

Dampak yang Dialami Usaha Mikro Kecil dan Menengah Akibat Perubahan Peraturan Menteri Dagang Nomor 50 Tahun 2020

**Elis Sulistiani¹, Achmad Restu Adiansyah², Ahmad Kautsari Khotimi³,
Emiya Brena⁴, Fransiskus⁵, Yoga Wiratama⁶, Mustaqim⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7} Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Pakuan Bogor, Indonesia

e-mail: elisulis15@gmail.com¹, achmadrestuadi@gmail.com²,
akhmadkautsari@gmail.com³, emiabrena@gmail.com⁴,
frans_lesmana13@yahoo.com⁵, Yogawiratama494@gmail.com⁶,
mustaqimsh@yahoo.com⁷

Abstrak

Di zaman modern ini, kita bisa melihat dampak teknologi di berbagai bidang kehidupan. Salah satu jenis teknologi yang sering kita jumpai adalah e-commerce. E-commerce telah muncul sebagai salah satu bentuk kemajuan dalam lingkungan jual beli yang biasa kita sebut pasar. E-commerce mempunyai banyak keunggulan yang tidak ditemukan di pasar tradisional. Oleh karena itu, banyak konsumen yang lebih memilih e-commerce dibandingkan pergi ke pasar. Namun dengan adanya kemunculan e-commerce akan berdampak pada UMKM. UMKM seperti usaha kecil desa dapat mengalami perubahan pertumbuhan ekonomi yang drastis. Maka dari itu pemerintah telah membuat kebijakan baru, salah satunya dengan merevisi permendag no 50 tahun 2020 menjadi permendag no 31 tahun 2023. Oleh karena itu penelitian ini akan dilakukan untuk menjawab keresahan pemilik UMKM di Indonesia. Proses penelitian akan dilakukan dengan menggunakan metode tinjauan literatur (SLR). Dengan mengacu pada literatur dan penelitian yang dilakukan, keputusan akan diambil berdasarkan permasalahan yang diangkat. Penelitian ini dilakukan secara independen dengan tujuan: 1) Untuk mengetahui urgensi perubahan Permendag Nomor 50 tahun 2020. 2) Untuk mengetahui dampak terhadap UMKM atas perubahan Permendag 50 tahun 2020.

Kata kunci: *UMKM, Dampak, Perubahan*

Abstract

In this modern era, we can see the impact of technology in various areas of life. One type of technology that we often encounter is e-commerce. Ecommerce has emerged as a form of progress in the buying and selling environment that we usually call the market. E-commerce has many advantages that are not found in traditional markets. Therefore, many consumers prefer e-commerce rather than going to the market.

However, the emergence of e-commerce will have an impact on MSMEs. MSMEs such as small village businesses can experience drastic changes in economic growth. Therefore, the government has made new policies, one of which is revising Trade Regulation Number 50 of 2020 to become Trade Regulation Number 31 of 2023. Therefore, this research will be carried out to answer the concerns of MSME owners in Indonesia. The research process will be carried out using the literature review (SLR) method. By referring to the literature and research conducted, decisions will be taken based on the issues raised. This research was conducted independently with the aim of: 1) To determine the urgency of changes to Minister of Trade Regulation Number 50 of 2020. 2) To determine the impact on MSMEs of changes to Minister of Trade Regulation 50 of 2020. **Keywords:** MSMEs, Impact, Changes.monoton.

Keywords: *MSMEs, Impact, Changes*

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan suatu kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang atau Jasa, baik di dalam negeri maupun lintas batas negara, dengan maksud untuk mengalihkan hak atas Barang atau Jasa sebagai imbalan atau kompensasi. Perdagangan Elektronik (PMSE) adalah bentuk perdagangan di mana transaksi dilakukan melalui perangkat dan prosedur elektronik. Pertumbuhan perdagangan elektronik tinggi karena peningkatan pengguna internet global. Statista mencatat bahwa pada tahun 2023, pengguna internet dunia mencapai 5 miliar, di mana Indonesia menempati peringkat keempat dengan 212,9 juta pengguna dari total penduduk 275 juta jiwa pada tahun 2022, menunjukkan bahwa 77% penduduk Indonesia menggunakan internet. (Yonatan, 2023)

Peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan perdagangan melalui PMSE terletak pada pengembangan sistem pemasaran dan penjualan online melalui internet. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, perlu ada upaya pemerintah dalam melindungi konsumen. Aturan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 mengatur bahwa pedagang dalam negeri, terutama Usaha Mikro dan Usaha Kecil, dapat mengajukan izin usaha melalui Lembaga Online Single Submission (OSS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pasal 1 ayat 17 dalam peraturan tersebut mendefinisikan izin usaha sebagai izin yang diterbitkan oleh OSS atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota setelah Pelaku Usaha mendaftar, untuk memulai usaha atau kegiatan sampai sebelum pelaksanaan komersial atau operasional dengan memenuhi persyaratan dan/atau komitmen. (Wenno, 2012) Pada Selain itu, revisi peraturan ini menekankan pentingnya standardisasi barang di platform PMSE, identifikasi perdagangan tidak sehat oleh pelaku usaha asing, pemberdayaan UMKM, perlindungan konsumen, dan perkembangan teknologi yang dinamis dengan memperbarui ekosistem PMSE yang sehat.

Dalam revisi peraturan Menteri Perdagangan, Ada beberapa persyaratan yang perlu ditetapkan untuk menentukan standar barang di dalam Platform Perdagangan

Melalui Sistem Elektronik (PMSE). mengidentifikasi tanda-tanda ekspor impor yang tidak sesuai yang dilakukan para pelaku usaha asing, mengatasi kelemahan sumber saing Usaha Mikro, Kecil, dan juga Menengah (UMKM) serta barang dalam negeri. Selain itu, sementara belum tercapainya tingkat Kompetisi yang setara dari ekosistem PMSE dan timbulnya bentuk bisnis baru yang bisa mengganggu keseimbangan komunitas organik PMSE menjadi perhatian utama. Tujuan lainnya adalah mengembangkan ekosistem PMSE yang sehat dengan memperhatikan dinamika perkembangan teknologi. Langkah kedua dalam penyempurnaan ini adalah memberikan dukungan kepada UMKM dan pelaku usaha PMSE di dalam negeri. Di sisi lain, langkah ketiga difokuskan pada peningkatan perlindungan konsumen domestik.

Tipe Artikel

Berdasarkan pendahuluan yang telah dijabarkan, artikel tersebut dapat dikategorikan sebagai artikel ekspositori. Artikel ekspositori adalah jenis artikel yang bertujuan untuk memberikan penjelasan, informasi, dan pemahaman yang jelas mengenai suatu topik atau fenomena. Dalam artikel ini, penulis memberikan penjelasan mengenai dampak atas perubahan Peraturan Menteri Dagang No. 50 Tahun 2020 terhadap para pelaku UMKM termasuk faktor yang melatarbelakangi perubahan regulasi tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) yang merupakan pendekatan sistematis untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber literatur yang relevan berdasarkan bidang topik atau kata kunci yang relevan dengan penelitian ini. Dengan menggunakan metode ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi, meninjau, dan mengevaluasi studi kasus yang relevan dan sesuai untuk memberikan jawaban yang komprehensif terhadap serangkaian pertanyaan penelitian yang diajukan. Pendekatan sistematis dalam tinjauan literatur ini memastikan bahwa sumber-sumber yang relevan dieksplorasi secara menyeluruh dalam rangka mendukung tujuan penelitian. Penelitian ini menerapkan pendekatan sistematis tinjauan literatur untuk melakukan analisis komprehensif mengenai dampak amandemen Peraturan Perdagangan 50 tahun 2020 terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk secara sistematis mengumpulkan dan menganalisis sumber-sumber terbitan yang terpercaya, seperti jurnal ilmiah, konferensi, dan buku-buku yang berkaitan dengan bidang perdagangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat beberapa perbedaan yang signifikan antara permendag No. 31 tahun 2023 dengan permendag No. 50 tahun 2020 yakni, sebagai berikut ini:

