



## E-commerce industry competition in the settlement of digital business law in the metaverse era

### Pesaingan Industri E-commerce Dalam menaati Hukum Bisnis Digital di Era Metaverse

Meci Nilam Sari

Administrasi Bisnis STIA ADABIAH Padang

Email: [Mecinilam1502@gmail.com](mailto:Mecinilam1502@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [14 July 2023]

Revised [31 August 2023]

Accepted [13 September 2023]

#### KEYWORDS

digital business law, E-commerce, Metaverse

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan Industri E-commerce pada era metaverse, serta bagaimana penjual dan konsumen dapat menaati hukum bisnis yang berlaku tanpa harus melanggar dan membuat perekonomian menjadi kacau pada era digital sekarang ini. Dalam penelitian ini digunakan metode studi literatur serta temuan yang peneliti lihat dari beberapa kasus yang ada baik dalam media sosial ataupun dalam kehidupan berbisnis di dalam lingkungan bisnis yang ada. Bahwa kita mengetahui semakin canggihnya suatu zaman maka akan membuat semakin besar juga peluang bisnis untuk maju kedepannya sehingga konsumen dan penjual harus perlu hati-hati dalam melakukan transaksi, atau memperoleh data yang pasti didalam berbisnis agar hukum bisnis yang ada mampu untuk ditaati.

#### ABSTRACT

*This study aims to determine the development of the E-commerce Industry in the metaverse era, as well as how sellers and consumers can overcome applicable business laws without having to fight and bankrupt the economy in today's digital era. In this study, the literature study method was used as well as the findings that the researchers saw from several existing cases both in social media and in business life in the existing business environment. That we know that the more sophisticated an era is, the greater the business opportunity will be to move forward in the future so that consumers and sellers must be careful in making transactions, or obtaining certain data in doing business so that existing business laws are able to be obeyed.*

## PENDAHULUAN

Sektor UMKM adalah pendorong utama economic growth dinegara Indonesia. Hal tersebut dikarenakan keber adaan UMKM telah banyak menyediakan entrepreneurial resources dan employment opportunities bagi masyarakat. Oleh karena itu pelaku bisnis UMKM Indonesia harus terus memperbaiki diri dengan menciptakan daya saing yang global maupun international agar tetap mempertahankan eksistensinya didunia bisnis menurut pendapat (Maulina, Sari 2017). Salah satu upaya dari pemerintah untuk membangun perekonomian adalah dari sektor UMKM yang di kembangkan mulai dari kota hingga ke daerah-daerah dengan pemanfaatan digital marketing atau E-commerce (Menurut, Sari 2021). Sebelum adanya teknologi internet, pelaku usaha menggunakan pola konvensional dalam melakukan dan mendukung kegiatan usahanya. Seiring perkembangan jaman, manusia menuntut kepraktisan dalam melakukan aktivitasnya. Hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk melakukan perdagangan secara elektronik atau e-commerce. Saat ini, pelaku usaha lebih memilih media internet sebagai sarana untuk mendukung kegiatan usahanya. Pola pelaku usaha ini dikenal dengan istilah e-commerce.

Perkembangan manusia di dunia juga didampingi dengan perkembangan teknologi, salah satunya adalah teknologi metaverse. Secara Etimologi metaverse berasal dari kata meta dan verse, meta berarti sebagai suatu yang melampaui sedangkan verse merupakan alam semesta. Sehingga metaverse diartikan sebagai suatu yang melampaui alam semesta. Metaverse mampu untuk mereplikasi meniru dunia nyata dengan teknologi seperti augmented reality dan virtual reality. Digadang-gadang menjadi masa depan dari internet dan media sosial, metaverse menawarkan berbagai peluang bisnis untuk perusahaan di seluruh dunia. Metaverse menguntungkan bisnis dan penggunanya dengan berbagai cara. Setiap bisnis akan memanfaatkan dunia metaverse sesuai dengan model bisnis dan kebutuhan khusus pelanggan mereka.

