



**ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM
TERHADAP KONSUMEN TIKTOK SHOP DI INDONESIA**

Skripsi



Oleh:

Jundata Mela Aufani

22001021154

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS HUKUM
MALANG
2024**



**ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM
TERHADAP KONSUMEN TIKTOK SHOP DI INDONESIA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Pada
Fakultas Hukum Universitas Islam Malang



Oleh:

Jundata Mela Aufani

22001021154

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS HUKUM

MALANG

2024

SUMMARY

ANALYSIS OF LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS OF TIKTOK SHOP IN INDONESIA

Jundata Mela Aufani

Faculty of Law, Islamic University of Malang

In this thesis, the author raises the title Analysis of Legal Protection for Tiktok Shop Consumers in Indonesia. TikTok Shop is a new feature introduced by the TikTok social media platform. The strategic collaboration between TikTok Shop and Tokopedia has consequences. With this collaboration, products sold by TikTok Shop will be accessible to millions of TikTok users in Indonesia. With this partnership, products sold by TikTok Shop will be accessible to millions of TikTok users in Indonesia. This will increase brand exposure and product sales on the platform. This partnership could change the dynamics of the e-commerce market in Indonesia. There are several reasons why more consumers are using TikTok Shop to shop, including ease of use, engaging content, personalized recommendations, and business opportunities. With the combination of the above factors, TikTok Shop is gaining popularity as an attractive shopping platform for consumers. Regulatory analysis and profiling of policies that serve as the legal basis for e-commerce business processes is very important for all circles due to the rapid growth of the digital economy. Consumer protection must be considered continuously because the rapid growth of digital technology has an impact on the development of e-commerce platforms in Indonesia.

This research uses normative juridical research methods and uses the type of legislative approach, the legal materials used include primary and secondary legal materials which are then analyzed using descriptive analysis methods.

The results obtained show that the Consumer Protection Law in detail does discuss consumer protection but does not discuss the digital economy as a result of technological developments, therefore a law is needed that specifically regulates digital transactions. However, in general, the Electronic Information and Transaction Law focuses more on regulating the technical and legal aspects of electronic transactions.

Keywords: *Legal Protection Analysis, TikTok Shop, E-commerce*

RINGKASAN

ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM
TERHADAP KONSUMEN TIKTOK SHOP DI INDONESIAJundata Mela Aufani
Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

Pada Skripsi Ini, Penulis Mengangkat Judul Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Tiktok Shop di Indonesia. TikTok Shop adalah fitur baru yang diperkenalkan oleh *platform* media sosial TikTok. Adanya kerjasama strategis antara TikTok Shop dengan Tokopedia memiliki konsekuensi. Dengan kerjasama ini, produk yang dijual oleh TikTok Shop akan dapat diakses oleh jutaan pengguna TikTok di Indonesia. Dengan kerjasama ini, produk yang dijual oleh TikTok Shop akan dapat diakses oleh jutaan pengguna TikTok di Indonesia. Hal ini dapat meningkatkan eksposur merek dan penjualan produk di platform tersebut. Kerjasama ini dapat mengubah dinamika pasar *e-commerce* di Indonesia. Ada beberapa alasan mengapa semakin banyak konsumen menggunakan TikTok Shop untuk berbelanja antara lain yakni kemudahan penggunaan, konten yang menarik, rekomendasi personalisasi, dan kesempatan bisnis. Dengan kombinasi faktor-faktor di atas, TikTok Shop semakin populer sebagai platform belanja yang menarik bagi konsumen. Analisis regulasi dan *profilling* kebijakan yang menjadi dasar hukum dalam proses bisnis *e-commerce* sangat penting untuk dilakukan oleh semua kalangan dikarenakan pertumbuhan ekonomi digital yang cepat. Perlindungan konsumen harus diperhatikan secara terus-menerus karena pertumbuhan teknologi digital yang cepat berdampak pada perkembangan *platform e-commerce* di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif serta menggunakan jenis pendekatan perundang-undangan, Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer dan sekunder yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara mendetail memang membahas perlindungan konsumen tapi tidak membahas dari sisi ekonomi digitalnya sebagai akibat dari perkembangan teknologi oleh karenanya diperlukan undang-undang yang secara spesifik mengatur transaksi digital. Namun, secara umum Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik lebih fokus pada pengaturan aspek teknis dan hukum dalam transaksi elektronik.