- 1) Perbedaan pertama terletak pada Permendag No. 31 Tahun 2023 yang mendefinisikan model bisnis Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) seperti Lokapasar atau Marketplace dan Social Commerce

untuk memudahkan pembinaan dan pengawasan. Definisi model bisnis PPMSE, yang dijelaskan dalam Pasal 2 ayat 3, mencakup ritel online, lokapasar, iklan baris online, platform pembandingan harga, daily deals, dan social-commerce Lokapasar merupakan fasilitator dalam sistem elektronik berupa situs web atau aplikasi komersial yang digunakan oleh pedagang untuk menampilkan penawaran barang dan/atau jasa, sementara social-commerce adalah penyelenggara media sosial yang memungkinkan pedagang memasang penawaran barang dan/atau jasa.

- 2) Perbedaan kedua, adalah penetapan harga minimum sebesar US\$100 per unit untuk Barang jadi asal luar negeri yang dijual langsung oleh Pedagang ke Indonesia melalui platform e-commerce lintas negara, sesuai dengan Pasal 19 Permendag No. 31 Tahun 2023. Pasal 20 menegaskan bahwa setiap PMSE yang lintas negara harus mematuhi regulasi ekspor, impor, informasi, dan transaksi elektronik.
- 3) Perbedaan ketiga adalah adanya positive list atau daftar barang asal luar negeri yang diizinkan masuk "langsung" ke Indonesia melalui platform e-commerce.
- 4) Perbedaan keempat adalah penetapan Syarat Khusus bagi Pedagang Luar Negeri pada Marketplace Dalam Negeri, seperti bukti legalitas usaha dari negara asal, pemenuhan standar (SNI wajib) dan halal, pencantuman label berbahasa Indonesia pada produk asal luar negeri, dan asal pengiriman barang.
- 5) Perbedaan kelima adalah larangan bagi marketplace dan social-commerce untuk bertindak sebagai produsen, sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat 2 Permendag No. 31 Tahun 2023. Penyelenggara PMSE (PPMSE) yang mengadopsi model bisnis social commerce juga tidak diizinkan untuk menyediakan fasilitas transaksi pembayaran dalam sistem elektroniknya.
- 6) Perbedaan yang cukup signifikan yang terdapat pada keenam pasal tersebut adalah larangan terhadap penyelenggara PMSE (PPMSE) dan Afiliasinya untuk menguasai data. Ini mengharuskan PPMSE untuk menjamin bahwa tidak ada penyalahgunaan penguasaan data pengguna demi keuntungan PPMSE atau perusahaan afiliasinya. Pasal 26 menegaskan tanggung jawab PPMSE untuk mematuhi berbagai peraturan dan undang-undang terkait, seperti regulasi penyiaran, perlindungan privasi dan data pribadi, perlindungan konsumen, dan prinsip persaingan usaha yang sehat saat menyampaikan iklan elektronik. (Fajarlie, 2023)

Pada Permendag No. 50 Tahun 2020, terdapat banyak sekali perbedaan pengenaan pajak yang tidak merata dan penjualan di platform digital atau social commerce ada beberapa yang tidak melalui izin dan pengenaan pajak yang sama. Pada Permendag No. 50 Tahun 2020, Platform digital masih diizinkan untuk berperan sebagai produsen atau menciptakan barang sendiri. Sebagai contoh, social commerce seperti TikTok Shop diperbolehkan untuk menghadirkan produknya langsung dari negara afiliasinya, sehingga terjadilah persaingan antara para pelaku social commerce dengan UMKM dalam negeri, dimana masuknya produk-produk dengan harga sangat murah yang sangat mengganggu keberlanjutan UMKM dalam negeri, dan membuat

banyak UMKM dalam negeri yang akhirnya gulung tikar karena hal tersebut. (Saputri, 2023)