Bagi sektor bisnis, metaverse bisa menjadi wadah untuk memasarkan produknya dan menjangkau lebih banyak lagi konsumen. Metaverse juga menawarkan konsumen untuk berinteraksi dengan berbagai brand secara virtual. Namun, peluang metaverse dengan potensi terbesar bagi pengusaha dan investor tidak serta merta menambahkan saluran penjualan untuk barang fisik, namun justru harus berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur digital yang relatif besar nilainya. Dalam kenyataannya keadaan industri e-commerce pada pelaku usaha digital metaverse dimana banyaknya persaingan yang tidak sehat, sehingga selalu melanggar aturan atau pelanggaran dalam bermain di dunia maya. di era metaverse hukum bisnis merujuk pada peraturan dan regulasi yang berkaitan dengan transaksi bisnis yang dilakukan melalui media sosial digital, Seiring dengan perkembangan teknologi dan internet, banyak bisnis yang beroperasi secara online dan melakukan transaksi secara elektronik. Oleh karena itu, hukum bisnis di era digital menjadi semakin penting untuk memastikan transaksi bisnis dilakukan secara legal dan aman

Meski penyelenggaraan teknis e-commerce tidak mengalami kendala, masih perlu diperhatikan apakah sistem hukum Indonesia dapat mengatasi permasalahan yang timbul di dalam masyarakat. Di negara - negara maju (developed country), masalah e-commerce sudah sangat lazim dan sudah ada perangkat pengaturan hukum yang jelas. Adapun di Indonesia, e-commerce masih relatif baru dan belum ada perangkat hukum khusus yang mengaturnya khususnya berkaitan dengan hukum persaingan usaha. Pemerintah belum memberikan pengaturan yang jelas dalam mendukung perkembangan dari e-commerce. Untuk terciptanya persaingan usaha yang sehat, perlu adanya campur tangan pemerintah dengan bersumber pada ketentuan peraturan perundang-undangan. Keikutsertaan negara adalah sebagai pihak regulator yang menerbitkan perundang-undangan untuk mengatur persaingan dan memberi sanksi administratif maupun sanksi pidana terhadap pelaku usaha yang melakukan persaingan tidak sehat didalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun Undang-Undang tersebut tidak mengatur mengenai persaingan usaha. Sedangkan dalam Undang-undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, belum terdapat pengaturan mengenai e-commerce. Oleh karena itu, e-commerce sebagai media pelaku usaha untuk melakukan penjualan barang dan jasa perlu diatur lebih lanjut dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Seiring semakin meningkatnya penjualan yang terjadi melalui industri e-commerce, maka perlu dilakukan adanya pengawasan lebih lanjut yang dilakukan oleh KPPU (Komisi Pengawas Pesaingan Usaha). Dalam Pasal 1 angka 18 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 pengertian KPPU adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat

## **METODE PENELITIAN**

Metode pendekatan penelitian merupakan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan. Metode yang digunakan adalah peneliti melakukan penelitian ini dengan

Metode Pelaksanaan pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik seperti: Pertama, studi kepustakaan melalui bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan topik penelitian seperti studi literatur dengan berbagai sumber yang ada seperti buku, Google



Scholar, dan referensi lain yang dapat membantu peneliti dalam pengumpulan data dalam penelitian ini. Metode studi literature adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Maulina & Sari, 2017) Selanjutnya studi lapangan. Dalam studi lapangan ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut: Pertama, observasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang terjadi pada objek yang di teliti. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa dan objek kondisi atau suasana tertentu dan perasaan emosi seseorang (Sugiyanto, Rahajeng, Rachmat, & Hendarsyah, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pengertian Hukum Bisnis Digital

