan. Aspek filosofis yang membentuk konsep demokrasi ekonomi bermula dari pertanyaan, bagaimana investor harus diatur?; bagaimana transparansi pengelolaan tata kelola keuangan swasta dari Pemerintah?; dan bagaimana hak-hak individu dapat dilindungi pada persaingan perekonomian?<sup>52</sup>. Perlindungan aspek ekonomi dari hak-hak individu menjadi salah satu spirit demokrasi ekonomi yang diperjuangkan Adam Smith saat teretusnya revolusi industri ketika pekerja berada pada posisi tidak setara karena perusahaan selalu berada pada posisi dominan yang dapat mengatur apa pun<sup>53</sup>. Pemikiran demokrasi ekonomi dari Adam Smith memiliki manifestasi terhadap jaminan kesetaraan pelaku usaha kecil agar dapat bertahan pada persaingan ekonomi yang semakin kompleks.

Keputusan Pemerintah melarang *S-Commerce* yang kontroversi berpotensi tereduksinya demokrasi ekonomi akibat intervensi negara yang dapat memutus inovasi bisnis rakyat di era digitalisasi. Padahal amanat Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 telah mengakomodir demokrasi ekonomi sebagai landasan jaminan kebebasan rakyat untuk menyanggah seperangkat hak ekonomi. Deklarasi Wina 1993 menyatakan bahwa demokrasi ekonomi merupakan manifestasi hak asasi manusia atas kebebasan rakyat secara fundamental dalam menentukan politik hingga ekonomi yang bersifat universal<sup>54</sup>. Kandungan demokrasi ekonomi memiliki makna legitimasi hak individu terhadap jaminan akses ekonomi bagi rakyat merupakan perangkat perlindungan sosial yang bersifat fundamental. Sebagaimana spirit demokrasi ekonomi menjadi dasar legitimasi ruang partisipasi bagi rakyat untuk menentukan nasibnya sendiri melalui aktivitas perekonomian<sup>55</sup>. Artinya, urgensi yang dimiliki demokrasi ekonomi harus ditegakkan oleh negara sebagai instrumen jaminan hak akses bisnis karena menjadi media rakyat berkreasi secara ekonomi yang dapat berpengaruh terhadap penghidupan yang lebih sejahtera. Berdasarkan demokrasi ekonomi, *S-Commerce* sebagai entitas bisnis baru di era digitalisasi tidak sepatutnya dilarang. Melarang *S-Commerce* sama saja menutup salah satu hak masyarakat untuk mengakses ekonomi sebagaimana amanat konstitusi serta memutus pemenuhan hak hidup rakyat atas penghidupan yang lebih sejahtera.

### 3.2.2 Dekonstruksi Hukum *S-Commerce* Berbasis Demokrasi Ekonomi Yang Adil di Era Digital

Gagasan untuk mendekonstruksi ulang kebijakan *S-Commerce* di Indonesia berwawasan demokrasi ekonomi memiliki sifat urgen agar tercipta relevansi dengan amanat konstitusi yang dapat menjamin hak perekonomian rakyat. Menurut kajian N. Apergis, Internalisasi prinsip demokrasi ekonomi ke dalam hukum ekonomi dapat menciptakan produk hukum yang adil dan setara, guna menjaga keadilan dalam perekonomian yang kondusif<sup>56</sup>. Kemudian dalam penelitian M.R. Mahaputra & Farhan Saputra menekankan akomodasi prinsip demokrasi ekonomi dapat menciptakan etika dan hukum bisnis yang tidak berpihak serta dapat mempromosikan keberlanjutan bisnis<sup>57</sup>. Meskipun secara teoritis tidak ada indikator baku terkait hubungan antara demokrasi ekonomi dan pembangunan ekonomi di era digitalisasi. Akan tetapi, apabila berpijak pada kajian M. Zafirovski mengidentifikasi beberapa faktor yang memperkuat sistem hukum tatanan ekonomi berdasarkan ide konseptual demokrasi ekonomi. Faktor-faktor tersebut meliputi : (1) kebebasan dan privasi pengguna; (2) partisipasi rakyat dalam pengambilan keputusan ekonomi; (3) pemerataan akses dan kesempatan ekonomi; (4) akses keadilan

52 Ewan Mcgaughey, “Economic Democracy: A Brief History And The Laws That Make It,” Ssrn Scholarly Paper (Rochester, Ny, August 19, 2023), <https://doi.org/10.2139/ssrn.4545637>.

53 Adam Smith, *The Wealth of Nations & The Theory of Moral Sentiments* (DigiCat, 2023).

54 Un General Assembly, *Vienna Declaration And Programme Of Action*, 14-25 June 1993, A/Conf.157/23, Point 8.

55 Andrew Cumbers Et Al., “Reconfiguring Economic Democracy: Generating New Forms Of Collective Agency, Individual Economic Freedom And Public Participation,” *Work, Employment & Society* 34, No. 4 (2020): 678–95.

