

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini era globalisasi dan liberalisasi perdagangan telah merambah di berbagai Kawasan dunia, hal tersebut secara otomatis akan membawa dampak besar pada perkembangan perekonomian dan dunia bisnis di seluruh penjuru dunia. Pada era globalisasi, majunya teknologi informasi seakan-akan tidak ada batas antarnegara, dan antarnegara terjadi saling ketergantungan serta keterpengaruhan. Maka persaingan yang ketat dalam memperoleh pangsa pasar (*market share*), Telah melampaui batas-batas negara yang menjadikan upaya pengelolaan secara maksimal dan pemanfaatan teknologi menjadi hal yang diwajibkan sehingga tujuan usaha yang dijalankan dapat berjalan sesuai dengan harapan.

Sistem ekonomi dunia pun telah bergerak kearah baru. Masyarakat menyebutnya dengan beberapa istilah yang berbeda seperti, Ekonomi Baru (*New Economy*), Ekonomi Digital (*Digital Economy*), Ekonomi Internet (*Internet Economy*), Ekonomi Jaringan atau biasa disebut dengan *Web Economy*.¹ Ekonomi digital merupakan bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi, dan hubungan antar pelaku ekonomi yang matang dengan internet sebagai media alat tukar.² Perkembangan teknologi yang berlandaskan pada unsur ekonomi digital tidak terlepas dari pengaruh

¹ Nufian S Febriani, Wayan Weda Asmara Dewi, 2019, **Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Study Kasus)**, UB Press, Malang, hlm. 2

² Nandang Ihwaludin, *et.al.* 2023, **Ekonomi dan Bisnis Digital**, Widina Bhakti Pesada, Bandung, hlm. 2

perkembangan teknologi yang luas. Dengan adanya teknologi melalui media penjualan media masa yang digunakan sebagai transaksi ekonomi dapat memudahkan masyarakat mengakses suatu pelayanan dengan merancang suatu susunan berbisnis yang dengan mudah dengan langkah pengambilan keputusan dan sasaran yang tepat dalam melakukan transaksi ekonomi.³

Dengan adanya pergerakan ekonomi digital tersebut, perdagangan menjadi seolah tidak mengenal ruang dan waktu, serta didukung dengan sistem pembayaran yang semakin mudah. Kemudahan dan kepraktisan pun dikemas dengan strategi yang sedemikian rupa oleh perusahaan. Hal ini sering disebut dengan bisnis digital. Bisnis digital adalah semua jenis usaha yang menjual produknya (barang dan jasa) secara *online*, baik melalui *website* atau aplikasi. Bersama dengan perkembangan global dan era digitalisasi, sebagaimana regulasinya menggunakan kontrak standar konvensional dan bisnis digital di Indonesia, dalam pelaksanaan mencerminkan asas/asas hukum perjanjian.⁴

Konsumen pun menjadi titik sentral dalam produksi di era ekonomi digital ini.⁵ Penggunaan teknologi di segala bidang serta kemudahan akses informasi yang semakin transparan akan dirasakan dan akan mempengaruhi konsumen. Kecepatan pun menjadi elemen penting untuk segala hal.

³ Nugroho Sumarjiyanto Benedictus Maria, Tri Widayati, 2020, **Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi**, Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, Universitas Diponogoro Indonesia, Volume 6 Nomor 2, hlm. 236 (selanjutnya disebut Nugroho Sumarjiyanto Benedictus Maria)

⁴ I Ketut Sukewati Lanang Putra Perbawa, *et.al.* 2021, ***Application of Agreement Principles in Digital Business Activities in Indonesia***, *Journal Proceeding International Conference Faculty of Law, Faculty Of Law Mahasaraswati Denpasar University*, Volume 1 Nomor 1, hlm. 187 (selanjutnya disebut I Ketut Sukewati Lanang Putra Perbawa)