Hukum bisnis dapat dipahami sebagai hukum yang mengatur kegiatan ekonomi. Kegiatan tersebut berupa perdagangan, jasa, dan keuangan yang terus menerus dilakukan untuk mendapatkan keuntungan. Pada Prinsipnya hukum bisnis merupakan aturan tertulis Oleh pemerintah dimaksudkan untuk mengatur, mengawasi dan melindungi semua kegiatan usaha, termasuk kegiatan industri, perdagangan dan jasa, dan segala hal yang berkaitan dengan keuangan dan kegiatan usaha lainnya. Hukum Bisnis adalah peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur perdagangan dalam kegiatan ekonomi guna mewujudkan keamanan dan ketertiban perekonomian Indonesia. Pelanggaran aturan hukum di area bisnis ini dikenakan sanksi berat. Undang-undang bisnis memainkan peran penting dalam mengatur praktik bisnis di negara ini. Berikut adalah beberapa poin yang menunjukkan mengapa hukum perusahaan sangat penting. Hukum bisnis adalah dasar dari semua transaksi. Memulai bisnis melibatkan banyak proses hukum, sewa dan izin. Seorang pengacara hukum bisnis memiliki pengalaman dengan semua peraturan yang relevan dan dapat membantu bisnis membangun operasinya dengan sukses.

Munir Fuady menyatakan Hukum Bisnis merupakan suatu perangkat atau kaidah hukum termasuk upaya penegakannya yang mengatur mengenai tata cara pelaksanaan urusan atau aktivitas dagang, industri, atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para enterpeneur dalam risiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk Abdul R. Saliman dkk menyatakan Hukum Bisnis atau Business Law/Bestuur Rechts merupakan keseluruhan dari peraturan-peraturan hukum, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, yang mengatur hak dan kewajiban yang muncul dari perjanjian-perjanjian maupun suatu perikatan-perikatan yang terjadi dalam praktek bisnis. Johannes Ibrahim menyatakan hukum bisnis merupakan seperangkat kaidah hukum yang diadakan untuk mengatur serta menyelesaikan berbagai persoalan yang muncul dalam kegiatan antar manusia, khususnya dalam bidang perdagangan.

Hukum adalah keseluruhan norma, yang oleh penguasa negara atau penguasa masyarakat dinyatakan atau dianggap sebagai peraturan yang mengikat bagi sebagian atau seluruh anggota masyarakat, dengan tujuan untuk mengadakan suatu tata yang dikehendaki oleh penguasa tersebut. Sedangkan bisnis dapat diartikan sebagai semua aktivitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang lain yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, hal ini merupakan pendapat ahli hukum H.M.N. Purwosutjipto.

### B. Hal yang harus diperhatikan dalam hukum bisnis digital Era Metaverse

Perdagangan elektronik atau online (e-commerce) memiliki perbedaan dari sisi hukum perlindungan konsumen dibandingkan konvensional atau *offline*. Terdapat berbagai aspek hukum yang umumnya tidak terdapat pada perdagangan konvensional tapi dimiliki e-commerce. Misalnya, pengaturan mengenai perlindungan data pribadi hingga metode pembayaran secara elektronik. Hal ini tentunya tidak lepas dari karakter transaksi *e-commerce* yang dapat berlangsung tanpa tatap muka antara konsumen dan penjual. Atas kondisi tersebut, Partner dan Co-Head Antitrust & Competition AHP Law Firm, Farid Fauzi Nasution, menyampaikan penting bagi pelaku usaha dalam industri e-commerce memahami aspek-aspek hukum sehubungan perlindungan konsumen e-commerce. Perlindungan konsumen tersebut bukan hanya memenuhi hak-hak konsumen namun juga memberi kepercayaan masyarakat saat bertransaksi melalui e-commerce tersebut. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam hukum bisnis di era digital antara lain:

1. Keamanan dan privasi data: Bisnis harus memastikan bahwa data pelanggan yang diambil atau disimpan oleh bisnis dijaga keamanannya dan tidak disalahgunakan.
2. Perlindungan konsumen: Bisnis harus mematuhi peraturan dan regulasi terkait perlindungan konsumen, termasuk dalam hal pengembalian produk, hak konsumen untuk membatalkan pembelian, dan penggunaan data konsumen.
3. Perjanjian online: Bisnis harus memastikan bahwa perjanjian yang dibuat secara online sah dan mengikat.
4. Hak kekayaan intelektual: Bisnis harus memahami dan mematuhi hak cipta, paten, merek dagang, dan hak kekayaan intelektual lainnya yang terkait dengan produk dan layanan mereka.
5. Peraturan pajak: Bisnis harus mematuhi peraturan pajak dan perpajakan yang berlaku di negara atau wilayah tempat bisnis tersebut beroperasi atau melakukan transaksi.

Perlindungan Hukum Dalam Perjanjian untuk Hindari Penyalahgunaan Transaksi Online Meski dilakukan secara online melalui media Internet, kontrak online juga bisa menjadi dokumen elektronik yang dapat dijadikan alat bukti untuk menghindari adanya penyalahgunaan oleh orang yang tidak bertanggung jawab dan menimbulkan kerugian. Meskipun pada prakteknya tidak terdapat perjanjian jual beli yang ditandatangani oleh penjual dan pembeli, namun dengan adanya konfirmasi pembayaran yang dilakukan oleh pembeli dan adanya pemberitahuan dari penjual bahwa barang tersebut akan dikirim, maka hal tersebut sudah dapat dijadikan bukti adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Di bawah ini akan Libera jelaskan mengenai perlindungan hukum bagi penjual dan pembeli serta dokumen yang bisa menjadi alat bukti dalam transaksi jual beli online menurut libera, Blog.

### **1. Perlindungan hukum berdasarkan perjanjian**

Perlindungan hukum bagi penjual; dalam perjanjian, penjual berhak untuk memperoleh pembayaran dari pembeli atas produk yang dibeli oleh pembeli. Jika pembeli tidak melakukan pembayaran dalam waktu yang ditentukan, maka penjual dapat membatalkan pembelian barang tersebut dan menjualnya kepada calon pembeli lain. Dengan adanya aturan jelas mengenai jangka waktu pembayaran, maka akan memberikan perlindungan bagi penjual dimana penjual tidak dapat disalahkan jika penjual memberikan barang tersebut kepada calon pembeli lain dalam hal pembeli tidak melakukan pembayaran hingga batas waktu yang ditentukan.

Perlindungan hukum bagi pelanggan; sebagai pihak pembeli, maka pembeli berhak untuk memperoleh barang sesuai dengan jenis dan spesifikasi yang disepakati. Dalam perjanjian, dapat diatur mengenai hak pembeli untuk memperoleh ganti kerugian dari penjual jika barang yang dikirimkan tidak sesuai. Misalnya, pembeli dapat melakukan penukaran barang maupun ganti kerugian berupa uang dari penjual. Perlindungan data pribadi; di era industri 4.0 saat ini, data merupakan aset penting dan perolehannya pun semakin mudah. Saat pembeli membuat akun di suatu website penyelenggara e-commerce, maka pembeli akan diminta untuk memasukkan data pribadi dan data pribadi tersebut akan masuk ke dalam sistem yang dikelola oleh penyelenggara bisnis e-commerce atau penjual. Disinilah data pribadi harus dilindungi mulai dari perolehan, penggunaan, pengolahan, penyebaran, hingga pemusnahan data pribadi. Aturan-aturan tersebut dapat diakomodir dalam privacy policy atau kebijakan privasi. Ketika pembeli bertransaksi melalui website atau media elektronik yang dikelola penyelenggara e-commerce, maka pembeli telah mengikatkan diri dalam suatu perjanjian dengan penyelenggara e-commerce atau penjual dalam kebijakan privasi.

