

Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia

Zahra Afina Mahran

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka

Email: zahraafinamahran23@gmail.com

Muhamad Hasan Sebyar

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Email: muhamadhasan@stain-madina.ac.id

Korespondensi penulis: zahraafinamahran23@gmail.com

Abstract: *The rapid development of technology has affected human life in many fields. Along with the rapid development of technology, buying and selling or trading activities have also developed into electronic commerce or better known as e-commerce. The government's awareness of the potential of e-commerce encourages the government to develop relevant laws, along with the rapid development of e-commerce in Indonesia. This scientific research uses normative research methods, which include analyzing problems by processing data obtained from statutory regulations (statute approach) as a research foundation. E-commerce business actors who will provide services using electronic systems must register and apply for a commercial transaction license through electronic systems. One of the main objectives of the government requiring e-commerce players to register with the electronic system is to protect all stakeholders, including economic actors and consumers. Minister of Home Affairs Regulation Number 31 of 2023 is a new regulation issued by the Minister of Trade, Zulkifli Hasan. The regulation is an amendment to Regulation of the Minister of Trade Number 50 of 2020 concerning Regulations on Business Licensing, Advertising, Guidance, and Supervision of Business Entities Trading Through Electronic Systems and aims to support micro, small and medium enterprises (MSMEs) and business entities. While Minister of Home Affairs Regulation Number 31 of 2023 has certain impacts on sellers and buyers, it also provides them with opportunities to improve business operations and protect consumer interests. The TikTok Shop feature is one of the reasons why the Minister of Trade issued the regulation as it does not have an official license to operate as an e-commerce platform. By complying with existing regulations, businesses can capitalize on the opportunities offered by the e-commerce ecosystem and contribute to building a fair and legal digital business environment.*

Keywords: *E-commerce, Ministerial Regulation, Technology Development, License Registration*

Abstrak: Perkembangan teknologi yang sangat cepat ini banyak mempengaruhi kehidupan manusia di berbagai bidang. Seiring dengan pesatnya teknologi, kegiatan jual beli atau perdagangan pun ikut berkembang sehingga menjadi perdagangan elektronik atau lebih dikenal dengan sebutan e-commerce. Kesadaran pemerintah terhadap potensi e-commerce mendorong pemerintah untuk mengembangkan undang – undang yang relevan, seiring dengan semakin pesatnya perkembangan e-commerce di Indonesia. Penelitian karya ilmiah ini menggunakan metode penelitian normatif, yang meliputi analisis permasalahan dengan mengolah data yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan (statute approach) sebagai landasan penelitian. Pelaku bisnis e-commerce yang akan memberikan layanan dengan menggunakan sistem elektronik harus mendaftar dan mengajukan izin transaksi komersial melalui sistem elektronik. Salah satu tujuan utama pemerintah mewajibkan pelaku e-commerce mendaftar ke sistem elektronik adalah untuk melindungi seluruh pemangku kepentingan, termasuk pelaku ekonomi dan konsumen. Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 31 Tahun 2023 merupakan peraturan baru yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan. Peraturan tersebut perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Peraturan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Badan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan bertujuan untuk mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) serta badan usaha yang beroperasi secara komersial melalui sistem elektronik (PMSE) di dalam negeri. Meskipun Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 mempunyai dampak tertentu terhadap penjual dan pembeli, peraturan ini juga memberi mereka peluang untuk meningkatkan operasi bisnis dan melindungi kepentingan konsumen. Fitur TikTok Shop merupakan salah satu alasan Menteri Perdagangan mengeluarkan peraturan tersebut dikarenakan fitur TikTok Shop tidak memiliki izin resmi untuk beroperasi sebagai platform e-commerce. Dengan mematuhi peraturan yang ada, dunia bisnis dapat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekosistem e-commerce dan berkontribusi dalam membangun lingkungan bisnis digital yang adil dan legalitasnya terjamin.

Kata Kunci: E-commerce, Peraturan Menteri, Perkembangan Teknologi, Pendaftaran Perizinan

Received September 30, 2023; Revised Oktober 20, 2023; Accepted November 04, 2023

* Zahra Afina Mahran, zahraafinamahran23@gmail.com

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi informasi terus berkembang pesat. Di era sekarang ini, sistem informasi sudah menjadi kebutuhan penting dalam menjalankan berbagai aktivitas. Dengan memanfaatkan teknologi secara benar, kita dapat menghasilkan informasi yang sangat akurat (Sa'adah, dkk, 2022). Perkembangan teknologi yang sangat cepat ini banyak mempengaruhi kehidupan manusia di berbagai bidang. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah semakin pesatnya teknologi internet. Pengaruh teknologi internet juga memiliki dampak yang signifikan pada bidang ekonomi. Era baru dalam ekonomi modern, yang disebut sebagai ekonomi digital, telah membuka peluang baru dalam usaha, bisnis maupun perdagangan. Melalui pemanfaatan teknologi internet, jarak bukan lagi menjadi hambatan dalam pelaksanaan bisnis (Putri, dkk, 2022). Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mempunyai peranan penting dalam perdagangan dan perkembangan perekonomian nasional untuk menjamin kesejahteraan masyarakat (Parinda, dkk, 2023). Jenis bisnis yang berkembang seiring dengan pesatnya teknologi internet adalah perdagangan, yang mana sering disebut perdagangan elektronik atau lebih dikenal dengan sebutan *e-commerce*.