Sebelumnya, Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Teten Masduki, mengungkapkan kebutuhan bagi Indonesia untuk segera merumuskan regulasi yang mengatur perdagangan digital guna mencegah potensi kebangkrutan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang berkaitan dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menyatakan bahwa usaha mikro dapat diidentifikasi sebagai unit usaha yang memiliki aset maksimum Rp.50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat beroperasi, dengan penjualan tahunan yang tidak melebihi Rp.300 juta. Usaha kecil, di sisi lain, merujuk pada unit usaha dengan nilai aset lebih dari Rp.50 juta hingga Rp.500 juta (tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan tempat usaha), dan memiliki hasil penjualan tahunan di atas Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000. Adapun usaha menengah mencakup perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga Rp.100 miliar, dengan hasil penjualan tahunan yang melebihi Rp.2,5 miliar namun tidak lebih dari Rp.50 miliar. (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008)

Salah satu faktornya adalah pergeseran yang cepat dalam kebiasaan berbelanja konsumen, dari e-commerce menuju social commerce, yang dapat memiliki dampak besar pada penjualan UMKM lokal karena terdapat penawaran harga yang sangat terjangkau. E-Commerce pada dasarnya merujuk pada aktivitas jual beli yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Definisi lain dari E-Commerce adalah metode berbisnis yang memanfaatkan teknologi elektronik untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik, pertukaran, serta penjualan barang, layanan, dan informasi secara digital. (Mariana, 2012)

E-Commerce memiliki beberapa karakteristik, yaitu terjadinya transaksi antara dua belah pihak, pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan internet menjadi medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut. Dari karakteristik ini, terlihat bahwa E-Commerce muncul sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, yang secara signifikan mengubah cara interaksi manusia dengan lingkungannya, terutama dalam konteks mekanisme dagang. (Indrajit, 2002)

Menurut seorang Ahli pemasaran, yaitu (Kertajaya, 2010), pengusaha yang tidak memasarkan produknya melalui e-commerce berisiko menghadapi kerugian dan terlindas dalam persaingan. Potensi pasar e-commerce di Indonesia menjadi sangat menjanjikan dengan jumlah penduduk yang mencapai 250 juta orang.

Dengan memiliki sebuah situs web atau halaman utama, penjual dapat menyediakan informasi terkait dengan profil perusahaan dan produk atau layanan yang mereka tawarkan. Bagi konsumen sebagai calon pembeli, internet memberikan akses yang luas dan bebas kepada semua perusahaan yang telah "mendaftarkan" diri di dunia maya. Pertukaran informasi di dalam lingkungan ini dapat dilakukan baik secara satu arah maupun secara interaktif melalui berbagai produk elektronik, seperti komputer, telepon, faks, dan televisi. Proses bisnis awal dalam sistem E-Commerce ini dikenal sebagai "information sharing." Prinsip penjual dalam proses ini adalah untuk

mencari dan menarik sebanyak mungkin calon pembeli, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sebisa mungkin menemukan produk atau layanan yang diinginkannya dan mencoba untuk mengetahui pendapat orang lain tentang produk atau layanan tersebut.

Membangun dan menerapkan sistem E-Commerce bukanlah suatu proses atau program yang statis; sebaliknya, itu adalah suatu sistem yang mengalami pertumbuhan berkelanjutan seiring perkembangan perusahaan. Sejumlah perusahaan besar lebih memilih pendekatan evolusi dalam memperkenalkan dan mengembangkan E-Commerce dalam operasional mereka. Pertimbangan utama di balik pendekatan ini melibatkan pemahaman bahwa mengimplementasikan sistem E-Commerce tidak sekadar menggunakan aplikasi baru, tetapi melibatkan pengenalan prosedur kerja baru, yaitu transformasi bisnis. Perubahan ini dapat menimbulkan berbagai masalah terutama dalam hal budaya kerja dan hubungan dengan rekanan serta pelanggan (Peter Fingar, Harsha Kumar, 2000):

- a. Sistem E-Commerce melibatkan arsitektur perangkat lunak dan perangkat keras yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi, dan strategi pengembangan dan penerapannya harus mengikuti siklus hidup perusahaan.
- b. Pengembangan sistem E-Commerce secara bertahap membantu mengurangi risiko kegagalan implementasi yang tinggi yang mungkin dihadapi oleh perusahaan.