⁵ Nugroho Sumarjiyanto Benedictus Maria, *Op.Cit.* hlm 237

Salah satu pengaruh positif yang berdampak besar dalam perkembangan media komunikasi sebagai sarana dalam melakukan transaksi ekonomi adalah dapat memberikan kemajuan yang begitu besar dalam bidang pengetahuan, memberikan kemudahan dalam bertransaksi ekonomi, dengan cara yang mudah di pahami yang dapat memudahkan seseorang dalam mendapatkan suatu produk yang di inginkan yang digunakan sebagai cara baru seseorang dalam melakukan aktifitas.⁶ Dan hal ini juga dapat memberikan manfaat yang dibawa melalui berbagai inovasi penjualan online yang dapat memudahkan untuk bertransaksi.

Di era revolusi kita saat ini, ekonomi digital adalah antisipasi bakat-bakat baru yang dapat menginspirasi daya saing. Ekonomi digital saat ini berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, terbukti dengan semakin banyaknya pengguna internet. Di awal tahun 2021, pengguna internet di Indonesia akan mencapai 204,7 juta orang, meningkat 8 juta orang dibandingkan Januari 2020. Apalagi saat pandemi COVID-19 telah mengubah penyelenggaraan layanan dan perilaku konsumen. Pelaku ekonomi harus berinovasi untuk beradaptasi dengan kebiasaan konsumsi baru, dari model jual beli tradisional hingga *e-commerce*. Asosiasi *E-Commerce* Indonesia menemukan bahwa pada Maret 2021, jumlah UMKM yang terdaftar di berbagai pasar mencapai sekitar 5,8 juta.⁷ Jumlah ini telah berkembang menjadi 4,8 juta sejak akhir tahun 2020. Namun semakin jelas bahwa digitalisasi adalah dimana sedang terjadi tidak hanya menguntungkan pelaku

⁶ Nila Dewi Aprilia, *et.al.* 2021, **Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia**, Jurnal Fakultas Managemen Pertahanan, Universitas Pertahanan Republik Indonesia, Volume 7 Nomor 2, hlm. 237 (Selanjutnya disebut Nila Dewi Aprilia)

⁷ Nina Rahayu, *et.al.* 2023, **Pembangunan Ekonomi Indonesia dengan Tantangan Transformasi Digital**, Jurnal Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Raharja, Tangerang Indonesia, Volume 4 Nomor 1, hlm. 1

ekonomi dimana bisa menjadi dalam pembangunan dengan kemajuan teknologi, tetapi juga menciptakan kesenjangan untuk keluarga jika tidak bisa mengikuti perkembangan jaman.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia sudah sangat pesat. Ekonomi Indonesia mengalami pertumbuhan yang cepat, Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara yang mencatat pertumbuhan tercepat dalam mengadopsi ekonomi digital.⁸ Hal ini dilihat dari aplikasi individu, bisnis, dan pemerintah melalui tiga pilar. Penilaian utama dinilai dari ketersediaan dan kecepatan unduh, jangkauan digital konsumsi data per pengguna, dan nilai digital penggunaan dalam pembayaran digital atau *e-commerce*. Skor Indonesia sebesar skor 99 persen, diikuti India 90 persen, China 45 persen, dan Rusia 44 persen. Bahkan, diklaim ekonomi digital menjadi peluang Indonesia pada 2025. mencapai \$130 miliar. Utamanya bertumbuh pada *e-commerce* dan *ridehailing*, serta pembayaran digital.