Kata kunci : Analisis Perlindungan Hukum, TikTok Shop, *E-commerce*

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

TikTok Shop adalah fitur baru yang diperkenalkan oleh *platform* media sosial TikTok. Adanya kerjasama strategis antara TikTok Shop dengan Tokopedia memiliki konsekuensi. Dengan kerjasama ini, produk yang dijual oleh TikTok Shop akan dapat diakses oleh jutaan pengguna TikTok di Indonesia. Hal ini dapat meningkatkan eksposur merek dan penjualan produk di platform tersebut. Kerjasama ini dapat mengubah dinamika pasar *e-commerce* di Indonesia. TikTok Shop sebagai *platform* media sosial yang populer dapat memberikan pengaruh besar terhadap tren belanja *online* dan preferensi konsumen.¹

Setelah kerjasama strategis antara TikTok Shop dengan Tokopedia, TikTok Shop Indonesia diharapkan memberikan jaminan perlindungan pada konsumen melalui sistem keamanan yang kuat, perlindungan pembeli melalui kebijakan pengembalian barang yang jelas dan adil, penyelesaian sengketa yang transparan, dan penanganan keluhan konsumen dengan cepat dan efisien, memberikan edukasi kepada konsumen tentang cara berbelanja yang aman, mengenali penipuan *online*, dan memahami hak-hak mereka sebagai konsumen. Kerjasama ini harus didukung oleh komitmen yang kuat dari kedua belah pihak untuk menjaga kepercayaan konsumen dan memberikan pengalaman belanja yang aman dan nyaman.² Penting untuk diingat bahwa perlindungan konsumen adalah tanggung jawab bersama antara TikTok Shop Indonesia dan Tokopedia. Kerjasama ini harus didukung oleh komitmen yang kuat dari kedua belah pihak untuk menjaga kepercayaan konsumen dan memberikan pengalaman belanja yang aman dan nyaman.

¹ Bambang D Prasetyo, dkk. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press. Hlm 27

² Zul Rachmat, Arief Yanto Rukmana, dan Yulia Nurrendah. 2023. *Strategi Bisnis Digital dan Implementasinya*. Padang: Get Press Indonesia. Hlm 183

Dalam sudut pandang penelitian hukum normatif, perbedaan antara konsumen Tiktok Shop dengan *e-commerce* seperti Shopee dapat dijelaskan dari sisi *platform* dan model bisnis. Tiktok Shop adalah fitur yang terintegrasi dalam aplikasi Tiktok yang memungkinkan pengguna untuk menjual dan membeli produk secara langsung. Sementara itu, Shopee adalah platform *e-commerce* yang berdiri sendiri dan menyediakan ruang bagi penjual dan pembeli untuk berinteraksi.

Ada beberapa alasan mengapa semakin banyak konsumen menggunakan TikTok Shop untuk berbelanja antara lain yakni kemudahan penggunaan, konten yang menarik, rekomendasi personalisasi, dan kesempatan bisnis. Dengan kombinasi faktor-faktor di atas, TikTok Shop semakin populer sebagai platform belanja yang menarik bagi konsumen.³ Ini semua tidak terlepas pula dari teknologi dan *platform* digital memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi *online*. Teknologi dan *platform* digital membuat transaksi *online* lebih mudah diakses oleh konsumen. Dengan adanya internet dan perangkat *mobile*, konsumen dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke toko fisik.

Platform digital menyediakan fitur pencarian yang memudahkan konsumen untuk menemukan produk yang mereka inginkan. Konsumen dapat menggunakan kata kunci atau filter untuk menemukan produk yang sesuai dengan preferensi mereka. Melalui *platform* digital, konsumen dapat melihat informasi produk yang lengkap, termasuk deskripsi, foto, ulasan, dan *rating*. Hal ini membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih lengkap. Pengalaman berbelanja yang unik dan interaktif yang ditawarkan oleh TikTok Shop itulah yang membuat konsumen merasa terlibat dan terhibur saat berbelanja, sehingga mereka lebih cenderung beralih ke *platform* seperti TikTok Shop.⁴

³ Tim @psikologiindonesia dan @icampusindonesia. 2023. *Rahasia Meraih Peluang Bisnis dengan TikTok Shop*. Yogyakarta: ANDI. Hlm 1

⁴ Steffano Calicchio. 2023. *Ekonomi Dopamin: Bagaimana Neurotransmitter Kesenangan Memengaruhi Keputusan dan Perilaku Kita Sehari-hari*.