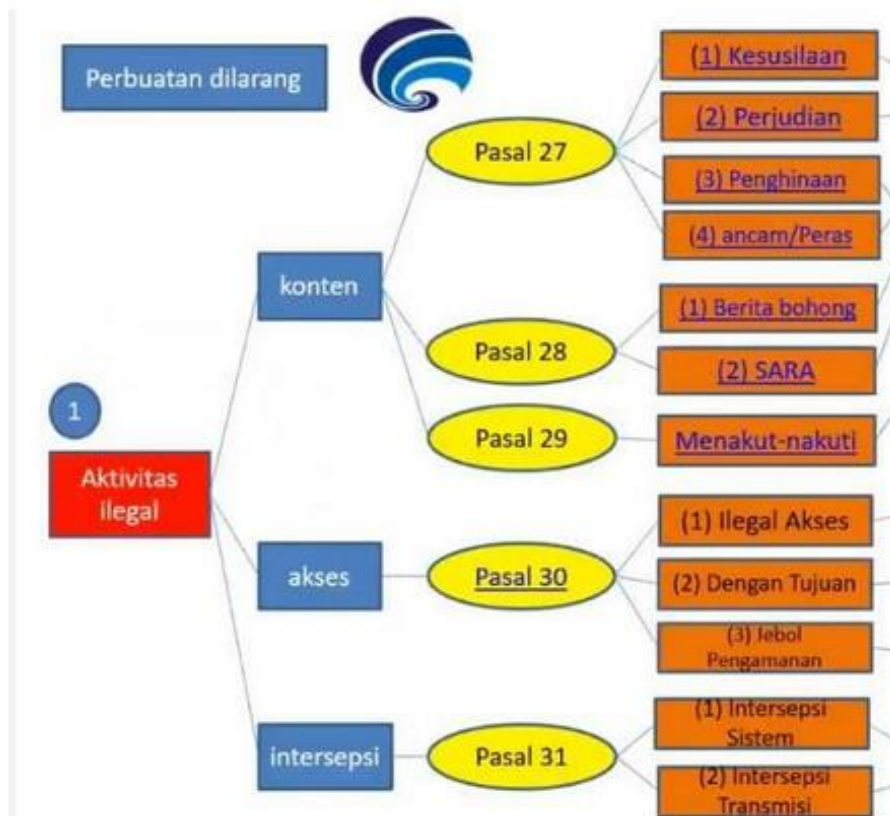
### **2. Perlindungan hukum berdasarkan UU Perlindungan Konsumen**

Selain perjanjian elektronik atas transaksi jual beli online, perlindungan terhadap pembeli sebenarnya telah diatur secara umum dalam UU Perlindungan Konsumen, di mana dalam UU tersebut telah mengatur hak dan kewajiban penjual dan pembeli, larangan bagi penjual, serta cara penyelesaian sengketa apabila terjadi sengketa antara penjual dan pembeli. Sebagai pemilik bisnis online, Anda perlu memperhatikan ketentuan yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen, antara lain hal-hal apa saja yang dilarang untuk dilakukan agar transaksi jual beli online Anda tetap aman dan tidak melanggar hukum.

### 3. Alat bukti elektronik

Seiring dengan perkembangan teknologi, alat bukti yang sebelumnya hanya terbatas pada dokumen fisik telah berkembang menjadi informasi elektronik dan dokumen elektronik. Hal ini secara tegas disebutkan pada Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No. 11/2008 sebagaimana diubah dengan Undang-Undang No. 19/2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang menyatakan bahwa informasi, dokumen elektronik, atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah dan merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia. Dengan adanya ketentuan mengenai hal ini, maka memberikan kepastian hukum atas penyelenggaraan transaksi elektronik di Indonesia.

