

PEMENUHAN ASAS KEBERMANFAATAN HUKUM PADA PERMENDAG NO. 31 TAHUN 2023

Fitria Damayanti¹, Setyaning Wida N.A², Endriyani Lestari³

¹Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang. E-mail:
fdamayanti645@students.unnes.ac.id

²Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang. E-mail:
setyaningwida@students.unnes.ac.id

³Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang. E-mail:
lestariendriyani204@students.unnes.ac.id

Abstract

The existence of regulations in the form of law is a real means of social control. This applies in the economic field, especially regarding electronic systems used by many parties. In the hierarchy, there are ministerial regulations that are widely used, one of the most recent is Minister of Trade Regulation No. 31/2023 concerning Business Licensing, Advertising, Guidance and Supervision of Business Actors in Trading via Electronic Systems. This regulation was formed as a reaction to the freedom in electronic trade, which caused an imbalance in conventional trade, especially domestic products. This research aims to review judicially the Minister of Trade Regulation No. 31/2023, which has been ratified. This research applied a normative method that placed law as the norm system. The norm system here is the principles, norms, rules of legislation. This regulation was chosen because of the great urgency for society and whether its existence harms the constitutions of other parties. Therefore, the author concludes, firstly, that in making Minister of Trade Regulation, it is necessary to involve the community actively as participants in carrying out the analysis. Secondly, this regulation has a big impact on the economy that requires re-adaptation for several elements of society. As expected, the Regulation of the Minister of Trade No. 31/2023 will be an appropriate solution to handle the current economic problem in Indonesia.

Keywords: Economy; Judicial Review; Regulations; Social Controls.

Abstrak

Keberadaan regulasi berupa hukum adalah salah satu upaya nyata alat pengendali sosial. Hal ini berlaku dalam bidang ekonomi, khususnya terkait sistem elektronik yang digunakan banyak pihak. Dalam hirarkinya terdapat peraturan menteri yang banyak digunakan salah satunya adalah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan ini dibentuk sebagai reaksi adanya kebebasan dalam perdagangan elektronik yang menyebabkan ketidak seimbangan di perdagangan konvensional khususnya produk dalam negeri. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau secara yuridis Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang sudah disahkan. Dalam penelitian ini menerapkan metode normatif yaitu menaruh hukum sebagai sistem norma. Dimana sistem norma disini adalah asas, norma, kaidah dari peraturan perundang-undangan. Pemilihan peraturan tersebut karena memiliki urgensi besar bagi masyarakat dan apakah keberadaannya mencederai konstitusional pihak lain. Maka dari itu penulis menyimpulkan, pertama dalam pembuatan Peraturan Menteri Perdagangan tersebut perlu melibatkan pihak masyarakat secara aktif sebagai partisipan dalam melakukan analisa. Kedua dalam pembuatan peraturan tersebut memiliki dampak besar terhadap perekonomian sehingga memerlukan adaptasi ulang bagi beberapa elemen masyarakat. Harapannya adanya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 menjadi angin segar dan tepat sasaran menangani permasalahan yang tengah terjadi di perekonomian Indonesia.

Kata Kunci: *Pengendali Sosial; Peraturan; Perekonomian; Tinjauan Yuridis.*

1. Pendahuluan

Pesatnya perubahan zaman membuat perkembangan di bidang perdagangan juga semakin tak dapat dihindarkan. Dewasa ini terhitung sejak tahun 2018 sampai 2019 aplikasi TikTok mulai masif diketahui di Indonesia.¹ Bahkan aplikasi ini masuk ke daftar 10 besar aplikasi yang paling banyak didownload di Indonesia.² Semakin mengalami inovasi aplikasi yang tadinya hanya memuat video dan hiburan kini beranjak menggabungkan fitur penjualan di dalamnya. Aplikasi TikTok ini dengan kemudahan proses pembelian, video yang mendukung, dan harga yang murah karena kebanyakan dari luar negeri disinyalir membuat beberapa toko dan pasar konvensional mengalami kerugian dan perputaran uang yang sangat lambat. Pendapatan TikTok mencapai US\$9,4 miliar pada tahun 2022, dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Larangan ini merupakan dampak dari aturan yang tertuang dalam Permendag Nomor 31 Tahun 2023 yang mengatur mengenai bisnis perizinan, periklanan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan elektronik. Hal ini tentu saja berpengaruh kepada keuangan masyarakat, karena kebanyakan yang mendapatkan panggung dan pendapatan besar dari penjualan TikTok adalah mereka yang menjadi publik figur.

Sebagai reaksi adanya kondisi tersebut terbentuklah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang dilatar belakangi oleh tujuan untuk mengupayakan pemberdayaan baik dari usaha mikro hingga makro menggunakan sistem elektronik lokal, melindungi konsumen, mendukung perkembangan perdagangan lewat sistem elektronik, serta memberi perhatian perkembangan teknologi yang terus berkembang. Selain itu, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dirasa sudah tidak relevan lagi dengan kedinamisan kebutuhan masyarakat dan hukum yang berkembang sehingga wajib disesuaikan. Ditambah berlandaskan pertimbangan yang dimaksud dalam huruf a dan huruf b, dan guna menjalankan ketentuan Pasal 7 ayat (5), Pasal 12 ayat (2), Pasal 15 ayat (4), Pasal 18 ayat (5), Pasal 36, Pasal 77 ayat (3), Pasal 78 ayat (4), Pasal 79 ayat (2), dan Pasal 80 ayat (5) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dari regulasi tersebut semakin menguatkan ketika terjadi kondisi peredaran barang di platform Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) masih banyak belum memenuhi standar, baik Standar Nasional Indonesia (SNI) maupun standar lainnya.