56 Nicholas Apergis, “Education And Democracy: New Evidence From 161 Countries,” *Economic Modelling* 71 (April 1, 2018): 59–67, <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2017.12.001>.

57 M. Rizky Mahaputra and Farhan Saputra, “Application of Business Ethics and Business Law on Economic Democracy That Impacts Business Sustainability,” *Journal of Law, Politic and Humanities* 1, no. 3 (May 4, 2021): 115–125, <https://doi.org/10.38035/jlph.v1i3.56>.

terhadap pendidikan dan pelatihan<sup>58</sup>. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, kebijakan ekonomi dapat lebih linier dengan prinsip demokrasi ekonomi dan mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif di era digitalisasi.

Pertama, kebebasan dan privasi pengguna. Kebijakan pelarangan *S-Commerce* dalam Permendag No. 31 Tahun 2023 yang mereduksi hak akses ekonomi digital perlu dianulir agar tidak membatasi kebebasan dan privasi pengguna dalam melakukan aktivitas perekonomian di era digitalisasi. H. Nissenbaum menyatakan demokrasi ekonomi di era modern merupakan instrumen yang melegitimasi kebebasan dalam bertransaksi dan berinteraksi pada platform teknologi<sup>59</sup>. Esensi demokrasi tersebut dapat dimaknai perkembangan digitalisasi tidak dapat dijadikan alasan untuk mereduksi hak kebebasan transaksi ekonomi sehingga siapa pun memiliki kesempatan dan hak yang setara atas penggunaan internet sebagai media pengembangan bisnis.

Atas dasar demokrasi, seharusnya negara tidak sepatasnya melarang *S-Commerce* sebagai platform bisnis untuk mengakomodir jaminan hak ekonomi rakyat di era digitalisasi. Peran negara seharusnya hanya sebatas stabilisator dan dinamisator terhadap perkembangan perniagaan modern agar setiap warga dapat mendapatkan akses yang sama<sup>60</sup>. Melarang *S-Commerce* justru berkontradiksi dengan demokrasi ekonomi karena telah membatasi hak akses ekonomi yang dapat menghalangi aktualisasi potensial masyarakat untuk berinovasi melalui teknologi dalam mengembangkan bisnis modern. Kebijakan yang membatasi akses ekonomi merupakan kebijakan otoritatif dan bertolak belakang dengan demokrasi ekonomi untuk mempromosikan lingkungan prediktif di mana ekonomi bisa berkembang<sup>61</sup>.

Kedua, partisipasi rakyat dalam pengambilan keputusan. Partisipasi rakyat dalam pengambilan keputusan ekonomi merupakan bagian fundamental dari demokrasi ekonomi. Demokrasi mencerminkan ruang kritis dari aspirasi partisipasi publik dalam proses pembuatan kebijakan yang ideal. Sebagaimana nilai historis, nilai dasar demokrasi adalah mengajarkan manusia untuk berpikir secara bebas dalam menjauhkan dari cengkeraman otoritarianisme. Pengambilan keputusan kebijakan ekonomi yang berlandaskan demokrasi harus selalu mengedepankan pendekatan partisipatif yang melibatkan berbagai pihak, seperti pekerja, investor, konsumen, dan komunitas<sup>62</sup>. Sebagaimana yang disampaikan oleh Pasternak, aspek partisipatif dapat menjadi landasan bagi perencanaan tindakan negara yang lebih akurat<sup>63</sup>. Artinya, mengakomodasi aspirasi masyarakat dalam pembuatan kebijakan merupakan bagian integral dari visi negara demokratis yang mendorong masyarakat inklusif untuk berpartisipasi dalam menentukan agenda kebijakan negara.

Kebijakan kontroversial pelarangan *S-Commerce* oleh pemerintah Indonesia mengindikasikan pengambilan produk hukum tersebut kurang memperhatikan setiap aspirasi dari setiap pemangku kepentingan. Meskipun kebijakan ini bertujuan untuk melindungi UMKM lokal, namun justru malah menciptakan masalah baru bagi UMKM digital. Dampak dari pelarangan *S-Commerce* mengakibatkan UMKM digital kehilangan platform penjualan mereka dan terpaksa memulai kembali proses bisnis mereka dari awal yang tentunya membutuhkan waktu untuk merintis kembali. Permasalahan ini muncul karena keputusan pelarangan *S-Commerce* terindikasi diambil secara terburu-buru tanpa memberikan solusi bagi pihak-pihak yang terdampak. Kebijakan yang menghadirkan masalah baru tanpa memberikan solusi sangat tidak mencerminkan keadilan yang memperhatikan kepentingan semua pihak. Seharusnya, dalam pengambilan keputusan terkait *S-Commerce*, setiap aspek dari stakeholder harus dilibatkan secara partisipatif. Hal ini penting karena partisipasi stakeholder dalam sektor ekonomi memiliki dampak besar dalam pembuatan kebijakan yang prediktif untuk menghindari berbagai potensi konflik.<sup>64</sup> Seperti yang diidentifikasi oleh C.S. Lee, beberapa negara Barat seperti Skandinavia dan Jerman yang berhasil mengadopsi aspirasi dari setiap pemangku kepentingan berdampak pada peningkatan tingkat demokrasi

---

58 Milan Zafirovski, "Some Dilemmas Of Economic Democracy: Indicators And Empirical Analysis," *Economic And Industrial Democracy* 43, No. 1 (February 1, 2022): 252–302, <https://doi.org/10.1177/0143831x19893761>.