E-commerce adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Dan tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang internet marketing tapi lebih dari itu. Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM yang bermain dalam media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya dengan menggunakan Aplikasi media sosial yang tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain menurut (Sari, MN, 2021). Berikut adalah salah satu contoh hal yang harus diperhatikan didalam melakukan transaksi online adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Perbuatan yang dilarang dalam Industri E-Commerce



Gambar 2 Pasal-pasal UU ITE yang sering digunakan menjerat seseorang atau lembaga

Oleh karena itu, dari penjelasan diatas kita bisa mengetahui bagaimana peranan pemerintah juga mendukung proses dari hukum bisnis untuk digital. Hal-hal apa saja yang dilarang oleh pemerintah bagi pelaku bisnis industri dan konsumen agar bisnis di indonesia tetap berjalan dengan baik.

### C. Pengaruh Dunia Metaverse terhadap pesaing Bisnis digital

Pada era modern Sekarang ini semua bisnis dituntut untuk selalu mengembangkan bisnisnya lebih maju lagi, mulai dari mencari ilmu tentang bagaimana mengembangkan bisnis offlinesampai dengan pengembangan bisnis menjadi online, dewasa ini bisnis yang selalu bergerak maju mengikuti perubahan zaman dari waktu ke waktu adalah bisnis yang akan mengoperasikan dirinya atau siap menjadikan bisnisnya untuk lebih maju lagi, oleh karena itu perlu adanya bekal ilmu bagi para pembisnis agar kegiatan bisnisnya terus bergerak maju melalui pemanfaatan onlineatau digital marketing, (MN sari, 2023). Oleh karena itu dengan adanya bisnis digital pada era metaverse maka Pemerintah dan lembaga lainnya juga terus memperbarui dan mengembangkan hukum bisnis di era digital untuk mengikuti perkembangan teknologi dan transaksi bisnis yang semakin kompleks. Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk memperhatikan dan mematuhi peraturan dan regulasi yang berkaitan dengan transaksi bisnis di era digital untuk menghindari masalah hukum dan membangun reputasi bisnis yang baik.

Hukum bisnis dibuat untuk mengatur dan melindungi bisnis dari berbagai risiko yang mungkin terjadi di kemudian hari. beberapa tujuan hukum bisnis yang perlu diketahui:

- Terjaminnya keamanan mekanisme
- pasar secara efisien dan lancar.
- Melindungi berbagai suatu jenis



- usaha, khususnya untuk jenis Usaha Kecil Menengah (UKM).
- Membantu memperbaiki sistem keuangan dan perbankan.
- Memberikan perlindungan terhadap suatu pelaku ekonomi atau pelaku bisnis.
- Mewujudkan bisnis yang aman dan adil untuk semua pelaku bisnis

Dapat dilihat secara mendalam bahwasannya *Metaverse* memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap masa depan ekonomi digital. Dikutip dari, *Metaverse* ini akan menerobos masuk ke semua lingkup ekonomi. Peluang ekonomi ini diperkirakan mencapai kurang lebih 1 triliun dolar Amerika Serikat (AS) per tahunnya. Tentu saja nilainya sangat besar, bahkan lebih dari pada itu diperkirakan pada tahun 2026 sekitar 25% dari masyarakat akan menghabiskan waktu per harinya di dunia *virtual* yakni *Metaverse*. Bahkan 30% organisasi di dunia diperkirakan akan memiliki produk serta layanan yang dapat diakses di *Metaverse* menurut (digitalbisa 2022). Dengan pesatnya perkembangannya di Indonesia menjadi peluang untuk menguasai pangsa pasar di Indonesia dan memanfaatkan digitalisasi untuk menyebarkan konten promosi yang menarik bagi konsumen menurut (maliha, dkk 2023).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok dikalangan mahasiswa menurut pandangan Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Kota Bengkulu yaitu TikTok sebagai sebuah aplikasi berbagi video dengan durasi yang pendek sangat memungkinkan untuk dibuat dalam waktu singkat dan segera dibagikan kepada sesama pengguna. TikTok di kalangan mahasiswa juga dipengaruhi sewaktu adanya Work from Home (WFH) pada masa-masa pandemi Covid-19, karena banyaknya aktivitas yang dilakukan dengan menggunakan smartphone. TikTok memiliki dampak positif itu juga diikuti dengan dampak negatif yang tentu akan dialami oleh mahasiswa yang terpaksa beradaptasi dengan pola kegiatan pembelajaran yang baru secara daring dari rumah. Bagi mahasiswa yang memang menyukai kegiatan-kegiatan pembelajaran dilakukan dari rumah, dan lebih suka melakukan segala sesuatu dari rumah tentu tidak akan mengalami persoalan yang signifikan. Tetapi, bagi mahasiswa yang suka aktivitas secara langsung, berkumpul dengan teman-teman kuliah, melakukan aktivitas-aktivitas di luar ruangan, tentu akan memberikan tekanan tersendiri bagi mereka. Pada akhirnya, sosial media dan kanal hiburan dalam bentuk audio video di internet menjadi tempat baru untuk menyegarkan suasana setelah disibukkan dengan aktivitas pembelajaran daring atau kegiatan menyelesaikan tugas yang diberikan dari kampus