Adanya regulasi baru ini membutuhkan tinjauan yuridis yang mendalam terkait kebermanfaatannya bagi kemaslahatan masyarakat Indonesia. Pasalnya keberadaan

¹ Rifa Mufidah dan Alfi Mufidah, "Aplikasi Tik-Tok dan Instagram Sebagai Salah Satu Alternatif Dalam Media Pembelajaran IPA," *Proceeding of Integrative Science Education Seminar* 1 no. 1 (2021): 60–69. <https://prosiding.iainponorogo.ac.id/index.php/pisces/article/view/288>.

² Maria Ulfa Batoebara, "Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan." *Network Media* 3 no. 2 (2020): 59–65, <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>.

peraturan ini membutuhkan adaptasi yang lebih dan banyak pihak yang merasa dirugikan. Regulasi yang dipandang memiliki indikator kemanfaatan yang sesuai dan terlaksana di masyarakat luas maka bisa dinyatakan regulasi tersebut berhasil.³ Perlu adanya perhatian khusus dari masyarakat sebagai pengawas jalannya pembuatan regulasi di Indonesia agar tidak terjadi ketidaksesuaian peraturan dengan budaya dan regulasi yang berlaku sebelumnya di Indonesia.

Menurut penelitian sebelumnya oleh Muhammad Naufal Abyan dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis Hukum Islam Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 Terhadap Jual Beli Thrifting (Studi Pada Jual Beli Baju Bekas Di Purwokerto)*” menghasilkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 tahun 2022 terkait Larangan Impor Pakaian Bekas yang termuat dalam Pasal 2. Pakaian bekas tidak dibolehkan karena tergolong jenis yang dibawa ke pasar Indonesia melalui cara yang ilegal, yaitu melalui mekanisme penyelundupan di pelabuhan kecil yang mempunyai sistem keamanan yang minim. Berangkat dari hal itu, kegiatan ini tidak diperbolehkan karena tidak memiliki persetujuan terkait pemasaran penjualan dengan bebas dan mengancam kesehatan warga Indonesia.⁴

Sedangkan Prasetyo Sulistyanto memiliki judul “*Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Makanan Impor*” yang menghasilkan bahwa suatu perlindungan hukum konsumen terhadap beredarnya makanan impor yang dapat diketahui Pemerintah telah membuat peraturan perundang-undangan antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 juga Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2018 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan dan Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 2019 tentang Keamanan Pangan.⁵ Dari penelitian terdahulu belum ditemukan penelitian yang mengkaji terkait Peraturan Menteri Perdagangan yang terbaru. Hal ini membuat penelitian ini dibutuhkan karena kebaruannya menganalisis tinjauan yuridis Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023.

Dari berbagai kondisi dan latar belakang yang diuraikan di atas, peneliti melihat adanya suatu permasalahan hukum yang timbul yaitu bagaimana peraturan tentang bisnis melalui sistem elektronik di Indonesia dan dampak dari adanya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 dengan tujuan untuk menganalisis sudah relevan atau tidak dengan kebutuhan masyarakat dan hukum yang berlaku.

³ Briyantama Kusuma Nugraha R, M. Audatan Octarizal, dan Oase Sye Kosase, “Mobilitas, Kemanfaatan Dan Penerapan: Realitas Konseptual Pada Visa Digital Nomad Di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23 no. 2 (2023): 1505, <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3119>.

⁴ Muhammad Naufal Abyan, “Analisis Hukum Islam Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 Terhadap Jual Beli Thrifting (Studi Pada Jual Beli Baju Bekas Di Purwokerto),” *Tesis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri. Purwokerto*, 2023, https://repository.uinsaizu.ac.id/19796/1/MUHAMMAD%20NAUFAL%20ABYAN_ANALISIS%20HUKUM%20ISLAM%20TERHADAP%20PERATURAN%20MENTERI%20PERDAGANGAN%20NOMOR%2040%20TAHUN%202022%20TERHADAP%20JUAL%20BELI%20THRIFTING%20%28Studi%20Pada%20Jual%20Beli%20Baju%20Bekas%20Di%20Purwokerto%29.pdf.

⁵ Prasetyo Sulistyanto, Haerani Husainy, dan Budimah, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Makanan Impor,” *Jurnal Kolaboratif Sains* 6 no. 2 (2023): 140–46, <https://doi.org/10.56338/jks.v6i2.3301>.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif yuridis dengan menggunakan pendekatan studi perundang-undangan. Dimana pengumpulan terhadap bahan hukum diperoleh dimulai dari identifikasi masalah dilanjutkan dengan studi literatur/kepuustakaan, dan analisis bahan hukum yang dilakukan dengan menganalisis secara mendalam dalam upaya membahas hasil penelitian.

3. Analisis

3.1 Peraturan Bisnis Melalui Sistem Elektronik

Secara yuridis normatif, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 sebagai acuan guna menyikapi perkembangan *social commerce*. Dari aspek penjual, peraturan ini cukup memberikan kesempatan bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) agar dapat mempromosikan produk mereka di pasar tanpa kekhawatiran terhadap persaingan dari produk tertentu yang mungkin memengaruhi harga pasar, terutama yang ditawarkan di *social commerce*. Berangkat dengan hal tersebut hasil yuridis normatif secara garis besar Permendag No. 31 Tahun 2023 telah menetapkan beberapa hal diantaranya yaitu;