Namun ada konsekuensi serius yang timbul akibat ketidakmampuan hukum mengikuti kebutuhan masyarakat akan perkembangan ekonomi digital tadi.⁵ TikTok Shop adalah *platform e-commerce* yang relatif baru dan belum memiliki regulasi yang ketat. Hal ini membuat mudah bagi pelaku usaha yang tidak jujur untuk melakukan penipuan atau menjual produk palsu. TikTok Shop belum memiliki sistem verifikasi penjual yang kuat, sehingga penjual yang tidak terverifikasi dapat dengan mudah membuat akun palsu dan menjual produk yang tidak sesuai dengan deskripsi. Beberapa penjual mungkin tidak memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk yang mereka jual. Ini bisa menyebabkan ketidaksesuaian antara apa yang dijanjikan dan apa yang diterima oleh konsumen.⁶

Masalah ini dapat merugikan konsumen karena mereka dapat kehilangan uang mereka dalam transaksi yang tidak jujur, menerima produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, atau bahkan mendapatkan barang palsu yang tidak berguna. Untuk mengatasi masalah tadi, TikTok Shop dan pihak terkait perlu bekerja sama dengan otoritas terkait untuk mengembangkan regulasi yang lebih ketat untuk melindungi konsumen dari penipuan dan produk palsu. TikTok Shop diharapkan mendorong pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang produk yang mereka jual, termasuk foto, deskripsi, dan spesifikasi yang akurat.

Realita yang mendasari penelitian hukum normatif ini mempertimbangkan sejauh mana undang-undang dan peraturan yang ada memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen terkait jaminan produk, ada atau tidaknya celah atau kelemahan dalam perlindungan hukum yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab, dan bagaimana perlindungan konsumen dalam konteks jaminan produk

⁵ Rinto Rare Rerung. 2018. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Sleman: Deepublish. Hlm 40

⁶ Wihana Kirana Jaya. 2021. *Ekonomi Kelembagaan*. Jakarta: Elex Media Komputindo. Hlm 9

beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Apakah undang-undang yang ada sudah cukup relevan dan efektif dalam melindungi konsumen dalam transaksi online.

Adanya kebutuhan untuk perubahan atau peningkatan perlindungan hukum inilah yang membuat penyusun tertarik membahas lebih komprehensif dalam penelitian hukum yang berjudul “Analisis Perlindungan Hukum terhadap Konsumen TikTok Shop di Indonesia”. Karena TikTok Shop adalah *platform e-commerce* yang digunakan untuk melakukan transaksi pembelian dan penjualan barang dan/atau jasa, maka peraturan perlindungan konsumen juga berlaku untuk transaksi yang dilakukan melalui TikTok Shop. Dengan demikian maka penting bagi pelaku usaha yang memanfaatkan Tiktok Shop sebagai platform *e-commerce* untuk mematuhi peraturan perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia.

Perlindungan hukum konsumen Tiktok Shop Indonesia terkait dengan berbagai aspek, termasuk perlindungan terhadap informasi pribadi, kewajiban untuk menyediakan informasi yang jelas dan akurat, perlindungan terhadap praktik bisnis yang tidak adil, kewajiban memberikan jaminan yang sesuai terhadap produk yang dijual, dan penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat digunakan, seperti melalui mediasi, arbitrase, atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Penyusun melakukan penelitian terhadap aturan hukum yang berlaku dalam konteks perlindungan konsumen dari aspek kewajiban untuk memberikan jaminan. Tiktok Shop Indonesia harus memberikan jaminan yang sesuai terhadap produk yang dijual, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Indonesia. Undang-undang yang menjadi rujukan dalam penelitian yakni pertama, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan kedua, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat ketentuan yang berlaku untuk berbagai jenis transaksi barang dan/atau jasa, termasuk transaksi yang dilakukan melalui *platform* digital. Oleh karenanya, Undang-undang ini juga berlaku untuk kepentingan perlindungan konsumen dalam ranah ekonomi digital. Lalu Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik memiliki korelasi yang erat dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bertujuan untuk mengatur penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik, sementara perlindungan konsumen bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam berbagai aspek kegiatan konsumsi.