Sebagai contoh social commerce yang menawarkan produk dengan harga yang sangat terjangkau, TikTok Shop menyediakan berbagai produk di halaman berandanya dengan rentang harga antara Rp 100 hingga Rp 50 ribu. Ragam produk yang dijual melibatkan berbagai kategori seperti fashion, aksesoris, peralatan rumah tangga, sepatu, dan makanan, mencerminkan praktik predatory pricing atau penjualan barang di bawah harga modal. (Prayudhia, 2023)

Pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020, tidak dijelaskan perbedaan dan aturan mengenai perbedaan e-commerce dan social commerce, sehingga banyak sekali pelaku usaha yang melakukan predatory pricing, karena dapat membawa harga yang lebih murah dari Negara asalnya.ada.

Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik telah mengalami perubahan dan diumumkan kembali sebagai Permendag Nomor 31 Tahun 2023 yang membicarakan Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Beberapa faktor yang menjadi latar belakang revisi Permendag No. 31 Tahun 2023 ini melibatkan:

- a. Perlunya standarisasi barang pada Platform Sistem Perdagangan Elektronik (PMSE).
- b. Adanya indikasi praktik perdagangan tidak sehat yang dilakukan badan usaha asing.
- c. Masih lemahnya daya saing UKM dan produk dalam negeri.
- d. Pencapaian persaingan yang adil dalam ekosistem PMSE belum terwujud.

- e. Munculnya model bisnis baru yang berpotensi mengganggu ekosistem PMSE.(Kemendag RI, 2023)

Revisi ini memiliki tujuan utama, yaitu menciptakan ekosistem PMSE yang sehat dengan memperhatikan perkembangan teknologi yang dinamis. Selain itu, tujuan lainnya termasuk mendukung pemberdayaan UMKM dan pelaku usaha PMSE dalam negeri serta meningkatkan perlindungan konsumen di dalam negeri.

Perubahan pada Permendag No. 50 Tahun 2020, yang tercermin dalam enam poin utama dalam Permendag No. 31 Tahun 2023, mencakup beberapa hal yang secara tidak langsung menyebutkan dampak signifikan terhadap pelaku UMKM, yakni:

1. Mendefinisikan model bisnis penyelenggara PMSE seperti pasar lokal atau marketplace dan social commerce untuk memudahkan pembinaan dan pengawasan.
2. Penetapan harga minimal US\$100 per unit untuk barang jadi yang berasal dari luar negeri, dijual langsung oleh merchant ke Indonesia melalui platform e-commerce lintas negara.
3. Penyediaan positif list atau daftar barang asal luar negeri yang diperbolehkan masuk ke Indonesia secara langsung melalui platform e-commerce.
4. Spesifikasi persyaratan khusus bagi pedagang asing di pasar dalam negeri, antara lain bukti legalitas usaha, pemenuhan standar nasional (SNI) dan standar halal, serta label dalam bahasa Indonesia.
5. Larangan bagi marketplace dan social commerce untuk bertindak sebagai produsen.
6. Larangan penguasaan data oleh PPMSE dan afiliasinya, menekankan tanggung jawab PPMSE untuk mencegah penyalahgunaan data pengguna dan menjaga persaingan usaha yang sehat.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas maka peneliti simpulkan sebagai berikut ini:

1. Alasan mengapa terjadi perubahan terhadap Permendag Nomor 50 Tahun 2020, sebagai berikut ini :

- a. Kekhawatiran di tengah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah ("UMKM") serta masyarakat luas di penjuru negeri semakin meningkat mengenai platform media sosial ("Media Sosial") yang memfasilitasi perdagangan melalui sistem elektronik ("PMSE").
- b. Pedagang konvensional dan UMKM terkena dampak negatif dari perdagangan online dan mengalami kerugian besar.
- c. Sebagai upaya untuk lebih memberdayakan UMKM dalam negeri, Mendag menerbitkan Peraturan No. 31 tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik ("Permendag No. 31 Tahun 2023"), yang telah berlaku sejak 26 September 2023.
- d. Karena hal tersebut diatas maka, dengan berlakunya Permendag No. 31 Tahun 2023, maka peraturan sebelumnya yang mengatur persyaratan PMSE, yakni