1. Pasal 2 ayat (3) secara jelas mengatur beberapa model bisnis dalam konteks perdagangan melalui sistem elektronik diantaranya mencakup iklan baris *online*, pelantar (platform) pembandingan harga, *daily deals retail online*, lokapasar (*marketplace*), dan *social-commerce*. Regulasi yang terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 membahas perizinan usaha, periklanan, pelatihan, dan pengawasan terhadap pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Dampak dari regulasi ini dapat dirasakan oleh pelaku *social commerce* yang kini diwajibkan memenuhi persyaratan perizinan dan tunduk pada pengawasan yang ditetapkan oleh pemerintah. Contohnya, Group Meta yang mencakup platform-platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, harus mengajukan izin sebagai *social commerce* setelah implementasi peraturan menteri tersebut. Sebelumnya, mereka hanya terdaftar sebagai portal web dan media sosial. Hal ini menunjukkan perlunya mematuhi perizinan yang baru ditetapkan, sebagai respons terhadap regulasi pemerintah. Ketidakpatuhan terhadap perizinan dapat menjadi masalah serius bagi pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Sebagai contoh konkret, TikTok Shop mengalami penutupan karena tidak mengurus izin yang diperlukan, sehingga melanggar aturan dan dilarang untuk beroperasi di Indonesia. Dengan adanya regulasi ini, pemerintah berupaya mengatur dan mengawasi aktivitas *social commerce* guna menjamin keberlanjutan bisnis yang adil, aman, dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.⁶

⁶ Penjelasan Pasal 2 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

2. Pasal 21 ayat (2) melarang pengadaan perdagangan melalui sistem elektronik yang mengadopsi model bisnis lokapasar dan *social commerce* untuk berperan sebagai produsen, termaktub dalam peraturan yang berkaitan dengan distribusi barang. Kebijakan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya monopoli dan menjaga persaingan usaha yang sehat di sektor perdagangan Indonesia. Sebelumnya, terdapat kekhawatiran dari pedagang konvensional yang merasa dirugikan akibat aktivitas perdagangan oleh TikTok *Shop* yang diduga melakukan monopoli. Dugaan monopoli oleh TikTok *Shop* terutama terfokus pada dominasinya dalam aktivitas media sosial dan perdagangan online. Keberadaannya dianggap mengakibatkan pelaku UMKM tergusur dan merugikan pedagang konvensional. Akibatnya, beberapa pelaku usaha konvensional melakukan protes terhadap dampak ekonomi yang mereka alami akibat dominasi TikTok *Shop* dalam pasar. Dengan melarang *social commerce* untuk berperan sebagai produsen, pemerintah berupaya mengatasi masalah potensial seperti monopoli, sehingga memberikan peluang yang lebih adil bagi berbagai pelaku usaha dalam ekosistem perdagangan di Indonesia. Ini merupakan upaya untuk menciptakan lingkungan bisnis yang seimbang dan mendukung perkembangan usaha kecil dan menengah.⁷
3. Pasal 21 ayat (3) melarang penyelenggara perdagangan menggunakan sistem elektronik yang menggunakan model bisnis *social commerce* untuk memberikan fasilitas dalam proses transaksi pembayaran di platform elektroniknya. Walaupun begitu, platform *social commerce* masih diizinkan untuk mengiklankan produk dan layanan, namun tidak diizinkan untuk menyediakan sistem pembayaran atau melaksanakan proses transaksi jual-beli. Aturan ini berdampak signifikan pada salah satu *social commerce* yang sebelumnya hadir di Indonesia, yaitu Tik Tok *Shop*.⁸
4. Pasal 13 ayat (3) menetapkan bahwa tidak diperbolehkan ada hubungan atau koneksi antara sistem elektronik yang dipergunakan sebagai platform penjualan melalui suatu sistem elektronik yang dipergunakan di luar kerangka penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik tersebut. Dengan dikeluarkannya regulasi ini, *social commerce* memiliki tanggung jawab untuk melindungi konsumen dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik. Salah satu aspek penting adalah memastikan bahwa tidak ada interkoneksi antara sistem elektronik yang digunakan sebagai sarana Pusat Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dengan sistem elektronik yang digunakan di luar sarana PMSE dengan tujuan untuk menjaga keamanan dan integritas transaksi. Selain itu, *social commerce* juga diharapkan untuk mencegah konversi penguasaan data pengguna untuk dimanfaatkan oleh PMSE dan/atau perusahaan yang memiliki afiliasi dalam sistem elektroniknya. Hal ini penting agar data konsumen tidak disalahgunakan atau digunakan tanpa izin yang sesuai.

⁷ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 21 ayat (2).

⁸ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 21 ayat (3).

Langkah-langkah keamanan ini dirancang untuk memberikan perlindungan yang lebih baik kepada konsumen yang melakukan transaksi perdagangan melalui platform *social commerce*. Dengan implementasi aturan ini, diharapkan *social commerce* akan beroperasi dengan lebih transparan, etis, dan memastikan keamanan serta privasi konsumen dalam aktivitas perdagangan elektronik. Ini sejalan dengan upaya pemerintah untuk menciptakan ekosistem perdagangan melalui sistem elektronik yang aman dan adil bagi semua pihak yang terlibat.⁹

5. Pasal 18 ayat (1) dan (2) menambahkan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik luar negeri yang ingin beroperasi di sektor perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia. Persyaratan ini mencakup:

a) Transaksi dengan Konsumen

Penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik luar negeri harus dapat membuktikan bahwa mereka telah melakukan jual beli dengan setidaknya 1.000 konsumen dalam periode 1 tahun.

b) Pengiriman Paket kepada Konsumen

Penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik luar negeri juga harus dapat membuktikan bahwa mereka telah melaksanakan pengiriman minimal 1.000 paket untuk konsumen dalam periode 1 tahun.