59 Helen Nissenbaum, "Privacy In Context: Technology, Policy, And The Integrity Of Social Life," *Journal Of Information Policy* 1 (2011): 149–151.

60 Carl J. Friedrich, Review Of *Review Of The Road To Serfdom*, By Friedrich A. Hayek, *The American Political Science Review* 39, No. 3 (1945): 575–579, <https://doi.org/10.2307/1949539>.

61 Roderick Pace, "Democracy, Economic Development And Regional Stability In The Mediterranean Region." In *Euro-Med Integration And The 'ring Of Friends': The Mediterranean's European Challenge*, Vol. Iv" (European Documentation And Research Centre, 2003), [http://aei.pitt.edu/1654/1/Roderick\\_Pace.Pdf](http://aei.pitt.edu/1654/1/Roderick_Pace.Pdf).

62 Richard D. Wolff, *Democracy At Work: A Cure For Capitalism* (Haymarket Books, 2012).2012

63 Avia Pasternak, "Limiting States' Corporate Responsibility\*," *Journal Of Political Philosophy* 21, No. 4 (2013): 361–381, <https://doi.org/10.1111/J.1467-9760.2012.00423.X>.

64 Christian Dustmann Et Al., "From Sick Man Of Europe To Economic Superstar: Germany's Resurgent Economy," *Journal Of Economic Perspectives* 28, No. 1 (February 2014): 167–188, <https://doi.org/10.1257/Jep.28.1.167>.

dan pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi.<sup>65</sup> Seharusnya Indonesia harus belajar dari negara-negara tersebut. Kemunculan masalah akibat dari pelarangan *S-Commerce* mencerminkan kurangnya pengakomodasian aspirasi setiap *stakeholder* dalam kebijakan tersebut, yang dapat berdampak negatif pada demokrasi ekonomi Indonesia di masa depan.

Ketiga, pemerataan akses dan kesempatan ekonomi. Pemerataan akses dan kesempatan ekonomi menjadi salah satu kunci menciptakan perekonomian yang merata kepada setiap lapisan pebisnis di era digitalisasi. Ketidakmerataan masyarakat terhadap akses ekonomi digital menjadikan negara memiliki tanggung jawab untuk memastikan pemerataan akses agar menciptakan persaingan bisnis yang adil. Prinsip demokrasi ekonomi yang berakar dari keadilan sosial mendorong negara untuk melakukan pemerataan pembangunan ekonomi melalui kebijakan yang bersumber dari aspek demokrasi ekonomi. Dalam konteks ini, konsep demokrasi ekonomi mendorong negara memberikan fasilitas akses bisnis bagi rakyat sebagai sarana untuk mewujudkan pemerataan pembangunan ekonomi<sup>66</sup>. Ini berarti negara harus memberikan dan memfasilitasi kepada semua pelaku bisnis tanpa memandang latar belakang atau ukuran perusahaan. Dengan demikian, negara akan berhasil untuk berperan sebagai fasilitator untuk menciptakan lingkungan bisnis yang inklusif dan berkesempatan bagi semua pihak.

Pemerintah mengklaim pelarangan *S-Commerce* dilakukan untuk melindungi UMKM lokal yang kalah bersaing dengan UMKM digital karena dianggap telah memonopoli pasar. Namun jika merujuk pada hukum persaingan usaha dalam UU No. 5 Tahun 1999, tidak ditemukan klausul yang dilanggar oleh UMKM digital sehingga dianggap memonopoli pasar atau menciptakan persaingan tidak sehat. Disisi lain apabila merujuk pada survei Populix yang dikutip oleh INDEF menunjukkan 86% responden dari 1000 orang menyatakan pernah melakukan transaksi di *S-Commerce*<sup>67</sup>. Mayoritas responden dalam survei tersebut dianggap memiliki preferensi khusus dalam transaksi di jual beli di ranah digital. Apabila *S-Commerce* ditutup, konsumen tetap memiliki alternatif platform belanja di sektor *E-Commerce* daripada memilih bertransaksi pada UMKM tradisional. Artinya, tujuan penutupan *S-Commerce* tidak berimplikasi khusus terhadap transisi transaksi ke ranah UMKM Tradisional, dan mereka justru menekan agar meminta menutup platform *E-Commerce*<sup>68</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen hukum yang dikeluarkan oleh Pemerintah tidak efektif dalam mengatur sektor ekonomi tertentu. Menurut K. Stefan, fungsi instrumen hukum adalah untuk mengorganisir perilaku manusia agar dapat menghindari benturan kepentingan baik individu maupun kelompok dalam masyarakat, terutama dalam konteks perkembangan bisnis global yang tidak semua pihak dapat mengaksesnya. Oleh karena itu, negara dihadapkan pada tantangan untuk menciptakan ruang ekosistem digital yang mendorong kerja sama dalam penyelenggaraan digitalisasi ekonomi yang merata<sup>69</sup>. Prinsip keadilan pada demokrasi ekonomi bersanding pada perekonomian kolaboratif daripada persaingan. Sehingga sangat penting untuk menciptakan lingkungan integratif yang mendukung kolaborasi dan inklusi bagi semua pelaku ekonomi secara kolaboratif.

