

ABSTRAK

Nur Kholisah. *Implementasi Permendag No. 31 Tahun 2023 Pada Social Commerce Instagram (Studi Kasus @nunastorebjm).* Pembimbing: Tuti Hasanah S.E.I., S.Pd., M.H.I., pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah, UIN Antasari Banjarmasin. 2025.

Kata Kunci: Permendag, Social Commerce, Instagram

Perkembangan dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) telah melahirkan *social commerce* sebagai model perdagangan baru berbasis media sosial, salah satunya Instagram sebagai platform yang banyak digunakan untuk pemasaran dan transaksi. Untuk memberikan kepastian hukum serta perlindungan bagi pelaku usaha dan konsumen, pemerintah telah mengeluarkan Permendag No. 31 Tahun 2023 yang melarang *social commerce* untuk memfasilitasi transaksi pembayaran langsung sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (3). Berdasarkan Permendag tersebut, peran *social commerce* hanya terbatas sebagai media promosi, sementara transaksi harus dialihkan ke *e-commerce*. Penelitian ini berlandaskan pada praktik bisnis di akun Instagram @nunastorebjm yang masih melakukan transaksi langsung melalui pesan pribadi atau transfer bank, sehingga belum sepenuhnya mematuhi ketentuan Permendag tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode hukum empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis. Sumber data yang digunakan berasal dari data primer yang diperoleh langsung dari informan, dan data sekunder yang diperoleh dari analisis dari berbagai sumber tertulis. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha, pengamatan pada akun @nunastorebjm, serta studi pustaka dengan menganalisis dokumen seperti Permendag No. 31 Tahun 2023, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), Fatwa DSN-MUI mengenai akad jual beli salam. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan langkah deskripsi, kategorisasi, dan interpretasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan Permendag No. 31 Tahun 2023 dalam akun @nunastorebjm belum optimal. Dalam praktiknya, pelaku usaha @nunastorebjm telah berusaha menerapkan ketentuan tersebut memindahkan sebagian dari transaksi ke platform yang lebih resmi yaitu *e-commerce* seperti Shopee. Namun, upaya tersebut belum sepenuhnya dikarenakan terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi implementasinya. Faktor-faktor tersebut terdiri dari enam faktor yaitu 1) tujuan dan standar kebijakan belum jelas; 2) keterbatasan sumber daya; 3) kualitas interaksi antar organisasi; 4) karakteristik pelaksanaan; 5) kondisi lingkungan sosial, ekonomi, dan politik; dan 6) sikap pelaksana. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa transaksi jual beli online yang dilakukan oleh akun Instagram @nunastorebjm termasuk dalam akad *bai' as-salam*. Praktik jual beli yang dilakukan @nunastorebjm diperbolehkan menurut hukum Islam karena dalam praktiknya sudah sejalan dengan prinsip muamalah, seperti kejujuran dan keterbukaan, serta tidak mengandung unsur gharar.