c) Jumlah *Traffic* atau Pengakses

Penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik luar negeri harus mengantongi jumlah *traffic* atau pengakses setidaknya sebanyak 1% dari total pengguna internet dalam negeri dalam periode 1 tahun.¹⁰

6. Pasal 19 ayat (2) menetapkan harga minimal sebesar USD100 per unit untuk barang jadi dari luar negeri yang dijual langsung oleh penjual kepada konsumen di Indonesia melalui platform *e-commerce*.¹¹

Pemerintah juga memberi tambahan beberapa aturan terkait transaksi jual-beli barang dari luar negeri melalui platform *e-commerce*, yang mencakup:

a) Ketentuan *Positive List*

Pemerintah mengatur daftar barang asal luar negeri yang diizinkan masuk ke pasar Indonesia lewat platform *e-commerce* yang memfasilitasi perdagangan lintas negara (*cross border*). Ini bertujuan untuk mengendalikan dan mengatur barang-barang yang dapat diimpor melalui platform tersebut.

b) Kewajiban Standarisasi Barang

Pedagang dan platform *e-commerce* memiliki kewajiban untuk menunjukkan bukti telah memenuhi standar barang, termasuk nomor pendaftaran barang/Standar Nasional Indonesia, nomor sertifikat halal untuk barang dan/atau jasa tertentu, nomor registrasi barang terkait keamanan, keselamatan, kesehatan, dan lingkungan hidup

⁹ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 13 ayat (3).

¹⁰ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 18 ayat (1) dan (2).

¹¹ *Ibid.*, Penjelasan Pasal 19 ayat (2).

untuk barang yang diharuskan, serta nomor izin, nomor registrasi, atau nomor sertifikat untuk produk kosmetik, obat, dan makanan.

Peraturan menteri perdagangan tersebut memiliki beberapa tujuan yang sangat penting diantaranya yaitu mengimplementasikan peraturan yang mempromosikan persaingan yang sehat, dan kepatuhan terhadap standar yang berlaku, mendukung pemberdayaan UMKM, meningkatkan perlindungan konsumen, serta mengawasi perkembangan teknologi yang dinamis khususnya pada bidang bisnis. Permendag No. 31 Tahun 2023 tidak melarang media sosial untuk memfasilitasi transaksi dan pembayaran seperti yang dilakukan oleh platform *e-commerce*, tetapi lebih berfokus pada penataan regulasi antara *e-commerce* dan *social commerce*. Hal ini bertujuan untuk memastikan adanya klarifikasi peran dan tujuan masing-masing platform, serta melindungi pelaku usaha dalam negeri.¹²

Social commerce telah menjadi wadah yang sangat populer untuk aktivitas perdagangan di kalangan masyarakat Indonesia. Dengan pengertian tersebut, jelas bahwa *social commerce* merupakan gabungan antara *e-commerce*, media sosial, dan isyarat jaringan sosial. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh popularitas media sosial seperti Facebook *Store*, Instagram *Shopping*, dan TikTok *Shop* di Indonesia. Keberadaan platform-platform ini memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan jejaring sosial sebagai saluran penjualan produk dan jasa. Kelebihan *social commerce* termasuk kemudahan berinteraksi dengan pelanggan, memanfaatkan fitur-fitur seperti iklan berbayar, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen melalui komunikasi langsung. Selain itu, adanya testimoni atau ulasan dari pengguna lain juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, menciptakan efek jaringan yang kuat dalam lingkungan media sosial. Dengan demikian, masyarakat Indonesia telah merespons positif terhadap *social commerce* sebagai cara yang praktis dan efisien untuk berbelanja, menjual, dan berinteraksi dalam konteks perdagangan secara online. Trend ini mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengadopsi teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Pemerintah Indonesia telah menanggapi fenomena ini dengan mengeluarkan peraturan khusus, yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi ini mencabut peraturan sebelumnya, yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020. Dalam Permendag No. 31 Tahun 2023, terdapat definisi yang diperkenalkan mengenai *social commerce*. Pasal 1 angka 17 dari peraturan tersebut mengartikan *social commerce* sebagai penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan pedagang (*merchant*) untuk

¹² Doddy Setiawan et al., “Journal of Open Innovation : Technology , Market , and Complexity E-Commerce and Micro and Small Industries Performance : The Role of Firm Size as a Moderator,” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 9 no. 3 (2023): 100142, <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100142>.

memasang penawaran barang dan/atau jasa. Hal ini menandakan adanya upaya pemerintah untuk mengatur dan mengawasi aktivitas *social commerce*, memberikan kerangka kerja yang jelas, dan melibatkan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik.

Kerjasama antara Kementerian Perdagangan dan tim siber yang melibatkan berbagai kementerian atau lembaga terkait langkah penting untuk memastikan penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik berjalan bersinergi dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Keterlibatan berbagai kementerian/lembaga mencerminkan pentingnya kerjasama lintas sektor untuk mengawasi dan mengatur berbagai aspek perdagangan elektronik.

Apabila penyelenggara perdagangan lewat sistem elektronik kategori *marketplace* maupun *social commerce* tidak mematuhi aturan, maka tiga peringatan tertulis akan diberikan dalam periode 14 hari kalender dimulai dari tanggal surat peringatan sebelumnya dikeluarkan. Peringatan tertulis seperti ini diharapkan dapat memberikan peluang kepada penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik untuk menyadari, serta memperbaiki kesalahan pelanggaran yang mereka lakukan.