---

65 Cheol-Sung Lee, "Labor Unions And Good Governance: A Cross-National, Comparative Analysis," *American Sociological Review* 72, No. 4 (August 1, 2007): 585–609, <https://doi.org/10.1177/000312240707200405>.

66 Morris Perlman, "Economic Freedom," In *On Freedom* (Routledge, 1989).

67 Liputan6.com, "Usai Social Commerce Dilarang, Apa Dampaknya ke Konsumen?," liputan6.com, October 3, 2023, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5413244/usai-social-commerce-dilarang-apa-dampaknya-ke-konsumen>.

68 Eva Safitri, "Heboh Pedagang Tanah Abang Minta e-Commerce Ditutup, Ini Respons Mendag," *detiknews*, accessed October 4, 2024, <https://news.detik.com/berita/d-6974572/heboh-pedagang-tanah-abang-minta-e-commerce-ditutup-ini-respons-mendag>.

69 Stefan Koos, "Digital Globalization And Law," *Lex Scientia Law Review* 6, No. 1 (June 9, 2022): 33–68, <https://doi.org/10.15294/Lesrev.V6i1.55092>.

## Gambar 1.2. Ilustrasi mobilisasi UMKM lokal ke pasar digital melalui penyelenggaraan *S-Commerce*



Sumber : ilustrasi gambar dari Accenture.com

Keempat, akses yang adil terhadap pendidikan dan pelatihan. Akses yang adil terhadap pendidikan dan pelatihan yang berasal dari moral demokrasi ekonomi merupakan bagian pembinaan inklusif ekonomi negara kepada setiap warga. Karena paradigma ekonomi yang berkualitas bukan hanya berorientasi mencetak ekonomi kelas menengah ke atas, tetapi harus dapat memfasilitasi edukasi yang dapat menciptakan kesetaraan sosial-ekonomi keseluruhan individu<sup>70</sup>. Kesetaraan akses pendidikan adalah faktor krusial agar tercapainya kesetaraan di setiap aspek ekonomi dan sosial. Hal ini termasuk jaminan masyarakat mendapatkan pendidikan dan pelatihan agar masyarakat dapat berpartisipasi dalam dunia ekonomi digital secara kolektif<sup>71</sup>. Serta untuk memastikan bahwa tidak ada kesenjangan dalam peluang pendidikan dan mobilitas sosial sehingga dapat mewujudkan kesetaraan atas hak yang sama<sup>72</sup>. Artinya, apabila pendidikan direalisasi secara proporsional sangat berpengaruh meningkatkan keterampilan para pekerja dan mengatasi masalah ketimpangan ekonomi yang disebabkan oleh ketidaksetaraan kompetensi. Tujuan dari pendidikan dan pelatihan ini menjadi semakin penting mengingat literasi digital di kalangan UMKM di Indonesia masih belum merata hingga tahun 2023<sup>73</sup>. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa hanya 22 juta UMKM yang masuk ke pasar digital, jauh dari target yang ditetapkan sebanyak 30 juta<sup>74</sup>. Melalui demokrasi ekonomi, negara memiliki peran aktif dalam membina masyarakat secara kolektif untuk beradaptasi dengan ekonomi digital. Dengan demikian, pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dapat terwujud melalui pemberdayaan produksi dan konsumsi yang bersumber dari sumber daya dan tenaga lokal<sup>75</sup>.

## 4. Kesimpulan

*S-Commerce* adalah bentuk kemajuan dari digitalisasi ekonomi yang menggabungkan *E-Commerce* dengan *Social Media*. Disrupsi digital di sektor ekonomi membuat negara harus beradaptasi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut prinsip digitalisasi hukum ekonomi, bisnis modern harus terintegrasi dengan teknologi

70 Evelyne Huber, Dietrich Rueschemeyer, And John D. Stephens, "The Impact Of Economic Development On Democracy," *Journal Of Economic Perspectives* 7, No. 3 (September 1993): 71–86, <https://doi.org/10.1257/jep.7.3.71>.

71 Nancy Birdsall, Ruth Levine, And Amina Ibrahim, "Towards Universal Primary Education: Investments, Incentives, And Institutions," *European Journal Of Education* 40, No. 3 (2005): 337–349, <https://doi.org/10.1111/j.1465-3435.2005.00230.x>.