Sejarah *e-commerce* di Indonesia dimulai pada tahun 1999. Forum KASKUS merupakan inisiatif awal yang menjadi pelopor di bidang toko online di Indonesia yang didirikan oleh Andrew Darwis (Mustajibah & Trilaksana, 2021). *E-commerce* bukan hanya sekedar layanan atau produk tetapi kombinasi layanan dan produk. *E-commerce* dan aktivitas terkait melalui Internet berpotensi menjadi pendorong peningkatan perekonomian nasional pada sektor jasa dalam negeri dan peningkatan partisipasi dalam aktivitas produktif ekspor global (Wirapraja, dkk, 2018). Hingga awal tahun 2000-an, banyak perusahaan menawarkan produk dan layanannya melalui *World Wide Web* (WWW), sehingga data dan informasi dapat diakses dalam skala besar, termasuk data multimedia, seperti gambar, suara, video, dan animasi (Dianari, 2018). Meskipun jumlah pelanggan yang berbelanja online semakin meningkat, *e-commerce* masih dianggap lebih rumit dibandingkan metode bisnis tradisional. Peningkatan kualitas layanan *e-commerce* dianggap sebagai faktor utama dari kesuksesan. Salah satu peningkatan kualitas yang dapat dilakukan adalah membuat aplikasi *mobile marketplace* yang aman, menyenangkan, mudah, dan prakti dalam kegiatan jual beli (Pramesti, dkk, 2021). Kemudian, pada tahun 2017, perkembangan *e-commerce* semakin mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia. Kesadaran pemerintah terhadap potensi *e-commerce* mendorong pemerintah untuk mengembangkan

undang – undang yang relevan, seiring dengan semakin pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia.

Pesatnya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia menimbulkan sejumlah tantangan, terutama bagi mal atau perusahaan retail yang masih menjual barang konvensional di toko fisiknya. Perubahan minat masyarakat ini membuat beberapa pusat perbelanjaan di Indonesia menjadi sepi, karena adanya pergeseran minat konsumen yang lebih memilih menggunakan *e-commerce* karena menawarkan fasilitas untuk memudahkan proses transaksi jual beli. Perkembangan *e-commerce* menimbulkan dampak yang bisa positif maupun negatif. Dampak positifnya terlihat pada pemanfaatan *e-commerce* yang berperan dalam mendorong perdagangan impor dan ekspor Indonesia, dengan cakupan geografis dan temporal yang tidak terbatas, serta pentingnya menjaga stabilitas nilai tukar. Selain itu, aktivitas perdagangan dalam negeri juga meningkat signifikan. Pada saat yang sama, dampak negatif juga ada dan tidak dapat dihindari. Terbukti antara tahun 1999 hingga 2015, banyak oknum tidak bertanggung jawab yang melakukan berbagai tindakan penipuan dengan memasarkan produk tanpa memastikan pengiriman ke konsumen. Banyak kasus penipuan terkait pembayaran produk tanpa pengiriman atau produk tidak sesuai dengan gambar yang diiklankan. Ketidakpercayaan masyarakat yang meluas menjadi salah satu faktor yang mengganggu stabilitas ekonomi digital pada periode ini.

Banyak masyarakat Indonesia, khususnya kaum Milenial, yang cenderung memiliki sikap hidup yang lebih hedonistik. Kemajuan teknologi informasi telah membantu generasi milenial membeli berbagai produk seperti pakaian, makanan, perawatan kulit, kosmetik, dan lainnya. lebih mudah melalui *marketplace e-commerce* (Prasetya, dkk, 2022). Indonesia dan seluruh negara di dunia mulai menghadapi pandemi pada awal tahun 2020. Pada periode ini, wabah virus Covid-19 mulai menyebar dan menyebabkan memburuknya situasi perekonomian sehingga mengakibatkan banyak usaha untuk tutup karena dampak pandemi tersebut. Sementara itu, masyarakat diharuskan melakukan aktivitas di rumah, seperti *Work From Home* (WFH) dan membatasi kegiatan di luar rumah. Hal ini menyebabkan banyak orang menjadi bosan dan melewatkan aktivitas seperti berbelanja. Namun dengan perkembangan teknologi saat ini, pembelian dapat dilakukan secara online melalui *e-commerce* sehingga semakin memberikan kemudahan bagi masyarakat (Sa'adah, dkk, 2022). Dalam era perkembangan saat ini, e-commerce telah menjadi fenomena global yang penting, dimana sarana elektronik yang digunakan dalam transaksi jual beli berpotensi mengubah cara hidup masyarakat. Karena pandemi ini, masyarakat juga mencari hiburan dari rumah dan salah satu hiburan yang didapatkan berasal dari aplikasi TikTok. TikTok adalah aplikasi yang sangat populer di seluruh

dunia yang memungkinkan pengguna untuk membuat video berdurasi 15 detik dengan berbagai filter, musik, dan fitur menarik lainnya. Berkembangnya *marketplace e-commerce* di Indonesia, membuat pencipta TikTok turut serta meluncurkan fitur TikTok Shop sebagai *e-commerce* nya. Tapi ternyata setelah adanya fitur TikTok Shop justru menjadi suatu permasalahan yang timbul bagi pedagang offline atau di toko fisik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perubahan perilaku yang terjadi baik dari penjual, maupun dari pembeli (konsumen) terhadap perkembangan *e-commerce* di Indonesia?
2. Apakah sebelumnya sudah ada peraturan lain yang mengatur atau berhubungan dengan kegiatan jual – beli melalui sistem elektronik atau yang sekarang sering disebut sebagai *e-commerce*?
3. Mengapa banyak dari penjual yang memilih untuk tidak menggunakan *platform e-commerce* dan meminta agar *platform e-commerce* ditutup atau dihentikan?

METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian karya ilmiah ini, metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian normatif, yang meliputi analisis permasalahan dengan mengolah data yang diperoleh dari peraturan perundang – undangan (*statute approach*) sebagai landasan penelitian. Sumber hukum utama yang dijadikan acuan adalah berbagai peraturan hukum terkait perdagangan *online* melalui *marketplace e-commerce* yang ada di Indonesia. Dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan, penulis mengumpulkan data dari sumber – sumber yang resmi dan menyimpannya dalam bentuk arsip. Setelah seluruh unsur hukum terkumpul, data dikumpulkan dan dianalisis, kemudian disusun secara sistematis, dengan menggunakan pendekatan umum hingga pendekatan lebih khusus. Muhamad Hasan Sebyar dan A. Fakhruddin (2020:83) mengatakan, "berlakunya hukum di dalam masyarakat yang plural itu nyaris mustahil diberlakukan ketika sebuah subkultur sekelompok orang berbeda pandangan dengan yang lainnya dalam arti lain tidak adanya kekompakan dalam satu kultur." Dan penulis berharap dengan adanya penelitian ini yang mana berasal dari sumber hukum utama, bisa membuat para pembaca memiliki pandangan yang sama atas peraturan hukum yang telah dibentuk untuk apa yang akan terjadi kedepannya.

HASIL dan PEMBAHASAN

E-commerce merupakan gabungan dari dua kata bahasa Inggris, *electronic* dan *commerce*. *E-commerce* mengacu pada aktivitas pembelian dan penjualan yang dilakukan

secara online melalui media elektronik atau internet. Dalam transaksi *e-commerce*, seluruh proses jual beli dilakukan secara digital, mulai dari pemesanan produk, pertukaran informasi hingga transfer pembayaran (Usvita, dkk, 2023).

Perkembangan *e-commerce* sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Semakin berkembang teknologi dan semakin mudah diakses oleh masyarakat, maka semakin cepat pula pertumbuhan *e-commerce*.

Dalam lingkup bisnis saat ini, kehadiran *website e-commerce* sudah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dihindari bagi para pelaku bisnis yang ingin berkembang, karena *e-commerce* memiliki banyak keunggulan. Salah satunya adalah konsumen tidak perlu datang ke toko untuk memilih produk yang ingin dibelinya, sedangkan bagi pelaku bisnis, transaksi dapat dilakukan 24 jam nonstop tanpa gangguan. Selain itu, dari segi finansial, konsumen dapat menghemat uang dengan berbelanja online, dan bagi pengusaha, hal ini berarti menghemat biaya promosi. Ketika toko berada jauh, konsumen juga dapat mengurangi biaya perjalanan dengan membayar biaya transportasi yang lebih masuk akal. Hal ini juga memberikan peluang bagi para pengusaha untuk memperluas jangkauan pemasarannya ke wilayah yang lebih luas. Dalam konteks bisnis yang berkembang saat ini, *e-commerce* telah menjadi kebutuhan penting untuk meningkatkan daya saing dan penjualan produk (Ramli, 2020).

E-commerce dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, antara lain sebagai berikut:

1. B2B (*Business to Business*), mencakup seluruh transaksi yang terjadi antar perusahaan atau pelaku bisnis.
2. B2C (*Business to Consumer*), terjadi ketika pengusaha terlibat langsung dalam interaksi antara penjual atau pelaku usaha dengan konsumen akhir. Model ini berkembang pesat berkat hadirnya platform website dan banyaknya toko online serta mal yang menjual berbagai kebutuhan pribadi.
3. C2C (*Consumer to Consumer*), terjadi ketika seorang konsumen menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen lain, atau dengan kata lain kepada konsumen yang menjual produk dan jasa kepada konsumen lain.

Untuk mendapatkan perhatian lebih dari konsumen, pengusaha *e-commerce* harus menerapkan aspek – aspek baru yang menarik dalam *e-commerce*, seperti berikut ini:

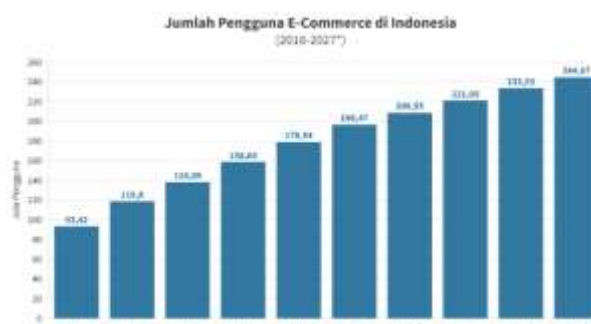
1. Pengusaha bisa menciptakan sebuah aplikasi *e-commerce* yang bisa di akses di mana pun dan kapan pun sebagai upaya melakukan reformasi struktur industri dengan menciptakan saluran distribusi baru atau strategi pemasaran baru, serta memperluas cakupan pasar secara keseluruhan. Hal ini dapat dicapai melalui diversifikasi produk, peningkatan efisiensi operasional dengan mengurangi biaya operasional bisnis.

2. Aplikasi yang diciptakan juga bisa disesuaikan dengan berbagai jenis browser atau platform akses yang digunakan pengguna, seperti komputer pribadi, laptop, atau teknologi ponsel pintar. Akan tetapi, aplikasi *e-commerce* hendaknya tidak hanya digunakan untuk menjual produk saja, namun juga harus mampu memenuhi kebutuhan pengguna dan memungkinkan terjadinya komunikasi yang efektif dengan mereka.
3. Terkadang cara penjualan yang efektif juga diperlukan. Penjualan yang efektif itu dapat dimulai dari tata letak produk, logo, pilihan warna, dan grafik yang menarik yang dinilai dapat meningkatkan daya tarik aplikasi *e-commerce* di mata konsumen.

Perusahaan yang mampu bersaing adalah perusahaan yang mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam operasionalnya. Salah satu bentuk integrasi teknologi untuk meningkatkan daya saing bisnis dan penjualan produk adalah penggunaan perdagangan *e-commerce*, yang memungkinkan promosi dan penjualan berbagai produk atau layanan, baik berwujud maupun tidak berwujud, dan digital. Dalam penerapan teknologi ini, banyak pemangku kepentingan bisnis seperti investor, konsumen, dan pemerintah juga berperan penting dan dapat membawa manfaat signifikan bagi kelancaran proses bisnis.