Sanksi administratif berupa pemblokiran sementara layanan perdagangan melalui sistem elektronik adalah tindakan dapat diambil instansi terkait yang berwenang jika pelaku penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik tidak mematuhi tanggung jawab mereka dalam jangka waktu yang ditentukan. Tindakan ini bertujuan untuk menekan pelanggaran aturan dan memastikan bahwa pelaku perdagangan melalui sistem elektronik mematuhi regulasi yang berlaku¹³. Pemblokiran ini merupakan tindakan serius yang berdampak pada operasi bisnis penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik. Ini dapat mempengaruhi akses pelanggan, keuangan, dan reputasi bisnis tersebut. Oleh karena itu, biasanya tindakan ini diambil sebagai langkah terakhir setelah adanya peringatan tertulis yang telah diberikan kepada pelaku perdagangan melalui sistem elektronik.

Sanksi administratif seperti ini seharusnya dimuat dengan cermat dalam regulasi yang berlaku dan dijalankan dengan keadilan. Kemudian juga harus memperhitungkan aspek-aspek seperti tingkat pelanggaran, potensi dampaknya terhadap konsumen, dan upaya yang telah dilakukan oleh penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik untuk memperbaiki situasi. Dampak langsung dari ketentuan ini adalah penutupan TikTok *Shop* pada tanggal 4 Oktober 2023. TikTok *Shop* diduga melakukan praktik monopoli pasar yang merugikan pedagang offline. Situasi ini muncul karena produk yang dijual oleh pedagang di TikTok *Shop* memiliki harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan produk yang dijual oleh pedagang offline. Harga jual yang rendah ini dapat diatribusikan kepada beberapa faktor. Salah satunya adalah keikutsertaan sejumlah produsen dalam kegiatan perdagangan melalui platform online. Keberadaan banyak produsen ini membuat

¹³ Fengyi Deng YajunXia Jiang Lin, "Influence Mechanism of Consumers' Characteristics on Impulsive Purchase in E-Commerce Livestream Marketing," *Computers in Human Behavior* 148 no. 11 (2023): 107894, <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107894>.

para pelaku usaha lokal, yang sebagian besar berperan sebagai *reseller*, sulit untuk bersaing dalam hal harga dengan perusahaan produsen. Selain itu, penyedia platform *social commerce* juga sering kali melakukan promosi dengan memberikan diskon, yang mengakibatkan penurunan drastis dalam harga jual barang.

Dengan aktivitas produsen dan promosi dari penyedia *social commerce*, persaingan di pasar menjadi lebih intensif dan harga menjadi lebih kompetitif. Meskipun harga yang rendah dapat menjadi daya tarik bagi konsumen, hal ini juga dapat menciptakan tantangan bagi pelaku usaha lokal yang mungkin mengalami kesulitan dalam menjaga profitabilitas mereka atau bersaing secara efektif dengan harga yang ditawarkan oleh produsen atau promosi dari penyedia platform. Meskipun penutupan TikTok *Shop* memberikan keuntungan bagi pedagang offline, tetapi dampaknya juga merugikan berbagai pihak, terutama para penjual di TikTok *Shop* yang harus menghadapi kehilangan sumber penghasilan mereka.

Penting untuk diingat bahwa tindakan pemblokiran sementara ini biasanya bertujuan untuk memaksa pelaku perdagangan melalui sistem elektronik untuk mematuhi aturan, bukan untuk menghancurkan bisnis mereka. Setelah mematuhi kewajiban yang diberikan, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik biasanya dapat mengajukan permohonan untuk mengakhiri pemblokiran dan melanjutkan layanan mereka.

Guna memberikan pemahaman kepada para pelaku usaha *online* Kementerian Perdagangan mengadakan sosialisasi mengenai Permendag No. 31 Tahun 2023 menghadirkan perwakilan dari operator toko *online*, termasuk diantaranya TikTok, Shopee, Tokopedia, dan para anggota *Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA)*. Selain itu yang tak kalah penting, kementerian perdagangan menegaskan media sosial yang juga berfungsi sebagai platform *e-commerce* resmi dilarang. Sebagai contoh, larangan ini mencakup situasi di mana aplikasi seperti TikTok menyediakan fitur TikTok *Shop* yang digunakan untuk aktivitas jual beli.¹⁴

Pembinaan pelaku usaha, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah adalah langkah penting guna mendukung pengembangan ekonomi lokal serta meningkatkan daya saing produk dalam negeri. Upaya tersebut mencakup sejumlah aktivitas yaitu sebagai berikut.¹⁵

- a) Peningkatan Daya Saing Produk: melalui pelatihan dan pembinaan, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dapat memajukan kualitas produk serta layanan mereka. Ini dapat membantu produk dalam negeri bersaing lebih baik di pasar lokal maupun global.
- b) Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah: dengan memberikan pelatihan serta dukungan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah pemerintah

¹⁴ Saarah Hendricks dan Samwel Dick Mwapwele, "A Systematic Literature Review on the Factors Influencing E-Commerce Adoption in Developing Countries," *Data and Information Management* 13 no. 7 (2023): 100045, <https://doi.org/10.1016/j.dim.2023.100045>.

¹⁵ Jing Feng Yang Tiantian Yang Tang, "Perceived Uncertainty and Switching Intention on E-Commerce Platforms: The Moderating Role of Usage Habit," *Electronic Commerce Research and Applications* 61 no. 9-10 (2023): 101302, <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101302>.

dapat membantu mereka untuk tumbuh dan berkembang, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan kontribusi mereka terhadap ekonomi.