Indonesia mempunyai potensi untuk menjadi bangsa dan negara besar. Potensi sumber daya alam, letak geografis, dan potensi lainnya yang dimiliki oleh Indonesia tentunya bisa menjadi suatu ancaman atau keuntungan bagi bangsa. Potensi tersebut harus dikelola dengan baik agar menjadi keuntungan bagi bangsa Indonesia. Indonesia harus mampu mempertahankan sumber daya dan mengembangkan perekonomiannya dengan baik agar mampu bertahan pada persaingan ekonomi global di era Industri 4.0 ini. Era ini menuntut digitalisasi dalam segala bidang. Digitalisasi menjadi salah satu ciri terjadinya perubahan lingkungan pada era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan

⁸ McKinsey, (2019), ***China and theWorld: Inside the dynamics of a changing relationship***, McKinsey Global Institute, New York, hlm. 116

informasi, adanya ketergantungan dan batas-batas negara menjadi samar (*borderless*).⁹

Pada saat ini, Pola pikir masyarakat terbilang sangat instan dan dimudahkan dalam bertansaksi jual beli yang lebih cenderung memilih bertransaksi secara elektronik dibandingkan dengan harus bertransaksi secara langsung atau bertatap muka. Sudah banyak platform atau bisnis penjualan digital yang dikembangkan oleh banyak pengusaha untuk menjajakan barang dagangannya, yang sudah barang tentu lebih efisien dan mudah untuk dilakukan. Hal ini tentu berdampak pada badan usaha yang bergerak di bidang penjualan langsung (*Direct Selling*) untuk menjalankan bisnisnya.

Badan usaha yang bergerak di bidang penjualan langsung (*Direct Selling*) mengalami kesulitan untuk mengikuti perkembangan perekonomian digital ini. Salah satu perusahaan tersebut adalah PT Varash Saddam Nusantara yang beralamat usaha di Jalan Ahmad Yani Utara, Gg. Sriti, No. 88, Kelurahan Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali yang bergerak di bidang penjualan langsung obat tradisional, kosmetik dan suplemen Kesehatan dengan sistem pemasaran *Multi Level Marketing* (MLM). Hal tersebut dikarenakan barang yang diperdagangkan tidak boleh dijual melalui sistem penjualan tidak langsung atau *online market place*. Peraturan ini tertuang pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

⁹ Nila Dewi Aprilia, *Op.Cit*, hlm. 246.

Pada Pasal 21 huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung mengatur tentang larangan badan usaha yang bergerak dibidang penjualan langsung untuk melakukan kegiatan menjual atau memasarkan barang yang tercantum dalam Surat Izin Usaha Penjualan (SIUP) melalui saluran distribusi tidak langsung dan *online market place*.¹⁰

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung, Perusahaan yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12, Pasal 13, Pasal 21, Pasal 22 ayat (1), Pasal 23, dan Pasal 24 ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa: a. peringatan tertulis oleh Direktur Bina Usaha dan Pelaku Distribusi; atau b. pencabutan SIUP.¹¹

Banyaknya penjualan produk PT Varash Saddam Nusantara di *online Marketplace* membuat perusahaan tersebut nyaris mendapat surat teguran langsung dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia khususnya dari Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia karena melanggar peraturan tersebut. Banyaknya oknum Member perusahaan yang menjual produk di *online Marketplace* adalah akar dari permasalahan ini. Pernyataan itu dibenarkan dengan adanya bukti-bukti sidak penjualan produk yang telah dilakukan oleh Divisi Legal perusahaan yang

¹⁰ Pasal 21 huruf (h), **Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung**, Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 1006

¹¹ Pasal 31, **Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung**, Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 1006

mendapati produk tersebut dijual oleh beberapa Member perusahaan di *online Marketplace*.¹² Sehingga perusahaan memberikan sanksi tegas kebeberapa Member tersebut, dari surat teguran langsung, pemblokiran sementara ID Member sampai dengan penghapusan ID Member dari perusahaan karena telah melakukan pelanggaran/wanprestasi perjanjian keanggotaan Member.