72 J. W. Smith, *Economic Democracy: The Political Struggle Of The 21st Century: The Political Struggle Of The 21st Century* (Routledge, 2017).

73 Iman, "Pemerhati Sebut Literasi Digitalisasi Pelaku Umkm Belum Merata," Rri.Co.Id - Portal Berita Terpercaya, Accessed February 17, 2024, <https://www.rri.co.id/umkm/289412/pemerhati-sebut-literasi-digitalisasi-pelaku-umkm-belum-merata>.

74 Data Kementerian Koperasi dan UKM terkait mobilisasi UMKM ke ranah digital sebanyak 22 juta entitas yang masih jauh dari target, 2023.

75 Susan Witt And Christopher Lindstrom, "Local Currencies In The Twenty-First Century," *World Affairs: The Journal Of International Issues* 9, No. 1 (2005): 157–163.

untuk membangun ekonomi digital di era 4.0. Sedangkan keputusan Pemerintah yang memutuskan untuk melarang S-Commerce kurang merepresentasikan akomodasi perkembangan digitalisasi di sektor ekonomi. Padahal substansi Pasal 33 ayat (4) UUD mengamanatkan Negara untuk mewujudkan perekonomian nasional yang seimbang dan adaptif dengan perkembangan teknologi. Sehingga pelarangan *S-Commerce* bisa dianggap inkonstitusional. Dalih untuk melindungi UMKM lokal pun kurang relevan karena setelah pelarangan, kondisi UMKM lokal tetap stagnan dan bahkan ada desakan untuk melarang *E-Commerce*. Respons negara terhadap *S-Commerce* perlu dievaluasi agar selaras dengan demokrasi ekonomi yang dapat bersinergi dengan ekosistem ekonomi modern dan tradisional. Melalui dekonstruksi hukum, internalisasi demokrasi ekonomi terhadap pengaturan *S-Commerce* yang lebih ideal harus mempertimbangkan aspek kebebasan dan privasi pengguna, partisipasi rakyat dalam pengambilan keputusan, pemerataan akses dan kesempatan ekonomi, dan akses yang adil terhadap pendidikan dan pelatihan. Tujuannya untuk menciptakan regulasi *S-Commerce* lebih proporsional dalam memajukan UMKM digital yang dapat berkolaborasi dengan UMKM lokal guna mencapai ekonomi yang adil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Adwan, Ahmad Samed, and Husam Kokash. "The Driving Forces of Facebook Social Commerce." *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 14, no. 2 (May 2019): 15–32. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762019000200103>.
- Alam, Faizan, Meng Tao, Eva Lahuerta-Otero, and Zhao Feifei. "Let's Buy With Social Commerce Platforms Through Social Media Influencers: An Indian Consumer Perspective." *Frontiers in Psychology* 13 (April 15, 2022). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.853168>.
- Algharabat, Raed, Nripendra P. Rana, Ali Abdallah Alalwan, Abdullah Baabdullah, and Ashish Gupta. "Investigating the Antecedents of Customer Brand Engagement and Consumer-Based Brand Equity in Social Media." *Journal of Retailing and Consumer Services* 53 (March 1, 2020): 101767. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.016>.
- Amahoru, Archristhea, Abdurrahman Sadikin, Firman Aziz, Egidius Fkun, and Ismail Ludin. "SOCIAL MEDIA AND COMMERCE: A REVIEW OF THE INDONESIAN GOVERNMENT'S EFFORTS TO REGULATE ONLINE TRANSACTIONS." *Jurnal Scientia* 12, no. 04 (December 9, 2023): 2150–55. <https://doi.org/10.58471/scientia.v12i04.2095>.
- Apergis, Nicholas. "Education and Democracy: New Evidence from 161 Countries." *Economic Modelling* 71 (April 1, 2018): 59–67. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2017.12.001>.
- Basri, Chatib, and Hal Hill. "Making Economic Policy in a Democratic Indonesia: The First Two Decades." *Asian Economic Policy Review* 15, no. 2 (2020): 214–34. <https://doi.org/10.1111/aepr.12299>.
- Beaumier, Guillaume, Kevin Kalomeni, Malcolm Campbell-Verduyn, Marc Lenglet, Serena Natile, Marielle Papin, Daivi Rodima-Taylor, Arthur Silve, and Falin Zhang. "Global Regulations for a Digital Economy: Between New and Old Challenges." *Global Policy* 11, no. 4 (2020): 515–22. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12823>.
- Birdsall, Nancy, Ruth Levine, and Amina Ibrahim. "Towards Universal Primary Education: Investments, Incentives, and Institutions." *European Journal of Education* 40, no. 3 (2005): 337–49. <https://doi.org/10.1111/j.1465-3435.2005.00230.x>.
- Chen, Lei, and Ruimei Wang. "Trust Development and Transfer from Electronic Commerce to Social Commerce: An Empirical Investigation." *American Journal of Industrial and Business Management* 06, no. 05 (2016): 568. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2016.65053>.
- Chen, Te Fu. "Building a Platform of Business Model 2.0 to Creating Real Business Value with Web 2.0 for Web Information Services Industry." *International Journal of Electronic Business Management*, no. 3 (2009): 168.
- Chen, Wen, Xiaoyu Du, Wei Lan, Weili Wu, and Murong Zhao. "How Can Digital Economy Development Empower High-Quality Economic Development?" *Technological and Economic Development of Economy* 29, no. 4 (July 14, 2023): 1168–94. <https://doi.org/10.3846/tede.2023.18784>.
- Christiani, Theresia Anita. "Normative and Empirical Research Methods: Their Usefulness and Relevance in the Study of Law as an Object." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 219 (2016): 201–7. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.006>.