- c) Promosi dan Pemasaran: dengan mengadakan *event offline* dan *online* serta promosi dapat membantu pelaku usaha memasarkan produk dan layanan mereka kepada audiens yang lebih luas. Ini membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan.
- d) Sinergi dengan Pihak Terkait: kolaborasi dengan pihak terkait, seperti asosiasi industri, lembaga pelatihan, dan perusahaan swasta, dapat memperkuat upaya pembinaan pelaku usaha. Sinergi ini dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan bisnis.
- e) Peningkatan Keterampilan: pelatihan membantu pelaku usaha mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola bisnis mereka dengan lebih baik. Ini termasuk manajemen keuangan, pemasaran, dan teknik produksi.

Dengan menyediakan sumber daya dan pelatihan yang tepat, pemerintah dapat membantu mengurangi hambatan bagi pengembangan bisnis, meningkatkan kapabilitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah guna memajukan perkembangan ekonomi yang berkelanjutan.

3.2 Dampak Adanya Permendag Nomor 31 Tahun 2023

Kebijakan terbaru atas Permendag No. 31 Tahun 2023 merupakan penyempurnaan dari Permendag No. 50 Tahun 2020. Terdapat enam esensi utama dalam Permendag No. 31 Tahun 2023 yaitu:¹⁶

Tabel 1 Daftar Esensi utama dalam Permendag No. 31 Tahun 2023

No	Esensi	Keterangan
1.	Penafsiran model usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik	Seperti contohnya Loka Pasar (<i>Marketplace</i>) dan <i>Social-Commerce</i> , guna menyederhanakan upaya teknis pengawasan serta pembinaan.
2.	Finalisasi standar tarif minimal	Minimal sejumlah USD 100 per satuan unit atas Barang jadi dari luar negeri yang langsung diedarkan oleh para <i>merchant</i> ke Indonesia lewat instrumen <i>e-commerce</i> antar negara.
3.	Penyediaan <i>Positive List</i>	Daftar barang asal luar negeri yang diperbolehkan <i>Cross-Border</i> “langsung” masuk ke Indonesia melalui platform <i>e-commerce</i> .

¹⁶ Arief Rahman Hakim, “Larang Tik Tok Shop Cs Jualan, Ini 6 Poin Penting Permendag 31 Tahun 2023,” Liputan6, Diakses 6 Oktober 2023, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5409125/larang-tiktok-shop-cs-jualan-ini-6-poin-penting-permenda-g-31-tahun-2023?page=4>.

4.	Spesifikasi finalisasi	Untuk Pedagang Luar Negeri pada <i>Marketplace</i> Dalam Negeri yaitu distribusi validitas legalitas usaha dari negara asal, terpenuhinya standar (SNI wajib) dan halal, pencantuman label berbahasa Indonesia pada produk asal luar negeri, dan asal pengiriman barang.
5.	Penghentian <i>Marketplace</i> dan <i>Social Commerce</i>	Diberhentikan untuk mengedarkan barang sebagai produsen
6.	Penghentian privatisasi data oleh PPMSE dan Afiliasi	Kewajiban tersebut dilakukan oleh PPMSE guna menjamin tidak terjadi kesewenangan privatisasi data aplikatif untuk dimanfaatkan oleh PPMSE atau perusahaan afiliasinya.

Sumber : Penulis

Kegiatan transaksi secara umum diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang tersebut memiliki kebijakan turunan untuk proaktif terhadap usaha bisnis berbasis online secara masif, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui sistem Elektronik.¹⁷

Aktivitas elektrifikasi transaksi dalam PP Perdagangan mengamanatkan jika semua pihak harus mengedepankan prinsip itikad baik, kehati-hatian, keterbukaan atau transparan, kepercayaan, akuntabilitas, kesederajatan, serta indikator sehat dan adil. Sistem elektrifikasi transaksi dalam praktiknya memudahkan para pihak untuk bertukar kepentingan, namun tidak menutup kemungkinan jika kemudahan akses tersebut membuka peluang terjadinya tindak pidana seperti penipuan. Kewajiban untuk mengedarkan data identitas secara rigid sebagaimana dalam PP PMSE ditujukan untuk meminimalisir atau mendegradasi penipuan yang dilakukan oleh pembeli maupun pihak pelaku usaha. Dalam hal ini, pelaku usaha dapat mengidentifikasi kealpaan pihak konsumen jika dapat membuktikan melalui riwayat transaksi, sebagaimana diatur dengan Pasal 28 PP PMSE. Bukti dari riwayat transaksi PMSE (Pasal 28 ayat (2) PP PMSE) merupakan instrumen bukti yang absah.

Pembeli produk pada dasarnya dapat mensiasati dengan itikad buruk bilamana memanfaatkan identitas sebagai pemesan palsu melalui fitur payment COD, sehingga merugikan penjual. Atas dasar tindakan demikian, Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8

¹⁷ Anggita Anggriana, "Analisis Aturan Kegiatan Perdagangan E-Commerce Dalam Perlindungan Terhadap Konsumen (Studi Pada Aplikasi Shopee Online)," *Tanjungpura Law Journal* 7 no. 2 (2023): 168, <https://doi.org/10.26418/tlj.v7i2.62256>.