Disamping itu masih Banyak faktor-faktor lain yang menjadi kendala PT Varash Saddan Nusantara untuk menjalankan peraturan tersebut. Tentu saja hal ini menjadi permasalahan serius yang dihadapi oleh PT Varash Saddan Nusantara. Banyaknya oknum yang menjual produk perusahaan tersebut di *online Marketplace* menyebabkan perusahaan tersebut harus bekerja secara ekstra untuk dapat menyelesaikan permasalahan tersebut agar terhindar dari sanksi administratif yang sudah ditetapkan.¹³ Yang sudah barang tentu sangat merugikan bagi pihak perusahaan yang bergerak pada sistem perdagangan langsung baik secara materiil maupun immateriil. Dan pada akhirnya PT Varash Saddan Nusantara harus memikirkan berbagai upaya penyelesaian masalah agar bisa terhindar dari sanksi administrative akibat pelanggaran peraturan tersebut dengan berkoordinasi dengan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, khususnya Divisi Bina Usaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, "**Implementasi Penerapan Pasal 21 Huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia**

¹² Wawancara dengan Bapak Wayan Suantika (Direktur SDM PT Varash Saddan Nusantara), hari Jumat tanggal 30 Juni 2023, Pukul 12.45 WITA (selanjutnya disebut Wawancara dengan Bapak Wayan Suantika, S.H., M. Hub. Int)

¹³ *Ibid*

Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung Pada Era Ekonomi Digital Saat Ini (Studi Kasus PT Varash Saddan Nusantara di Denpasar).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan Pasal 21 huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung di PT Varash Saddan Nusantara?
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan peraturan pasal 21 huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung di PT Varash Saddan Nusantara dan upaya apa yang sudah dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut?

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam tahap akhir bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya di Perguruan Tinggi maka diperlukan adanya suatu karya tulis yang bersifat ilmiah dan nyata atas kemampuan akademik selama mengikuti pendidikan. Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini yang terjadi dari dua tujuan yaitu:

1.3.1. Tujuan Umum

1. Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami penerapan Pasal 21 huruf (h) Peraturan Menteri

Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.

2. Untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya dalam bidang penelitian hukum yang dilakukan oleh mahasiswa dan sebagai perkembangan ilmu pengetahuan hukum.
3. Untuk melatih syarat akhir perkuliahan untuk mencapai kelulusan meraih Gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar.

1.3.2. Tujuan Khusus

Tujuan Khusus dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kendala perusahaan yang bergerak di bidang penjualan langsung untuk menerapkan Pasal 21 huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.
2. Untuk mengetahui dan memahami upaya-upaya seperti apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang penjualan langsung untuk menyelesaikan permasalahan pelanggaran Pasal 21 huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung .

1.4. Metodologi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, metode yang penulis pergunakan adalah sebagai berikut:

1.4.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian hukum empiris. Dimana penelitian hukum yang menggunakan data primer atau data lapangan. Sebagai data hukum primer yang kontribusinya sangat penting untuk mengkaji penelitian di tengah masyarakat, yang kemudian dilanjutkan dengan data sekunder yang ditunjang dengan data-data tersier.¹⁴ Berdasar pada undang - undang dan penelitian yang ingin mencari hubungan (korelasi) antara berbagai gejala atau variable sebagai alat pengumpul datanya terdiri dari studi dokumen, pengamatan (observasi), dan wawancara (interview).¹⁵

Penelitian ini juga meneliti tentang adanya kesenjangan antara peraturan, norma atau asas hukum yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab dari perusahaan dalam melaksanakan kewajibannya dalam menaati segala peraturan terkait distribusi barang secara langsung.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penulis ingin mengetahui secara langsung tugas dan tanggung jawab dari perusahaan dalam melaksanakan kewajiban untuk menaati segala peraturan terkait distribusi barang secara langsung dan kendala-kendala seperti apa yang dihadapi perusahaan untuk menyelesaikan segala permasalahan yang timbul serta langkah-langkah apa yang telah dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut sehingga tetap dapat mewujudkan ketaatan perusahaan dalam mengikuti segala peraturan yang telah berlaku di Indonesia.