Dengan adanya *e-commerce*, masyarakat perlahan – lahan mengubah perilaku ekonominya dengan cenderung lebih banyak berbelanja online. Segala jenis belanja, mulai dari pakaian, makanan, hingga kebutuhan sehari-hari, kini bisa dilakukan melalui *e-commerce*. Memang belanja online menawarkan lebih banyak pilihan, menghemat waktu dan seringkali memiliki harga yang tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional. Selain itu, sering kali terdapat promo-promo menarik yang mampu menggugah minat konsumen (Nasution, dkk, 2020).

Hanya dengan satu “klik”, konsumen dapat dengan mudah mencari, memahami produk yang diinginkan dan bertransaksi dengan siapa pun tanpa dibatasi ruang atau interaksi langsung. Selain itu, perkembangan teknologi ponsel pintar menjadi salah satu pendukung utama dalam dunia perdagangan online. Dengan semakin banyaknya kehadiran situs *e-commerce*, konsumen mempunyai lebih banyak pilihan saat berbelanja.



Gambar 1. Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia (2018-2027*)

Sumber: Statista Market Insights

*) Angka Proyeksi

Dari gambar di atas, berdasarkan data Statista Market Insights, jumlah pengguna pasar online atau *e-commerce* di Indonesia mencapai 178,94 juta pada tahun 2022. Jumlah tersebut meningkat 12,79% dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 158,65 juta pengguna. Dan di prediksi jumlahnya meningkat hingga 196,47 juta pengguna hingga akhir tahun 2023. Bahkan jumlahnya bisa mencapai 244,67 juta pengguna pada tahun 2027.

Untuk menciptakan lingkungan *e-commerce* yang sehat dan aman, pemerintah perlu mengambil kebijakan yang mendukung pengembangan *e-commerce*, sekaligus memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam *e-commerce*, termasuk konsumen dan pelaku usaha. Tugas pemerintah adalah memberikan bimbingan dan arahan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lingkungan yang mendukung bagi pengembangan usaha. Di sisi lain, pengusaha atau pemilik bisnis juga harus merespons dengan serangkaian tindakan spesifik terhadap orientasi dan kebijakan ini, sehingga berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mendukung melalui kegiatan praktis.

Kemudahan dan kecepatan dalam memasarkan produk serta menyelesaikan transaksi penjualan mendorong banyak pengusaha untuk menggunakan *platform e-commerce* dalam operasional bisnisnya. Namun keunggulan tersebut juga memberikan tantangan tersendiri bagi para pengusaha, terkait dengan persaingan yang semakin ketat. Semakin banyak penjual yang mendaftar pada suatu *platform e-commerce*, maka semakin ketat pula persaingan antar penjual yang bergerak di bidang usaha sejenis.

Dalam suasana persaingan usaha yang sehat dan merata, hal ini akan membantu meningkatkan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan oleh pengusaha dengan harga yang sesuai bagi konsumen. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa dalam kegiatan usaha tersebut terdapat praktik persaingan usaha tidak sehat yang merugikan pihak – pihak yang mempunyai kedudukan ekonomi dan sosial yang kurang kuat. Praktek persaingan komersial yang tidak sehat ini seringkali menyebabkan inefisiensi dalam perekonomian. Tanpa persaingan, kita tidak bisa menilai apakah kinerja saat ini berada pada level optimal. Dan tanpa persaingan, para pelaku ekonomi mungkin percaya bahwa kinerja mereka telah mencapai titik optimal secara subyektif (Basuki, 2015).

Undang – Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menjadi landasan utama pengaturan perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia. Namun, regulasi mengenai perdagangan melalui sistem elektronik di undang-undang tersebut hanya dijelaskan dalam dua pasal, yaitu Pasal 65 dan Pasal 66. Selain itu, pengaturan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik juga diatur dalam beberapa peraturan lain, termasuk Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah mengalami perubahan menjadi Undang – Undang Nomor 19 Tahun

2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat. Kemudian, perizinan bagi pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Dalam melakukan transaksi elektronik, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dengan menggunakan Indonesia sebagai pasar yang luas, peraturan yang mengatur hal ini adalah Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya, salah satunya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dengan adanya regulasi ini, jika pelaku usaha tidak mematuhi hukum atau persyaratan yang berlaku di Indonesia, maka akan timbul sengketa yang dapat merugikan konsumen.

Jika syarat – syarat yang harus dipenuhi dalam transaksi e-commerce tidak terpenuhi, seperti melanggar ketentuan keakuratan informasi yang disediakan kepada konsumen, pelaku usaha akan melanggar Pasal 80 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dalam hal ini, pelaku yang terbukti melanggar akan dikenakan sanksi berupa pencabutan izin usaha dan akan didaftarkan ke daftar hitam perdagangan. Usahanya akan diawasi secara ketat dan dimasukkan dalam daftar pengawasan perdagangan.

Mengenai perbuatan yang dianggap melanggar hukum dalam kegiatan niaga dan menimbulkan kerugian, Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengelompokkan perbuatan persaingan usaha tidak sehat ke dalam tiga kategori, yaitu perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan. Salah satu kegiatan yang dilarang oleh Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah manipulasi biaya produksi. Dalam hal ini, pelaku usaha tidak diperkenankan untuk menetapkan atau mengubah biaya produksi dan biaya-biaya lainnya yang diperhitungkan sebagai faktor penentu harga produk dan jasa yang dijual kepada konsumen. Tanda-tanda manipulasi biaya produksi dapat dideteksi dengan menetapkan harga lebih rendah dari yang diperlukan.