Analisis regulasi dan *profilling* kebijakan yang menjadi dasar hukum dalam proses bisnis *e-commerce* sangat penting untuk dilakukan oleh semua kalangan dikarenakan pertumbuhan ekonomi digital yang cepat. Perlindungan konsumen harus diperhatikan secara terus-menerus karena pertumbuhan teknologi digital yang cepat berdampak pada perkembangan *platform e-commerce* di Indonesia.⁷ Ancaman terhadap keamanan nasional saat ini tidak hanya terbatas pada dimensi fisik, akan tetapi melibatkan dimensi digital.⁸ Terkait hal tersebut, konsumen perlu mendapat perlindungan demi kepastian hukum dan mencegah praktek bisnis yang merugikan.⁹

2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, penyusun akan membahas tentang analisa perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop di Indonesia. Topik ini dipilih karena memiliki relevansi yang penting dalam hukum perlindungan konsumen. Melalui penelitian ini, penyusun bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan pokok, yaitu:

⁷ Awal N Bahasoan. 2002. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Sulawesi Tengah*. Pasuruan: Qiara Media. hlm29

⁸ Farid Ahmadi. 2020. *Konsep dan Aplikasi Literasi Baru di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. Semarang: Pilar Nusantara. hlm 9

⁹ Ahmadi Miru. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan bagi Konsumen di Indoneisa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. hlm 11

1. Bagaimana pengaturan perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop di Indonesia ?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dua pokok permasalahan yang diajukan, terdapat dua tujuan besar dalam penelitian hukum ini, yaitu:

1. Melakukan analisis terhadap pengaturan perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia
2. Melakukan analisis terhadap bentuk perlindungan konsumen *tiktok-shop* di Indonesia

4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka diharapkan hasil dari penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Peneliti yaitu tujuannya untuk mendapatkan pengalaman, turut serta memberi sumbangan pemikiran yang bisa dijadikan sebagai rujukan informasi bagi peneliti selanjutnya.
 - b. Bagi Fakultas Hukum, tujuannya yaitu untuk dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan akademik di Fakultas Hukum
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Masyarakat, yaitu tujuannya untuk meningkatkan pemahaman serta memperluas wawasan bagi masyarakat umum mengenai pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen dari *tiktok-shop* ini.
 - b. Bagi Pemerintah, yaitu tujuannya adalah untuk memberikan saran serta masukan mengenai peraturan yang terkait dengan *tiktok-shop* di Indonesia.

5. Orisinalitas Penelitian

Fungsi orisinalitas dalam penelitian hukum normatif adalah untuk menunjukkan kontribusi baru yang dibawa oleh penelitian tersebut dalam memperluas pemahaman dan pengetahuan di bidang hukum normatif. Dengan memiliki orisinalitas, penyusun dapat memberikan sumbangan yang berbeda dan inovatif terhadap literatur hukum yang sudah ada sebelumnya. Orisinalitas juga dapat meningkatkan kepercayaan dan relevansi penelitian, serta memberikan dasar untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang hukum normatif.

Ada banyak penelitian yang telah dilakukan tentang perlindungan konsumen maka dari itu penelitian ini juga penting dalam memperkuat perlindungan konsumen dan memastikan bahwa konsumen memiliki akses ke produk dan layanan yang aman, berkualitas, dan adil meskipun sebelumnya telah ada penelitian yang dilakukan terkait topik yang sama.

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian sebelumnya, namun juga memiliki perbedaan yang signifikan. Namun dalam penelitian ini juga memberikan kontribusi inovatif yang berbeda dari substansi penelitian yang sedang dilakukan. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian yang telah ada menunjukkan adanya tumpang tindih dan pengulangan baik dari sisi topik maupun metode penelitian yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian terdahulu memiliki tujuan yang serupa atau menggunakan pendekatan yang mirip.

Namun, perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu telah menunjukkan adanya variasi dalam pendekatan, metode, dan/atau fokus penelitian. Perbedaan ini dapat menghasilkan hasil yang berbeda atau memberikan wawasan baru yang belum dipelajari sebelumnya. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi inovatif yang berbeda dari substansi penelitian yang sedang dilakukan. Kontribusi inovatif ini dapat

berupa pengembangan metode baru, penemuan baru, atau pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik yang sedang diteliti.