¹⁴ Mardalis, 2014 , **Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal**, Bumi Aksara.Jakarta, hlm.53

¹⁵ *Ibid*, hlm. 54

1.4.2. Jenis Pendekatan

Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Undang-Undang (*statute approach*) dengan menelaah semua Undang-Undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani,¹⁶ dan menggunakan pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan fakta (*the fact approach*), serta pendekatan komparatif (*comparative approach*).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan Fakta (*the fact approach*) yang menyangkut mengenai (perbuatan, peristiwa atau keadaan) dengan pengumpulan fakta empiris untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta. Serta pendekatan Sosiologis Hukum untuk menjelaskan mengapa sesuatu praktek-praktek hukum didalam kehidupan sosial masyarakat itu terjadi, sebab-sebabnya, faktor-faktor apa yang mempengaruhi, latar belakang dan sebagainya. sehingga mampu memprediksi suatu hukum yang sesuai dan/atau tidak sesuai dengan masyarakat tertentu.

1.4.3. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, bahan data sekunder dan Bahan data Tersier.

1. Data Primer

¹⁶. Peter Mahmud Marzuki, 2010, **Penelitian Hukum**, Cetakan Keenam, Jakarta Kencana Prenada Media Group, hlm. 93.

- a) Observasi: Menurut para ahli, Kartono: observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial/suatu keadaan dengan jalan pengamatan dan pencatatan.¹⁷ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan observasi langsung serta menggunakan jenis observasi partisipasi pasif. Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul "Metode Penelitian Pendidikan", partisipasi pasif berarti "dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut". Dengan observasi langsung, peneliti melakukan pengamatan untuk mencari data yang nantinya menjadi salah satu sumber data yang kemudian dapat diolah menjadi bahan analisis. Dalam penelitian ini penulis mengamati kegiatan operasional perusahaan dari hulu ke hilir yang dilakukan di PT Varash Saddan Nusantara di Denpasar Bali
- b) Wawancara: Metode ini juga sering disebut dengan metode wawancara. Metode wawancara adalah cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak, dikerjakan dengan sistematis berdasarkan pada tujuan penelitian.¹⁸ Metode interview atau wawancara menurut Usman dan Purnomo Setiady Akbar adalah "tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung".¹⁹

¹⁷ Kartini Kartono, 1996, **Pengantar Metodologi Riset Sosial**, Mandar Maju, Bandung, hlm. 157

¹⁸ Sutrisno Hadi, 1986, **Metodelogi Researc II**, YP FK Psychology , Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, hlm. 193

¹⁹ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 2001, **Metode Penelitian Sosial**, Bumi Aksara, Jakarta, hlm. 57

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview adalah sebagai berikut :

1. Bahwa subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
2. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar apa adanya dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.
3. Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.²⁰

Dalam penelitian ini wawancara ditujukan kepada Direktur SDM dari PT Varash Saddam Nusantara dengan menggunakan pedoman wawancara sesuai dengan kebutuhan informasi yang telah dibuat oleh penulis. Selain itu pengambilan sampel data melalui wawancara untuk Staff Legal PT Varash Saddam Nusantara akan dilakukan dengan teknik purposive sampling yang memiliki pengertian sebagai salah satu teknik non random sampling dimana penulis menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini

²⁰ Sugiyono, 2013, **Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&R**, Alfabeta, Bandung, hlm.194

penulis akan mengambil sampel dari beberapa Staff Legal PT Varash Saddam Nusantara dengan kebutuhan informasi yang telah dibuat penulis melalui pedoman wawancara.

- c) Dokumentasi: Metode dokumentasi adalah "mencari data mengenai hal-hal variable yang berupa catatan atau dokumen, surat kabar, majalah dan lain sebagainya".²¹ Dokumentasi adalah menghimpun sumber-sumber penelitian yang didapat berupa data-data tertulis kemudian dikelompokkan menjadi dua yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Ini digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari hasil wawancara mengenai implementasi penerapan Pasal 21 Huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung di PT Varash Saddam Nusantara.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang sifatnya membantu atau menunjang data primer dalam penelitian yang akan memperkuat penjelasan di dalamnya. Yang dimaksud dengan bahan sekunder adalah Buku, Jurnal, Makalah, Konsep Hukum, literatur hukum, dan internet yang berkaitan dengan pengaturan distribusi barang secara langsung.