## DAFTAR PUSTAKA

- Farlina, W., & Sari, M. N. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Profit Pengusaha Wanita di Kuranji Kota Padang. *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 1(1), 48–52.
- Fuady, Munir. *Konsep Hukum Perdata*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014
- Kahar, A., Septrizarty, R., Mulyadin, A., Sari, M. N., & Maliha, W. (2022). Meningkatkan Gairah Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Perantara Eksternal Dan Mengembangkan Potensi Internal. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4427–4434.
- Wise Maliha, D., Nilam Sari, M., Kahar, A., Septrizarty, R., & Asrihsyak, S. (2023). Kajian Literatur: Fenomena Viral Brand dan Dampak Pada Pembelian Mixue. *Journal on Education*, 6(1), 7334–7339. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3996>
- Maulina, E., & Sari, M. N. (2017). Policies and Business Strategies of Women Entrepreneurs: Study on Beauty Business Nadisse Salon. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(1).
- Rachmat, Z., Santoso, A., Sari, M. N., Nugraha, J. P., Waluyo, B. P., Wicaksono, T., ... Sarjana, S. (2023). *Administrasi Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.

- Sari, M. N. (2022). The application of digital marketing in the Covid-19 era in the Indonesian Muslim Entrepreneur Association (IPEMI PC Kuranji) Padang City. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 201–206.
- Sari, M. N. (2023). Analisis Strategi Marketing Pada Bisnis Rumah Sakit Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis Digital Dan Enterpreneur (BISENTER)*, 1(1), 17–23.
- Sari, M. N., Angraini, N., Kahar, A., Septrizarty, R., & Maliha, D. W. (2023a). Knowledge Transfer Industri Kreatif Kerajinan Tangan Dari Kantong Kresek Pada Komunitas Pengusaha Tangguh & Mandiri (KOSTARI). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka (JPMB)*, 1(3).
- Sari, M. N., Angraini, N., Kahar, A., Septrizarty, R., & Maliha, D. W. (2023b). Online Shop Trends For Women Entrepreneurs In Improving The Family Economy. *Journal on Education*, 5(3), 6829–6836.
- Sari, M. N., Rizal, M., & Purnomo, M. (2017). Business performance of women entrepreneurs in Iwapi city Bandung. *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*, 4(11), 20–25.
- Sari, M. N., Septrizarty, R., Farlina, W., Kahar, A., & Nurofik, A. (2022). Analisis Strategi Bisnis Umkm Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop. *Journal of Economics and Management Scienties*, 5(1), 1–9.
- Sari, M. N. (2023). Utilization Digital Marketing With Google Gapura Digital Padang. *Jurnal Bisnis Digital dan Enterpreneur (BISENTER)*, 1(1), 50-55
- Taiminen, H. M., & Karjaluto, H. (2015). The usage of digital