Secara umum, penelitian ini merupakan keberlanjutan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan tematik yang serupa, namun dengan temuan-temuan baru yang signifikan dan dapat memberikan kontribusi inovatif dalam memperkaya khazanah keilmuan hukum di Indonesia. Hal ini dapat memperkaya pemahaman kita mengenai topik yang sedang diteliti dan memberikan kontribusi yang berharga dalam bidang penelitian tersebut.

Pertama, ada penelitian yang berfokus pada perlindungan konsumen terhadap *snack* impor tanpa izin edar yang dijual melalui platform *e-commerce* Shopee. Penelitian yang dilakukan oleh Aghesa Yudia Putri¹⁰ membahas mengenai perlindungan konsumen terhadap produk impor dan berimplikasi pada keamanan konsumen dan melanggar hak konsumen serta memiliki batasan pembahasan pada kewenangan penyedia platform Shopee.

Kedua, penelitian yang mengkaji perlindungan konsumen terhadap peredaran obat tanpa izin edar yang dijual secara *online* di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Alfian Nur Zuhaid, Bambang Eko Turisno dan R Suharto¹¹ yang membahas mengenai perlindungan konsumen dalam konteks penjualan obat secara *online* yang tidak memiliki izin edar berimplikasi pada kesehatan dan keselamatan konsumen serta memiliki batasan pembahasan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif, serta Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2009 tentang Pekerjaan Kefarmasian.

¹⁰ Aghesa Yudia Putri. "Perlindungan Konsumen terhadap *Snack* Impor tanpa Izin Edar yang Dijual melalui Shopee" uii.ac.id. Diakses 5 Januari 2024. <https://dSPACE.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/16259/15410171.pdf?sequence=11&isAllowed=y>

¹¹ Muhammad Alfian Nur Zuhaid, Bambang Eko Turisno dan R Suharto. "Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Obat Tanpa Izin Edar yang Dijual secara *Online* di Indonesia" *Diponegoro Law Journal* 5, No. 3 (2016): 1-12. Diakses 5 Januari 2024. <https://doi.org/10.14710/dlj.2016.12057>

Ketiga, penelitian yang mengkaji perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam konteks penjualan obat-obatan ilegal secara *online*. Penelitian yang dilakukan oleh Anisa Utami¹² membahas perlindungan hukum konsumen terhadap transaksi penjualan obat-obatan yang bersifat ilegal secara *online* serta berimplikasi pada keamanan dan kesehatan konsumen dan penelitian ini memiliki batasan pembahasan pada aspek jenis obat-obatan ilegal. Relevansi pada penelitian ini yakni dikarenakan pembahasan yang sama mengenai perlindungan konsumen dari transaksi yang dilakukan melalui *online shop*. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu pada isu hukum yang dibahas.

Dengan mengetahui tiga penelitian sebelumnya, akan lebih mudah untuk memahaminya dengan menyajikannya dalam bentuk tabel berikut. berikut tabel yang disajikan :

Tabel 1. Orisinalitas Penelitian

No	PROFIL	JUDUL
1	AGHESA YUDIA PUTRI FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA 2019	PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SNACK IMPOR TANPA IZIN EDAR YANG DIJUAL MELALUI SHOPEE
ISU HUKUM		
Membahas perlindungan oleh KPPU terhadap UMKM pada persaingan usaha tidak sehat		
HASIL PENELITIAN		
Shopee tidak melakukan penilaian yang memadai terhadap penjual snack impor yang tidak memiliki izin edar. Penjualan makanan ringan impor melalui Shopee tanpa izin resmi melanggar beberapa hak konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, transparan, dan jujur tentang produk yang sedang dijual. Maka, dengan demikian Shopee dan penjual yang bertindak sebagai importir diharapkan memberikan kompensasi kepada konsumen dalam waktu tujuh hari setelah tanggal pembelian.		
PERSAMAAN		Kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokusnya, yaitu perlindungan konsumen terhadap penjualan barang impor tanpa izin di platform online.