Dalam konteks ini, partisipasi masyarakat harus diperkuat untuk mendukung keberhasilan upaya pembangunan, menjaga stabilitas dan dinamisme negara yang sehat, dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Oleh karena itu, untuk mencapai pertumbuhan

ekonomi yang signifikan maka peran perizinan menjadi sangat penting. Oleh karena itu, perizinan harus dikelola secara terstruktur dan terarah. Perizinan merupakan salah satu alat kebijakan yang apabila digunakan secara efektif akan menjadi alat yang efektif untuk mendorong dunia usaha agar berkembang ke arah yang mendukung pembangunan. Oleh karena itu, sistem perizinan dapat digunakan untuk menghindari pemborosan atau penyalahgunaan dana yang berharga (Puang, 2015).

Umumnya pengajuan perizinan seringkali membuat para pelaku ekonomi kurang semangat dan enggan mengurusnya karena rumitnya birokrasi. Kualitas pelayanan yang buruk dalam hal perizinan menjadi faktor penghambat pelaku ekonomi. Dokumen dan izin yang diperlukan untuk memulai usaha, seperti Surat Tanda Daftar Usaha (SKDP), Kode Pajak (NPWP) atas nama usaha, Surat Izin Usaha (SIUP), dan Surat Tanda Daftar Usaha (TDP) adalah contoh lisensi dan legalitas yang diperlukan. Dalam melakukan transaksi elektronik, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dengan menggunakan Indonesia sebagai pasar yang luas, peraturan yang mengatur hal ini adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya, salah satunya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kegagalan memiliki SIUP dapat menimbulkan risiko sanksi berupa pidana penjara paling lama 4 tahun atau denda paling banyak Rp 10 miliar bagi badan usaha (Lukito, 2017). Dengan adanya regulasi ini, jika pelaku usaha tidak mematuhi hukum atau persyaratan yang berlaku di Indonesia, maka akan timbul sengketa yang dapat merugikan konsumen.

Dalam mengatur pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menyatakan dalam Pasal 3 ayat (1) bahwa "Pelaku Usaha wajib memiliki Izin Usaha dalam melakukan kegiatan usaha PMSE". Pelaku usaha dalam konteks ini mencakup individu atau entitas hukum, baik dalam bentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang dapat berupa Pelaku Usaha Dalam Negeri dan Pelaku Usaha Luar Negeri yang beroperasi di sektor PMSE. Jenis izin usaha yang disyaratkan dalam pasal tersebut adalah Surat Izin Usaha Perdagangan melalui Sistem Elektronik (SIUPMSE) untuk pelaku usaha yang menjalankan kegiatan usaha Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE).

Dalam aturan tersebut mengenai pelaku usaha yang bertransaksi melalui sistem elektronik, seluruh aturan tersebut mengatur bahwa pelaku *e-commerce* yang akan memberikan layanan dengan menggunakan sistem elektronik harus mendaftar dan mengajukan izin transaksi komersial melalui sistem elektronik. Penerbitan SIUPMSE tunduk pada komitmen

tertentu, antara lain memperoleh Tanda Daftar Penyelenggaraan Sistem Elektronik (TDPSE) yang diterbitkan oleh Kementerian Informasi dan Komunikasi dalam waktu 14 hari kerja sejak tanggal penerbitan tingkat SIUPMSE. Oleh karena itu, tanda pendaftaran penyelenggaraan sistem elektronik erat kaitannya dengan kewenangan untuk melakukan kegiatan usaha melalui sistem elektronik. Untuk mendapatkan SIUPMSE, pelaku e-commerce harus memenuhi persyaratan tersebut terlebih dahulu. Pelaku e-commerce wajib mendaftar pada sistem elektronik karena mereka juga dianggap sebagai penyelenggara sistem elektronik.

Pendaftaran dan perizinan ini diperlukan untuk menjamin kepastian hukum dan memperjelas tanggung jawab hukum badan usaha serta untuk melakukan pengendalian teknologi dan menerima laporan atau pengaduan masyarakat. Salah satu tujuan utama pemerintah mewajibkan pelaku *e-commerce* mendaftar ke sistem elektronik adalah untuk melindungi seluruh pemangku kepentingan, termasuk pelaku ekonomi dan konsumen. Selain itu, sistem registrasi elektronik juga berfungsi sebagai tindakan pencegahan terhadap masalah seperti penipuan online, karena konsumen dapat lebih mudah mengidentifikasi pelaku komersial melalui situs web yang disediakan pemerintah.

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 merupakan peraturan baru yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan, yang bertujuan untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang berjalan secara adil, sehat, dan memberikan manfaat yang bermanfaat dengan memperhatikan kesejahteraan masyarakat. pertumbuhan perkembangan teknologi yang selalu mengalami perkembangan. Permendag ini juga bertujuan untuk mendukung pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) dalam negeri dan untuk meningkatkan perlindungan konsumen. Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 mengatur tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Menteri Perdagangan ini juga bertujuan untuk mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) serta badan usaha yang beroperasi secara komersial melalui sistem elektronik (PMSE) di dalam negeri, sekaligus semakin memperkuat perlindungan konsumen. Dengan adanya Peraturan Kementerian Dalam Negeri Nomor 31 Tahun 2023 diharapkan dapat meningkatkan kualitas perdagangan melalui sistem elektronik dan lebih melindungi konsumen, serta mendorong perkembangan sektor UMKM di Indonesia.