Peraturan Mendag No. 50 Tahun 2020 ("Permendag No. 50 Tahun 2020"), dengan judul yang sama, dihapus dan diganti. Pada intinya, Permendag No. 31 Tahun 2023 tetap mempertahankan ruang lingkup pelaku usaha dalam dan luar negeri yang semula diatur dalam Permendag No. 50 Tahun 2020, yang terdiri dari: pedagang, penyelenggara PMSE ("PPMSE") dan penyelenggara sarana perantara (PSP).

2. Perubahan Peraturan Mendag No. 50 tahun 2020 ("Permendag No. 50 Tahun 2020"), menjadi Permendag No. 31 Tahun 2023, sangatlah berdampak terhadap UMKM:

- a. Bahwa dari kebijakan yang dibuat pemerintah dalam Permendag No. 50 Tahun 2020 yang telah direvisi menjadi Permendag No. 31 Tahun 2023 menyatakan bahwa adanya perlindungan dan dorongan dalam memajukan usaha para UMKM
- b. Media Sosial yang termasuk dalam kategori social commerce kini hanya dapat memfasilitasi promosi barang dan/atau jasa. Karena social commerce dilarang merangkap sebagai marketplace, maka Media Sosial yang ingin melakukan transaksi PMSE harus terlebih dahulu mendapatkan izin usaha sebagai PMSE marketplace, dengan membuat marketplace yang terpisah dari platform social commerce, sehingga memperjelas posisi UMKM.
- c. Memberikan kesempatan berusaha yang sama kepada seluruh pedagang UMKM
- d. Menjaga harga barang dan/atau jasa bebas dari manipulasi harga baik langsung maupun tidak langsung, sehingga akan terjadi persaingan yang sehat.
- e. Permendag No. 31 Tahun 2023 menyatakan bahwa PMSE lintas negara wajib sepenuhnya mematuhi ketentuan hukum yang berlaku, termasuk peraturan sektor impor dan ekspor. Hal ini merupakan inovasi baru yang diperkenalkan melalui Permendag No. 31 Tahun 2023, PPMSE yang melakukan kegiatan PMSE lintas negara wajib menerapkan harga minimum barang untuk pedagang yang menjual barang jadi yang diimpor dalam Sistemnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajarlie, nadia intan. (2023). *Mendag Zulhas Ungkap 6 Perbedaan Utama Permendag Baru soal Pengaturan Social-Commerce*. Mendag Zulhas Ungkap 6 Perbedaan Utama Permendag Baru soal Pengaturan Social-Commerce
- Kemendag RI. (2023). *Zulhas Resmi Berlakukan Permendag 31/2023*.
- Kosiur, D. (1997). *how online transactions can grow your business*. microsoft press.
- Mariana, M. (2012). *apa itu e commerce?* <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>
- Peter Fingar, Harsha Kumar, T. S. (2000). *Enterprise e-commerce: the software component breakthrough for business-to-business commerce*. Meghan-Kiffer, Tampa, Fla.,. <https://search.worldcat.org/title/Enterprise-e-commerce--the->

software-component-breakthrough-for-business-to-business-commerce/oclc/43290179

Prayudhia, M. C. G. (2023). *MenKopUKM: Regulasi baru perdagangan digital lindungi UMKM*. 2023. <https://www.antaranews.com/berita/3654654/menkopukm-regulasi-baru-perdagangan-digital-lindungi-umkm>

Saputri, dessy suciati. (2023). *Permendag No 50 Diteken Hari Ini, TikTok Shop Dilarang Berjualan*. Permendag No 50 Diteken Hari Ini, TikTok Shop Dilarang Berjualan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. 1.

Yonatan, agnes z. (2023). *Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia*. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>