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) kemudian mengamankan jika penjual memiliki hak untuk memperoleh payung hukum akibat dari perbuatan konsumen yang tidak memiliki niat baik dalam menjalankan transaksi. Secara konkret, itikad tidak baik juga tidak relevan dengan prinsip elektrifikasi elektronik sebagaimana dimuat dalam PP PMSE.¹⁸

Korelasinya antara keamanan sistem elektronik *social commerce* TikTok Shop, Pasal 24 ayat (1) PP PMSE mengharuskan pemilik (pihak TikTok) sistem perdagangan elektronik guna memelihara jaringan elektronik secara baik, aman, andal, serta responsibilitas dengan mengikuti ketentuan yang ditetapkan di Indonesia yaitu Permendag No. 50 Tahun 2020.¹⁹

Keberlakuan regulasi dalam realisasi sistem usaha secara elektrifikasi memiliki keterbatasan untuk melindungi pelaku usaha itu sendiri. Hal tersebut dapat dijumpai pada ketentuan PP PMSE, UUPK, dan UU ITE serta dalam Permendag No. 50 Tahun 2020 masih terbatas pada pembebanan keharusan penyelenggara untuk menyerahkan identitas penanda secara rigid guna mencegah indikasi penipuan oleh pihak konsumen maupun penjual. Secara eksplisit UUPK mengamankan hak bagi pelaku usaha guna memperoleh payung hukum dari perbuatan itikad buruk atas konsumen.

Supaya penjual dapat meminimalisir resiko dari beberapa wujud kenakalan dalam kegiatan *sosial* dalam mekanisme perdagangan, bisa menuangkan tindakannya berdasarkan prinsip perdagangan, diantaranya prinsip:

1. Itikad baik, pihak konsumen ataupun *seller* harus mempunyai itikad baik, apabila terbukti bertentangan berpotensi berakibat batalnya perjanjian;
2. Kehati-hatian, pihak pertama dan kedua baik pelaku usaha, konsumen atau subjek lainnya harus memaklumi keseluruhan detail informasi elektrifikasi objek serta kumulasi syarat dan keadaan dari transaksi usaha menggunakan sistem elektronik dengan bijak, termasuk saat melaksanakan tahapan *know your customer* sederhana;
3. Transparansi, pihak bersangkutan harus menginformasikan detail dan sesuai atas objek transaksi usaha melalui sistem elektronik;
4. Keterpercayaan, yang mana pelaku usaha harus membuka citra diri melalui *trust* sistem elektronik secara handal dan aman untuk mengaktivasi alur transaksi usaha yang berkelanjutan;
5. Akuntabilitas, yakni para pihak terkait harus melaksanakan kegiatan usaha secara akuntabel dan tertib terhadap ketentuan konstitusi dan etika yang diberlakukan;

¹⁸ Nalurita, Wening, Nynda Fatmawati Octarina, dan Abdul Talib Bon, “Legality of Electronic Business Actor Registration Regulations (E-Commerce),” *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* 4 no. 11 (2019): 698–705, [https://www.bing.com/search?pglt=169&q=Legality+of+Electronic+Business+Actor+Registration+Regulations+\(ECommerce\)&cvid=0367738bf76845c5b7c57c1e9ceb042e&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIHCAEQ6wcYQNIBBzY3M2owajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=ASTS#](https://www.bing.com/search?pglt=169&q=Legality+of+Electronic+Business+Actor+Registration+Regulations+(ECommerce)&cvid=0367738bf76845c5b7c57c1e9ceb042e&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIHCAEQ6wcYQNIBBzY3M2owajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=ASTS#).

¹⁹ Widadatul Ulya, “Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Dalam Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia” *Jurnal Hukum Dan Dinamika Masyarakat* 20 no. 2 (2022): 2003–5, <https://doi.org/10.56444/hdm.v20i2.3552>.

6. Keseimbangan, yakni TikTok *Shop* selaku pelaksana, baik *seller* dan konsumen harus memastikan jika hubungan hukum yang diperbuat dilandasi oleh *symbiosis mutualism*; dan
7. Adil dan sehat, memuat pemahaman untuk menyetarakan peluang dan eksistensi dalam aktivitas usaha antar *seller* dapat merealisasikan iklim usaha secara masif dan kondusif untuk memastikan adanya jaminan dan peluang berusaha yang berimbang.

Kebaruan hukum pemberlakuan Permendag No. 31 Tahun 2023 merupakan dinamika perubahan atau pembaharuan terhadap Permendag Nomor 50 Tahun 2020, dimana Permendag tersebut sudah dicabut dengan ketentuan hukum baru yang dianggap sesuai dengan kemajuan teknologi. Tujuan dari diberlakukannya peraturan tersebut adalah untuk menciptakan sistem perdagangan secara elektronik yang adil selaras dengan peningkatan teknologi yang signifikan dan dinamis.

4. Penutup

Hukum sebagai alat pengendali sosial dapat hadir dengan bentuk hirarki hukum. Hirarki ini terdapat peraturan menteri yang banyak digunakan salah satunya yang terbaru adalah Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peninjauan yuridis dilakukan bertujuan untuk memastikan apakah peraturan tersebut sudah sesuai untuk memenuhi hajat orang banyak dan melahirkan kemaslahatan masyarakat.

Dalam pembuatannya, peraturan menteri perdagangan tersebut memiliki beberapa tujuan yang sangat penting diantaranya yaitu menciptakan ekosistem *e-commerce* yang adil, sehat, dan bermanfaat, mendukung pemberdayaan UMKM, meningkatkan perlindungan konsumen, serta mengawasi perkembangan teknologi yang dinamis khususnya pada bidang bisnis. Kebaruan hukum pemberlakuan Permendag No. 31 Tahun 2023 merupakan dinamika perubahan atau pembaharuan terhadap Permendag Nomor 50 Tahun 2020, dimana Permendag tersebut sudah dicabut dengan ketentuan hukum baru yang dianggap sesuai dengan kemajuan teknologi. Tujuan dari diberlakukannya peraturan tersebut adalah untuk menciptakan sistem perdagangan secara elektronik yang adil selaras dengan peningkatan teknologi yang signifikan dan dinamis. Peraturan ini dinilai dapat mengembalikan kestabilan ekonomi di Indonesia sehingga pengelolaan barang masuk dari luar negeri dapat terkendali dan 6 esensi utama dalam peraturan menteri perdagangan ini dapat berdampak besar terhadap ekonomi Indonesia. Namun, dalam penerapannya perlu dampingan dari pemerintah yang berwenang agar masyarakat dapat beradaptasi lebih cepat sehingga tidak mengganggu kestabilan ekonomi dalam waktu yang lama.