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 merupakan perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Peraturan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Badan Usaha Perdagangan

Melalui Sistem Elektronik. Berikut beberapa perbedaan antara Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 dengan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 yang menjadi pokok - pokok regulasi dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023:

1. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 melarang *social commerce* untuk memudahkan transaksi pembayaran pada *platform* elektroniknya, merupakan aspek yang belum diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020.
2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 memberikan definisi yang jelas mengenai model bisnis penyelenggara usaha sistem elektronik (PPMSE) seperti *marketplace* atau pasar dan perdagangan sosial, dengan tujuan untuk memudahkan pembinaan dan pengawasan, meskipun hal ini tidak dirinci dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020.
3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 melarang *e-commerce* dan afiliasinya untuk menguasai data pengguna serta menetapkan persyaratan agar data pengguna tidak disalahgunakan. Selain itu, peraturan ini mewajibkan PPMSE untuk memastikan tidak terjadi penyalahgunaan data pengguna oleh PPMSE atau perusahaan afiliasinya. Ini adalah aspek yang belum diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020.
4. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 menetapkan harga minimum sebesar \$100 per unit untuk barang jadi asal luar negeri yang dijual langsung oleh pedagang ke Indonesia melalui *platform e-commerce* lintas negara. Ketentuan ini tidak ada dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020.
5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 menyediakan *Positive List*, yang merupakan daftar barang asal luar negeri yang diperbolehkan "langsung" masuk ke Indonesia melalui *platform e-commerce*. Peraturan ini tidak ada dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020.
6. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 melarang *marketplace* dan *e-commerce* bertindak sebagai produsen, aturan yang tidak terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen online meliputi aspek seperti harga, kepercayaan, dan relevansi. Harga digunakan sebagai faktor pembanding ketika mencari produk atau jasa yang dibutuhkan. Dengan membandingkan harga secara online, konsumen dapat dengan mudah memilih produk yang sesuai dengan budget dan keinginannya. Selain itu, ada faktor lain seperti kualitas produk, promosi dan lokasi distribusi. Ketika berbicara tentang

lokasi pengiriman dalam konteks online, yang dimaksud adalah situs *website e-commerce* atau toko online tempat konsumen melakukan pembelian dan penjual mengirimkan sesuai ketentuan mereka ke alamat konsumen. Kepercayaan konsumen adalah hal yang sangat penting dalam transaksi online. Konsumen perlu yakin bahwa transaksi mereka aman, sehingga mereka merasa nyaman berbelanja secara daring. Kenyamanan berbelanja secara online sangat dihargai oleh konsumen, karena mereka merasa lebih praktis dan efisien daripada berbelanja secara langsung di toko fisik yang konvensional (Jusuf, 2018).

Perdagangan melalui sistem *e-commerce* semakin populer di berbagai jenis usaha besar, kecil, serta pengecer. Hal ini disebabkan kemudahan dalam melakukan promosi untuk menjangkau konsumen melalui platform online. Situasi ini diperkuat oleh pandemi COVID-19 yang mau tidak mau membuat pemerintah menerapkan pembatasan sosial yang menghambat kegiatan perdagangan. Oleh karena itu, *e-commerce* telah menjadi pilihan baru yang menarik bagi pengusaha dan konsumen untuk melakukan aktivitas komersial dan pembelian.

Dengan adanya Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023, dapat dilihat bahwa pemerintah sudah mengambil langkah serius untuk mengatur dan menata sektor *e-commerce*. Kami dapat memperkirakan bahwa di masa depan, bisnis *e-commerce* harus mematuhi sejumlah peraturan dan undang-undang yang akan berdampak pada mereka. Kehadiran regulasi hukum terhadap *e-commerce* tentu akan memberikan tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha di industri tersebut.

Seperti kasus yang sudah terjadi belakangan ini yaitu dimana pada masa pandemi, banyak individu mencari hiburan melalui di media sosial, salah satu aplikasi tersebut adalah TikTok. TikTok adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna membuat video pendek berdurasi 15 detik dengan tambahan musik, filter, dan banyak fitur kreatif lainnya. Setelah 4 tahun diluncurkan, TikTok telah berkembang pesat dan menjadi platform yang sangat populer saat ini. Namun di saat yang sama, aplikasi TikTok diblokir oleh Kementerian Informasi dan Komunikasi (Kominfo). Tindakan pemblokiran ini berasal dari konten negatif, terutama konten yang dapat berdampak buruk pada anak – anak, sehingga aplikasi TikTok harus ditutup. Namun pada tahun 2021, TikTok mencoba mendapatkan izin beroperasi kembali setelah memenuhi syarat dan ketentuan yang ditetapkan Kominfo dan bersedia mematuhi seluruh peraturan yang berlaku (Juliana, 2023).

Pada tahun yang sama, TikTok memperkenalkan fitur baru yang disebut TikTok Shop. Fitur ini dirancang untuk memberikan kesempatan kepada para pengusaha dalam memasarkan produknya dengan mengedepankan kreativitas untuk menarik minat pembeli. TikTok Shop menawarkan berbagai jenis kebutuhan sehari-hari seperti fashion, makanan, perawatan kulit,

kosmetik dan lain-lain. Hal ini memudahkan masyarakat untuk membeli langsung dari toko TikTok tanpa harus keluar rumah.

Fitur TikTok Shop ini berbeda dengan *platform e-commerce* lainnya karena menawarkan diskon besar-besaran pada harga produk yang ditawarkan. TikTok merupakan sarana yang sangat berguna bagi para pengusaha untuk meningkatkan penjualan produk, terutama bagi pebisnis online yang tidak memiliki toko fisik dan bergantung pada media sosial sebagai saluran penjualan utama. Selain itu, ketika online shop melakukan promosi melalui live streaming di TikTok, aplikasi ini mempermudah proses promosi dan bisa menghasilkan keuntungan yang signifikan (Supriyanto, dkk, 2023).