¹² Anisa Utami. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Obat-Obatan Ilegal secara *Online*" Klausula Jurnal Hukum Tata Negara, Hukum Administrasi, Pidana Dan Perdata. Diakses pada 5 Januari 2024. <https://doi.org/10.32503/klausula.v1i2.2727>

	PERBEDAAN	Kedua penelitian ini memiliki perbedaan, perbedaan pada penelitian kali ini yaitu pada isu hukum serta <i>e-commerce</i> yang sedang dibahas
No	PROFIL	JUDUL
2	MUHAMMAD ALFAN NUR ZUHAIID, BAMBANG EKO TURISNO, R. SUHARTO FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS DIPONEGORO	PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEREDARAN OBAT TANPA IZIN EDAR YANG DIJUAL SECARA ONLINE DI INDONESIA
ISU HUKUM		
Apa penyebab terjadinya peredaran obat tanpa izin edar Bagaimana BPOM dan KOMINFO menjaga perlindungan konsumen dengan mengawasi dan mengambil tindakan terhadap penjualan obat yang tidak memiliki izin edar melalui platform <i>online</i> .		
HASIL PENELITIAN		
<p>Proses izin edar adalah evaluasi sebelum penjualan yang bertujuan untuk memastikan keamanan, efektivitas, dan kualitas obat sebelum dijual kepada konsumen. Setelah memenuhi persyaratan yang ditetapkan, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memberikan persetujuan untuk penjualan. Persyaratan ini juga berlaku untuk obat impor yang wajib memiliki izin edar sebelum bisa diperjualbelikan di Indonesia. Namun, dengan kemajuan teknologi, obat-obatan juga dapat dijual secara online. Sayangnya, ada beberapa individu yang menyalahgunakan hal ini dengan menjual obat tanpa izin edar. Tindakan ini sangat berbahaya karena obat-obatan yang tidak memiliki izin edar tidak melalui proses evaluasi yang ketat dan dapat membahayakan kesehatan konsumen.</p> <p>Dengan demikian, maka penting bagi setiap konsumen untuk selalu berhati-hati dan memastikan bahwa obat yang mereka beli memiliki izin edar yang sah. Mereka juga dapat memeriksa keaslian dan keabsahan izin edar obat dengan memeriksa nomor izin edar di situs resmi BPOM. Jika ada keraguan atau kecurigaan, sebaiknya konsultasikan dengan tenaga medis atau apoteker terpercaya sebelum mengonsumsi obat tersebut.</p> <p>Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) melakukan pengawasan melalui serangkaian tindakan. Yakni yang pertama, Mereka melakukan penyesuaian kebijakan teknis untuk pengawasan obat dan makanan. Langkah kedua adalah pre-market, yakni obat dan makanan dianalisis untuk memverifikasi kepatuhan terhadap standar yang telah ditetapkan. Setelah obat dan makanan beredar di pasaran, langkah selanjutnya adalah melakukan pengawasan pasca-pasar. Dalam langkah ini, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terus memantau dan mengawasi produk yang sudah beredar. BPOM juga memberikan pendampingan dan arahan kepada pihak-pihak yang bersangkutan melalui komunikasi, penyediaan informasi, dan upaya edukasi kepada masyarakat. Jika ditemukan masalah atau risiko terkait dengan produk, BPOM juga memberikan peringatan kepada masyarakat untuk menjaga keselamatan dan kesehatan mereka.</p>		
	PERSAMAAN	Terdapat persamaan dalam kedua penelitian ini, persamaan tersebut yaitu dikarenakan sama-sama sedang membahas perlindungan konsumen terhadap perizinan barang-barang yang dijual secara <i>online</i> .
	PERBEDAAN	Perbedaan pada kedua penelitian kali ini yaitu terdapat pada isu hukum serta objek hukum sebagai landasan penelitian.