- Cumbers, Andrew, Robert McMaster, Susana Cabaço, and Michael J White. "Reconfiguring Economic Democracy: Generating New Forms of Collective Agency, Individual Economic Freedom and Public Participation." *Work, Employment & Society* 34, no. 4 (2020): 678–95.
- Cuomo, Maria Teresa, Alice Mazzucchelli, Roberto Chierici, and Francesca Ceruti. "Exploiting Online Environment to Engage Customers: Social Commerce Brand Community." *Qualitative Market Research: An International Journal* 23, no. 3 (January 1, 2020): 339–61. <https://doi.org/10.1108/QMR-12-2017-0186>.
- Curty, Renata Gonçalves, and Ping Zhang. "Social Commerce: Looking Back and Forward." *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* 48, no. 1 (2011): 1–10. <https://doi.org/10.1002/meet.2011.14504801096>.
- Cutshall, Robert, Chuleeporn Changchit, and Anh Pham. "Factors Influencing Consumers' Participation in Social Commerce." *Journal of Computer Information Systems* 62, no. 2 (March 4, 2022): 290–301. <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1802790>.
- Directorate-General for International Partnerships (European Commission), Ben Wagner, Carolina Ferro, and Rita Gsenger. *Democracy and Digitalisation: Handbook*. LU: Publications Office of the European Union, 2022. <https://data.europa.eu/doi/10.2841/356478>.
- Disantara, Fradhana Putra, Ruetaitip Chansrakao, Mohamad Jazuli, Ni Putu Ratnayutika, Rini Triastutiek Umiasih, and Claudya Inamas Putri. "The Enigma of Ethics: Code of Ethics Enforcement on Covid-19 Health Protocol." *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum* 7, no. 1 (January 12, 2022): 1–21. <https://doi.org/10.30596/dll.v7i1.8203>.
- Dustmann, Christian, Bernd Fitzenberger, Uta Schönberg, and Alexandra Spitz-Oener. "From Sick Man of Europe to Economic Superstar: Germany's Resurgent Economy." *Journal of Economic Perspectives* 28, no. 1 (February 2014): 167–88. <https://doi.org/10.1257/jep.28.1.167>.
- Elias, Stephen, and Susan Levinkind. *Legal Research: How to Find & Understand the Law*. Nolo, 2001.
- Elliott, Robert, and Ladislav Timulak. "Descriptive and Interpretive Approaches to Qualitative Research." *A Handbook of Research Methods for Clinical and Health Psychology* 1, no. 7 (2005): 147–59.
- Friedrich, Carl J. Review of *Review of The Road to Serfdom*, by Friedrich A. Hayek. *The American Political Science Review* 39, no. 3 (1945): 575–79. <https://doi.org/10.2307/1949539>.
- GABRIEL, Justin MO, and Linda OJ GABRIEL. "SOCIAL COMMERCE IN A DIGITAL ECONOMY." *Nigerian Journal of Management Sciences* 21, no. 1 & 2 (2020). <https://nigerianjournalofmanagementsciences.com/wp-content/uploads/2020/09/Social-Commerce-in-a-Digital.pdf>.
- Gemilang, Ahcmad Rivai Sinar, and Endy Gunanto Marsasi. "Social Commerce Investigation: The Role of Satisfaction and Loyalty on Repurchase Intention." *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, May 1, 2023, 1–14. <https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.992>.
- Handarkho, Yonathan Dri. "Social Experience vs. Social Technology in Enhancing the Intention to Use Social Commerce: A Case Study of Indonesia." *Journal of Enterprise Information Management* 34, no. 3 (January 1, 2020): 860–83. <https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2020-0013>.
- Herrera, Geoffrey L. "The Politics of Bandwidth: International Political Implications of a Global Digital Information Network." *Review of International Studies* 28, no. 1 (January 2002): 93–122. <https://doi.org/10.1017/S0260210502000931>.
- Holsti, Ole R. "Content Analysis for the Social Sciences and Humanities." *Reading, MA: Addison-Wesley (Content Analysis)*, 1969.
- Huang, Zhao, and Morad Benyoucef. "From E-Commerce to Social Commerce: A Close Look at Design Features." *Electronic Commerce Research and Applications*, Social Commerce- Part 2, 12, no. 4 (July 1, 2013): 246–59. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2012.12.003>.
- Huber, Evelyne, Dietrich Rueschemeyer, and John D. Stephens. "The Impact of Economic Development on Democracy." *Journal of Economic Perspectives* 7, no. 3 (September 1993): 71–86. <https://doi.org/10.1257/jep.7.3.71>.
- Iman. "Pemerhati Sebut Literasi Digitalisasi Pelaku UMKM Belum Merata." *rri.co.id - Portal berita terpercaya*. Accessed February 17, 2024. <https://www.rri.co.id/umkm/289412/pemerhati-sebut-literasi-digitalisasi-pelaku-umkm-belum-merata>.