Namun demikian, fitur TikTok Shop tersebut tidak memiliki izin untuk beroperasi sebagai *platform e-commerce*. Karena pada awalnya, TikTok hanyalah aplikasi untuk mencari hiburan, bukan *platform e-commerce*. Selain itu, harga yang ditetapkan oleh penjual di TikTok Shop seringkali lebih rendah dibandingkan harga di *platform e-commerce* lainnya ataupun harga di pasar offline. Platform tersebut juga kerap memberikan diskon kepada penjual yang mengiklankan produknya melalui TikTok *Live Streaming*. Meskipun strategi ini pada awalnya menghasilkan harga yang sangat kompetitif, terkadang bisnis tersebut tidak menghasilkan keuntungan yang cukup dan bahkan mungkin merugi. Namun hal ini dapat merusak struktur harga di pasar sehingga menyebabkan pelaku usaha lain kalah bersaing dan menghadapi kesulitan. Sehingga, karena adanya kasus TikTok Shop ini terbitlah Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 dan menurut peraturan yang tertera maka TikTok resmi di tutup karena tidak sesuai peraturan hukum yang ada.

Terbitnya Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 memiliki beberapa dampak bagi penjual dan pembeli. Peraturan ini mengharuskan semua bisnis *e-commerce* untuk mendapatkan izin dari pemerintah, mewajibkan bahwa semua produk yang dijual melalui *platform e-commerce* harus memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan standar lainnya, serta melarang *platform e-commerce* dan afiliasinya untuk memonopoli data pengguna. Peraturan ini juga menetapkan harga minimum sebesar \$100 per unit untuk barang jadi buatan luar negeri yang dijual langsung oleh penjual ke Indonesia melalui platform *e-commerce* lintas negara dan memeriksa barang buatan luar negeri apa saja yang diizinkan masuk ke Indonesia langsung melalui *platform e-commerce*. Untuk penjual asing pun diwajibkan menggunakan bahasa Indonesia dalam deskripsi produk dan menampilkan negara asal produk. *Platform* komersial sosial tidak diizinkan untuk memfasilitasi transaksi di media sosial. *Marketplace* dan *platform* perdagangan sosial tidak diperbolehkan bertindak sebagai pembuat, dan PPMSE serta afiliasinya dilarang memonopoli data pengguna.

Untuk menghadapi dampak Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023, penjual dapat memanfaatkan peluang atas diwajibkannya seluruh pelaku usaha *e-commerce* agar memiliki izin pemerintah dan mewajibkan seluruh produk yang dijual melalui *platform e-commerce* harus memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) dan standar lainnya, maka dengan adanya hal itu penjual dapat membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan reputasi mereka. Selain itu, peraturan ini melarang platform *e-commerce* dan afiliasinya memonopoli data pengguna dan mengharuskan mereka untuk memastikan bahwa data pengguna tidak disalahgunakan. Dengan mematuhi persyaratan ini, pedagang dapat melindungi data pelanggannya dan membangun kepercayaan dengan mereka.

Sedangkan bagi pembeli, dengan diwajibkan penjual untuk memiliki izin dari pemerintah, maka pembeli dapat yakin dengan kualitas produk yang dibelinya. Peraturan ini juga bertujuan untuk melindungi konsumen dengan mewajibkan *platform e-commerce* untuk memastikan data pengguna tidak disalahgunakan. Dengan mengikuti persyaratan ini, sehingga pembeli dapat yakin bahwa data mereka terlindungi. Selain itu, peraturan ini memberikan daftar positif produk buatan luar negeri yang boleh masuk langsung ke Indonesia melalui *platform e-commerce*. Dengan memeriksa daftar positif tersebut, pembeli dapat yakin bahwa produk yang dibelinya diperbolehkan masuk ke Indonesia. Secara keseluruhan, meskipun Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 mempunyai dampak tertentu terhadap penjual dan pembeli, peraturan ini juga memberi mereka peluang untuk meningkatkan operasi bisnis dan melindungi kepentingan mereka. Dengan mematuhi persyaratan peraturan, penjual dan pembeli dapat membangun rasa saling percaya dan meningkatkan ekosistem perdagangan.

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 menghadirkan tantangan bagi penjual dan pembeli dalam menjalankan bisnis *e-commerce*. Tantangan tersebut antara lain kemungkinan sanksi administratif berupa pemblokiran sementara layanan perdagangan elektronik dan kemungkinan masuk daftar hitam (*blacklist*) karena tidak mematuhi aturan tersebut. Selain itu, jenis *e-commerce* seperti TikTok Shop juga dilarang sehingga memerlukan waktu konversi antara penjual dan pembeli.

Dalam menghadapi beberapa tantangan yang dihadapi oleh penjual dan pembeli, ada beberapa langkah yang dapat diambil. Dari perspektif penjual, mereka dapat memilih untuk mengajukan permohonan perizinan untuk bisnis *e-commerce* mereka atau beralih ke *platform e-commerce* yang telah memperoleh izin yang resmi sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku. Beberapa contoh *platform* yang telah memperoleh izin resmi adalah seperti: Shopee, Tokopedia, Lazada, dan *e-commerce* lainnya. Sementara itu, penjual dari pasar offline yang

awalnya tidak terbiasa dengan konsep *e-commerce*, bahkan meminta kepada pemerintah untuk menutup *platform e-commerce* karena alasan mereka tidak paham cara mengoperasikannya sehingga menimbulkan perbedaan pandangan antara para penjual, dapat memulai untuk mempelajari perkembangan teknologi tersebut. Dengan mengikuti perkembangan teknologi ini, mereka juga dapat mengoperasikan bisnis *e-commerce* dan menjual produk mereka secara online. Penjual di *e-commerce* dan pasar offline harus mempunyai kesepakatan harga yang jelas. Hal ini untuk menghindari ketimpangan harga yang dapat merugikan konsumen dan menciptakan persaingan yang sehat di pasar.