3. Data Tersier

²¹ Jalaludin Rahmat, 2000, **Metodologi Penelitian Komunikasi**, Remaja Rosda Karya, Bandung, hlm. 97

Data tersier yaitu data yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap data primer dan data sekunder, seperti kamus hukum, ensiklopedia. Glosarium, Indeks kumulatif dan lain-lain.

Studi Pustaka pada tahap ini, penulis mengumpulkan semua informasi-informasi yang dapat mendukung pengerjaan tugas akhir ini. Dan juga dengan pengklasifikasian bahan hukum diharapkan mempermudah untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dengan cara melakukan analisa bahan-bahan pustaka yang terkait dengan permasalahan yang dikaji atau obyek penelitian, dengan mengelaborasi bahan-bahan hukum baik bersumber dari bahan hukum primer, sekunder maupun tersier.²²

1.4.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan Data dikumpulkan melalui identifikasi peraturan perundang-undangan, serta klasifikasi dan sistematisasi data sesuai permasalahan penelitian. Dengan demikian Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan studi kepustakaan yang dilakukan dengan cara membaca, menelaah, mencatat membuat ulasan bahan-bahan pustaka, maupun penelusuran melalui media internet yang ada kaitannya dengan permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini.

1.4.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data tersebut

²² Mardalis, 2014 , **Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal**, Bumi Aksara, Jakarta, hlm.14

menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna untuk solusi suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi pedoman pengumpulan data, dokumen-dokumen dan catatan-catatan yang diperoleh dari para informan, kemudian akan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data ini diawali dengan memasuki lokasi penelitian. Dalam hal ini peneliti mendatangi tempat penelitian yaitu di PT Varash Saddam Nusantara di Denpasar dengan membawa izin formal penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan menemui informan penelitian. Lalu, pada proses selanjutnya dilakukan pengumpulan data dengan teknik wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan lengkap yang diperoleh di lapangan. Setelah data terkumpul maka di akan dianalisis dengan beberapa teknik analisis data.²³

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam membuat sebuah karya tulis agar mudah untuk dipahami maka perlu disusun secara sistematis. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dalam 5 (lima) bab.

Bab I terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian yang hendak dicapai, manfaat penelitian, metodologi penelitian, ruang lingkup masalah, dan sistematika penulisan skripsi.

²³ Kadek Apriliani, 2023, **Implementasi Kebijakan Peraturan Menteri Dalam Negeri No 2 Tahun 2016 Tentang Kartu Identitas Anak (Kia) Di Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Denpasar**, Jurnal Widya Accarya, Volume 1 Nomor 1, hlm. 4

- Bab II pada bab ini penulis memaparkan sejumlah landasan teori dari para pakar dan doktrin hukum berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang diangkat.
- Bab III merupakan pembahasan atas rumusan masalah pertama:
1. Ketentuan Peraturan Pasal 21 huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.
 2. Penerapan Pasal 21 huruf (h) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung di PT Varash Saddan Nusantara di Denpasar.
- Bab IV merupakan pembahasan atas rumusan masalah kedua:
1. Faktor - Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Peraturan Pasal 21 Huruf (H) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung di PT Varash Saddan Nusantara.
 2. Upaya yang Telah Dilakukan PT Varash Saddan Nusantara Untuk Menyelesaikan Permasalahan Pelanggaran Peraturan Pasal 21 Huruf (H) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Distribusi Barang Secara Langsung.
- Bab V penutup, bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yang terdiri dari simpulan hasil penelitian dan saran dari penulis yang bertujuan untuk masukan.