Peraturan ditujukan untuk masyarakat banyak serta swasta oleh karena itu perlu adanya sosialisasi dan pengertian serta urgensi dari adanya peraturan tersebut. Dengan keberhasilan penerapan ini perlu adanya peraturan di atas peraturan menteri untuk menjaga konsistensi suatu konstitusi. Masyarakat UMKM juga sudah saatnya beranjak

ke media elektronik, dengan cepat beradaptasi akan memudahkan dalam upaya kesejahteraan.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Anggriana, Anggita. “Analisis Aturan Kegiatan Perdagangan E-Commerce Dalam Perlindungan Terhadap Konsumen (Studi Pada Aplikasi Shopee Online).” *Tanjungpura Law Journal* 7 no. 2 (2023): 168. <https://doi.org/10.26418/tlj.v7i2.62256>.
- Batoebara, Maria Ulfa. “Aplikasi Tik-Tok Seru-Seruan Atau Kebodohan.” *Network Media* 3 no. 2 (2020): 59–65. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.849>.
- Hendricks, Saarah, dan Samwel Dick Mwapwele. “A Systematic Literature Review on the Factors Influencing E-Commerce Adoption in Developing Countries.” *Data and Information Management* 13 no. 7 (2023): 100045. <https://doi.org/10.1016/j.dim.2023.100045>.
- Lin, Fengyi Deng YajunXia Jiang. “Influence Mechanism of Consumers’ Characteristics on Impulsive Purchase in E-Commerce Livestream Marketing.” *Computers in Human Behavior* 148 no. 11 (2023): 107894. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107894>.
- Mufidah, Rifa dan Alfi Mufidah. “Aplikasi Tik-Tok Dan Instagram Sebagai Salah Satu Alternatif Dalam Media Pembelajaran IPA.” *Proceeding of Integrative Science Education Seminar* 1 no. 1 (2021): 60–69.
- Prasetyo Sulistyanto, Haerani Husainy, dan Budimah. “Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Makanan Impor.” *Jurnal Kolaboratif Sains* 6 no. 2 (2023): 140–46. <https://doi.org/10.56338/jks.v6i2.3301>.
- R, Briyantama Kusuma Nugraha, M. Audatan Octarizal, dan Oase Sye Kosase. “Mobilitas, Kemanfaatan Dan Penerapan: Realitas Konseptual Pada Visa Digital Nomad Di Indonesia.” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23 no. 2 (2023): 1505. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3119>.
- Setiawan, Doddy, Desi Adhariani, Iman Harymawan, dan Mulyo Widodo. “Journal of Open Innovation : Technology , Market , and Complexity E-Commerce and Micro and Small Industries Performance: The Role of Firm Size as a Moderator.” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 9 no. 3 (2023): 100142. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100142>.
- Tang, Jing Feng Yang Tiantian Yang. “Perceived Uncertainty and Switching Intention on E-Commerce Platforms: The Moderating Role of Usage Habit.” *Electronic Commerce Research and Applications* 61 no. 9-10 (2023): 101302. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101302>.

Ulya, Widadatul, "Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Dalam Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia" *Jurnal Hukum Dan Dinamika Masyarakat* 20 no. 2 (2022): 2003–5, <https://doi.org/10.56444/hdm.v20i2.3552>

Wening, Nalurita, Nynda Fatmawati Octarina, dan Abdul Talib Bon, "Legality of Electronic Business Actor Registration Regulations (E-Commerce)," *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* 4 no. 11 (2019): 698–705, [https://www.bing.com/search?pglt=169&q=Legality+of+Electronic+Business+Actor+Registration+Regulations+\(ECommerce\)&cvid=0367738bf76845c5b7c57c1e9ceb042e&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIHCAEQ6wcYQNIBBzY3M2owajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=ASTS#](https://www.bing.com/search?pglt=169&q=Legality+of+Electronic+Business+Actor+Registration+Regulations+(ECommerce)&cvid=0367738bf76845c5b7c57c1e9ceb042e&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIHCAEQ6wcYQNIBBzY3M2owajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=ASTS#)

Artikel Internet

Hakim, Arief Rahman. "Larang Tik Tok Shop Cs Jualan, Ini 6 Poin Penting Permendag 31 Tahun 2023." *Liputan6*. Diakses 6 Oktober 2023. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5409125/larang-tiktok-shop-cs-jualan-ini-6-poin-penting-permendag-31-tahun-2023?page=4>.

Skripsi

Abyan, Muhammad Naufal. "Analisis Hukum Islam Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 Terhadap Jual Beli Thrifting (Studi Pada Jual Beli Baju Bekas di Purwokerto)." *UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri*. Purwokerto. 2023.

https://repository.uinsaizu.ac.id/19796/1/MUHAMMAD%20NAUFAL%20ABYAN_ANALISIS%20HUKUM%20ISLAM%20TERHADAP%20PERATURAN%20MENTERI%20PERDAGANGAN%20NOMOR%2040%20TAHUN%202022%20TERHADAP%20JUAL%20BELI%20THRIFTING%20%28Studi%20Pada%20Jual%20Beli%20Baju%20Bekas%20Di%20Purwokerto%29.pdf.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.