Sesuai yang tertera dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023, peraturan ini mewajibkan pelaku usaha untuk mematuhi peraturan harga, termasuk harga minimum \$100 per unit untuk produk jadi luar negeri yang dijual langsung oleh pedagang di Indonesia melalui *platform e-commerce* lintas negara. Hal ini dapat membantu melindungi bisnis lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Peraturan tersebut juga mewajibkan perusahaan untuk memastikan produknya memenuhi standar yang dipersyaratkan, termasuk SNI dan standar halal. Hal ini dapat membantu meningkatkan keselamatan konsumen dan melindungi kesehatan masyarakat.

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentunya juga memberikan banyak peluang bagi dunia bisnis untuk mematuhi peraturan tersebut. Dengan mematuhi peraturan ini, bisnis dapat beroperasi secara legal di *platform e-commerce* dan membantu menciptakan lingkungan bisnis digital yang adil dan sehat. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan bagi perusahaan. Selain itu, kepatuhan terhadap peraturan dapat membantu bisnis menghindari denda dan masalah hukum yang mungkin timbul akibat pelanggaran.

Secara keseluruhan, bisnis yang bisa mematuhi peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 dapat menikmati lingkungan bisnis yang lebih stabil dan aman, yang dapat menghasilkan pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang. Dengan mematuhi peraturan ini, dunia usaha dapat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekosistem *e-commerce* dan berkontribusi dalam membangun lingkungan bisnis digital yang adil dan sehat.

KESIMPULAN

E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan salah satu bentuk perdagangan yang berkembang pesat khususnya di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi dan kemudahan akses internet, menjadikan *e-commerce* sebagai pilihan yang

menarik bagi pengusaha dan konsumen. *E-commerce* menawarkan banyak keuntungan, antara lain kemudahan berbelanja, penghematan waktu, dan potensi peningkatan penjualan.

Dalam konteks *e-commerce*, penting bagi pengusaha untuk memahami peraturan yang berlaku, termasuk perizinan, peraturan harga, dan perlindungan data pengguna. Mengetahui peraturan dan mematuhiinya dapat membantu pengusaha beroperasi secara legal dan berkelanjutan dalam lingkungan *e-commerce* yang semakin ketat. Selain itu, penting bagi pelaku bisnis *e-commerce* untuk menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan harga yang transparan dan kualitas produk yang baik. Pengetahuan tentang faktor – faktor seperti harga, kepercayaan, dan relevansi sangat penting untuk memahami perilaku konsumen online dan menjalankan bisnis *e-commerce* yang sukses.

Dalam perkembangan *e-commerce* di Indonesia, peran pemerintah juga sangat penting dalam menciptakan lingkungan *e-commerce* yang sehat dan aman. Terbentuknya peraturan baru yang merupakan perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Peraturan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Badan Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yaitu Peraturan Kementerian Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, mengeluarkan beberapa perubahan baru bagi pokok – pokok regulasi terkait *e-commerce* di Indonesia. Peraturan tersebut bertujuan untuk mengatur *e-commerce* dan melindungi konsumen serta memastikan pelaku bisnis yang menggunakan *e-commerce* mematuhi peraturan yang berlaku. Hal ini mencakup pemberian izin yang diperlukan, menjaga stabilitas ekonomi, dan melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan. Secara keseluruhan, *e-commerce* merupakan tren yang terus berkembang di Indonesia dan dunia. Untuk mengatasi masalah ini, penting untuk memahami peraturan yang berlaku, menjaga kepercayaan konsumen, dan beroperasi secara etis dan legal.

DAFTAR PUSAKA

- Agus Supriyanto, I. F. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana? *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), 1-16.
- Ahmad M. Ramli, T. S. (2020). *Hukum Telematika (Edisi 2)*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Ai Nur Sa'adah, A. R. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131-140.
- Alexander Wirapraja, H. A. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis. *Teknika*, 7(1), 66-72.
- Basuki, Z. D. (2015). *Hukum Dagang Dan Kepailitan*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

- Detika Yossy Pramesti, S. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Keragaman Produk dan Promosi E-commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee . *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27-39.
- Dewa Gede Ananta Prasetya, A. A. (2022). Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 3(2), 365-370.
- Dianari, R. G. (2018). Pengaruh E-commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Bina Ekonomi*, 22(1), 43-62.
- Eri Yanti Nasution, P. H. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 506-519.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(6), 1517-1538.
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Lukito, I. (2017). Tantangan Hukum dan Peran Pemerintah dalam Pembangunan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 11(3), 349-367.
- Mega Usvita, M. M. (2023). *Manajemen Pemasaran E-Commerce*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Muhamad Hasan Sebyar, & A. (2020). Pengambilalihan Wewenang Wali Nasab Dalam Perkara Wali Adhal Perspektif Pluralisme Hukum (Studi Kasus Pandangan Hakim dan Tokoh Masyarakat). *ADHKI: Journal of Islamic Family Law*, 1(2), 73-91. <https://doi.org/10.37876/adhki.v1i2.19>
- Puang, V. M. (2015). *Hukum Pendirian Usaha dan Perizinan*. Yogyakarta: Penerbit Publisher.
- Republik Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- Rifka Pratiwi Ardikha Putri, N. R. (2022). Kewajiban Mendaftarkan E-Commerce dalam Sistem Elektronik berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Implementasinya terhadap E-Commerce Informal. In *Bandung Conference Series: Law Studies (Vol. 2, No. 1)*, 47-54.
- Siti Annisa Parinda, M. S. (2023). Pentingnya Inovasi dan Pemanfaatan Teknologi Dalam Keberagaman Dunia Bisnis. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 9(16), 44-60.
- Tutik Mustajibah, A. T. (2021). Dinamika e-commerce di Indonesia tahun 1999-2015. *J Pendidik Sej*, 10(3), 3-11.