- Isal, Muhammad Aryanang, and Rahmat Maulana Sidik. "Jeratan Social Commerce: Matinya Masa Depan UMKM di Indonesia Studi Kasus TikTok Shop di Indonesia." *Commerce Law* 3, no. 2 (December 17, 2023). <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i2.3551>.
- Johanisova, Nadia, and Stephan Wolf. "Economic Democracy: A Path for the Future?" *Futures*, Special Issue: Politics, Democracy and Degrowth, 44, no. 6 (August 1, 2012): 562–70. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2012.03.017>.
- Koos, Stefan. "Digital Globalization and Law." *Lex Scientia Law Review* 6, no. 1 (June 9, 2022): 33–68. <https://doi.org/10.15294/lesrev.v6i1.55092>.
- Kraiwanit, Tanpat, and Saranchana Asanprakit. "Market Concentration of Social Commerce Platforms: A Perspective of Regulation in a Developing Country." SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY, October 24, 2023. <https://papers.ssrn.com/abstract=4611436>.
- Kumar, Birendra, and Dilip Dwivedy. "Examining Legal Difficulties and Potential Benefits of Social Businesses." *Journal of Law and Sustainable Development* 11, no. 6 (September 11, 2023): e1184–e1184. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i6.1185>.
- Kurniawan, I. Gede Agus. "Digitalization of Business Law: Urgency and Orientation of the Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0." *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi*, December 20, 2022, 253–65. <https://doi.org/10.24090/volksgeist.v5i2.6847>.
- Lee, Cheol-Sung. "Labor Unions and Good Governance: A Cross-National, Comparative Analysis." *American Sociological Review* 72, no. 4 (August 1, 2007): 585–609. <https://doi.org/10.1177/000312240707200405>.
- Lescrauwaet, Lyytinen, Hekkert Wagner, Cheng Yoon, and Sovacool Shukla. "Adaptive Legal Frameworks and Economic Dynamics in Emerging Tech-Nologies: Navigating the Intersection for Responsible Innovation." *Law and Economics* 16, no. 3 (October 30, 2022): 202–20. <https://doi.org/10.35335/laweco.v16i3.61>.
- Liang, Ting-Peng, and Efraim Turban. "Introduction to the Special Issue Social Commerce: A Research Framework for Social Commerce." *International Journal of Electronic Commerce* 16, no. 2 (December 1, 2011): 5–14. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415160201>.
- Lina, Lia Febria, and Emi Suwarni. "Social Commerce Adoption to Enhance SMEs Performance: Technology, Organization and Environment (TOE) Perspectives." *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)* 8, no. 3 (September 30, 2022): 689–689. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.689>.
- Liputan6.com. "Usai Social Commerce Dilarang, Apa Dampaknya ke Konsumen?" liputan6.com, October 3, 2023. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5413244/usai-social-commerce-dilarang-apa-dampaknya-ke-konsumen>.
- Mahaputra, M. Rizky, and Farhan Saputra. "Application of Business Ethics and Business Law on Economic Democracy That Impacts Business Sustainability." *Journal of Law, Politic and Humanities* 1, no. 3 (May 4, 2021): 115–25. <https://doi.org/10.38035/jlph.v1i3.56>.
- Marpi, Yapiter, Bakti Toni Endaryono Erlangga, and Krismayu Noviani. "Legal Effective of Putting" Business as Usual" Clause in Agreements." *International Journal* 10 (2021): 59.
- Marsden, Paul. "The Social Commerce Handbook : 20 Secrets for Turning Social Media into Social Sales." (*No Title*). Accessed January 23, 2024. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000795444669184>.
- McGaughey, Ewan. "Economic Democracy: A Brief History and the Laws That Make It." SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY, August 19, 2023. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4545637>.
- Meskic, Zlatan, Mohamad Albakjaji, Enis Omerovic, and Hussein Alhussein. "Transnational Consumer Protection in E-Commerce: Lessons Learned From the European Union and the United States." *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET)* 13, no. 1 (January 1, 2022): 1–15. <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.299972>.
- Mujtaba, Bahaudin, and Frank Cavico. "E-Commerce and Social Media Policies in the Digital Age: Legal Analysis and Recommendations for Management." *Journal of Entrepreneurship and Business Venturing* 3, no. 1 (February 27, 2023). <https://doi.org/10.56536/jebv.v3i1.37>.
- Murray, Michael. "Economic Democracy." MPRA Paper, September 11, 2013. <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/49755/>.

- Nissenbaum, Helen. "Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life." *Journal of Information Policy* 1 (2011): 149–51.
- Osinovskaia, Irina Vladimirovna. "The Role of Digitalization in the Development of the Company's Human Resources Potential." In *SHS Web of Conferences*, 106:117–20, 2021.
- Pace, Roderick. "Democracy, Economic Development and Regional Stability in the Mediterranean Region." In *EURO-MED INTEGRATION AND THE 'RING OF FRIENDS': THE MEDITERRANEAN'S EUROPEAN CHALLENGE, VOL. IV.* European Documentation and Research Centre, 2003. [http://aei.pitt.edu/1654/1/Roderick\\_Pace.pdf](http://aei.pitt.edu/1654/1/Roderick_Pace.pdf).
- Pasternak, Avia. "Limiting States' Corporate Responsibility\*." *Journal of Political Philosophy* 21, no. 4 (2013): 361–81. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9760.2012.00423.x>.
- Perlman, Morris. "Economic Freedom." In *On Freedom*. Routledge, 1989.
- Rosid, Muhamad. "Penutupan TikTokShop Dalam Perspektif Hukum Islam: Analisis Terhadap Kebijakan Pemerintah Dan Implikasinya Terhadap Masyarakat Digital." *An Namatul Ausath* 1, no. 1 (January 25, 2024): 141–50.
- Safitri, Eva. "Heboh Pedagang Tanah Abang Minta e-Commerce Ditutup, Ini Respons Mendag." *detiknews*. Accessed October 4, 2024. <https://news.detik.com/berita/d-6974572/heboh-pedagang-tanah-abang-minta-e-commerce-ditutup-ini-respons-mendag>.
- Schwab, Klaus. *The Fourth Industrial Revolution*. Crown, 2017.
- Smith, Adam. *The Wealth of Nations & The Theory of Moral Sentiments*. DigiCat, 2023.
- Smith, J. W. *Economic Democracy: The Political Struggle of the 21st Century: The Political Struggle of the 21st Century*. Routledge, 2017.
- "Social Shopping," December 27, 2023. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-shopping>.
- Syafril, Syafril, Effiyaldi Effiyaldi, Yemima Yemima, Wahyudi Wahyudi, Selvanus Selvanus, Hidayatullah As-Syahri, and Hari Susanto. "Why Social Commerce Tiktok Shop Was Closed By The Indonesian Government." *Hut Publication Business and Management* 3, no. 1 (December 27, 2023): 1–10.
- Syafril, Syaifullah, M. Fahmi, and N. R. F. Makkulawu Kessi. "The Main Strategy of MSMEs Able to Survive in the Upcoming Latest Variant of Covid-19." *International Journal of Management and Business Intelligence (IJBMI)* 1, no. 2 (2023): 115–24.
- Taherkhani, Mostafa, and S. Mohamed Ghari S. Fatemi. "Jacques Derrida and Deconstruction of Law." *Law Research Quarterly* 25, no. 100 (2023): 59. <https://doi.org/10.29252/JLR.2021.222358.1934>.
- Tran, Laurent Tho. "Understanding the Rise of Social Enterprises in Vietnam: Social Capital, Factors of Emergence and Policy Considerations," 2013. <https://lup.lub.lu.se/student-papers/record/3798433/file/3798436.pdf>.
- Vatanasakdakul, Savanid, Chadi Aoun, and Faiq Defiandry. "Social Commerce Adoption: A Consumer's Perspective to an Emergent Frontier." *Human Behavior and Emerging Technologies* 2023 (January 11, 2023): e3239491. <https://doi.org/10.1155/2023/3239491>.
- Velásquez, Vladimir, and Diógenes Carrasco. "Legal Aspects for the Regulation of Social Commerce in Panama," n.d.
- Wang, Xintian, Hai Wang, and Caiming Zhang. "A Literature Review of Social Commerce Research from a Systems Thinking Perspective." *Systems* 10, no. 3 (June 2022): 56. <https://doi.org/10.3390/systems10030056>.
- Witt, Susan, and Christopher Lindstrom. "Local Currencies in the Twenty-First Century." *World Affairs: The Journal of International Issues* 9, no. 1 (2005): 157–63.
- Wolff, Richard D. *Democracy at Work: A Cure for Capitalism*. Haymarket Books, 2012.
- Wu, CHANGJUN. "Chinese E-Commerce Legislation Current Situation, Problems and Ways to Improve." *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science*, 2017.
- Zafirovski, Milan. "Some Dilemmas of Economic Democracy: Indicators and Empirical Analysis." *Economic and Industrial Democracy* 43, no. 1 (February 1, 2022): 252–302. <https://doi.org/10.1177/0143831X19893761>.