No	PROFIL	JUDUL
3	ANISA UTAMI, HERWASTOETI FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG 2022	PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PENJUALAN OBAT- OBATAN ILEGAL SECARA <i>ONLINE</i>
ISU HUKUM		
Berusaha memahami peran dan wewenang BPOM		
HASIL PENELITIAN		
<p>Penggunaan obat penambah berat badan dengan merek Gingseng Kianpi yang tidak terdaftar di Badan Registrasi Obat dan Makanan telah melanggar beberapa peraturan atau ketentuan yang berlaku di Undang-Undang Pengawasan Obat dan Makanan. Hal ini termasuk mengenai pelanggaran terhadap hak konsumen yang diatur dalam pasal 4, serta tindakan pelaku usaha yang melanggar ketentuan pasal 8 ayat 3 tentang sediaan farmasi. Selain itu, penjualan obat penggemukan Gingseng Kianpi juga melanggar Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengatur tentang kelengkapan informasi barang yang dipasok oleh pelaku usaha. Pemerintah yang pertama dapat melindungi masyarakat dari penjualan obat ilegal dengan mengambil tindakan yang responsif terhadap Pendapat atau protes yang diungkapkan oleh masyarakat. Isu ini sejalan dengan hak-hak yang dimiliki oleh masyarakat sebagai pembeli atau konsumen. Salah satu cara pemerintah melindungi masyarakat adalah dengan menerapkan hukum mengenai sistem peradilan umum di Indonesia.</p>		
PERSAMAAN	Kedua penelitian kali ini memiliki persamaan dalam pembahasan yaitu dikarenakan sama-sama membahas perlindungan terhadap barang ilegal yang dijual melalui <i>online-shop</i> .	
PERBEDAAN	mengenai pada isu hukum serta objek hukum sebagai landasan dalam penelitian ini.	

Sedangkan judul dari penelitian kali ini adalah :

No	PROFIL	JUDUL
1.	JUNDATA MELA AUFANI FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM MALANG 2023	ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN TIKTOK SHOP DI INDONESIA
ISU HUKUM		
Bagaimana pengaturan perlindungan konsumen <i>e-commerce</i> di Indonesia? Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen tiktok-shop di Indonesia ?		
NILAI KEBAHARUAN		
Peneliti akan melakukan analisis yang lebih rinci terhadap semua hukum dan peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, dengan fokus pada kemampuan dan adaptabilitasnya dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital, terutama dalam isu yang sedang hangat, yaitu TikTok Shop.		

6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah tata cara atau aturan yang digunakan dalam menyusun sebuah tulisan atau karya ilmiah. Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan struktur yang jelas dan teratur pada tulisan, sehingga pembaca dapat dengan mudah mengikuti alur pemikiran dan informasi yang disampaikan. Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian hukum ini tersusun atas:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab 1 Pendahuluan, secara ringkas akan dibahas mengenai analisis perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop di Indonesia. Beberapa poin yang dibahas antara lain:

1. Pengenalan tentang TikTok Shop pada latar belakang.

Bab ini akan memberikan gambaran umum tentang TikTok Shop, termasuk bagaimana platform ini beroperasi, popularitasnya, dan dampaknya terhadap konsumen di Indonesia. Bagian ini akan menjelaskan mengapa perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop sangat penting. Hal ini dapat mencakup penjelasan tentang risiko yang dihadapi konsumen, seperti penipuan, barang palsu, atau ketidaksesuaian dengan deskripsi produk.

2. Tujuan penelitian

Bab ini akan menjelaskan tujuan dari penelitian atau analisis yang dilakukan terhadap perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop di Indonesia untuk mengevaluasi efektivitas regulasi yang ada atau untuk memberikan rekomendasi perbaikan.

3. Manfaat Penelitian

Analisis perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop di Indonesia memiliki kontribusi terhadap pemahaman teoritis tentang hukum perlindungan konsumen dan menjelaskan hak-hak konsumen.

4. Orisinalitas penelitian

Orisinalitas penelitian membahas tentang sejauh mana suatu penelitian memiliki kontribusi baru atau unik terhadap pengetahuan yang sudah ada. Dalam konteks penelitian, orisinalitas mengacu pada kemampuan peneliti untuk menghasilkan ide-ide baru, pendekatan baru, atau temuan baru yang belum pernah diungkap sebelumnya. Orisinalitas sangat penting dalam penelitian karena penelitian yang orisinal dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman kita tentang suatu topik.

5. Metode Penelitian

Metode penelitian membahas tentang pendekatan atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, menganalisis data, dan mengambil kesimpulan dalam suatu penelitian. Metode penelitian dapat beragam tergantung pada tujuan penelitian, jenis data yang dikumpulkan, dan konteks penelitian tersebut.

6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah struktur atau urutan yang digunakan dalam menyusun sebuah tulisan atau laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dilakukan dengan mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis informasi yang relevan dari sumber-sumber pustaka yang ada. Tujuan dari tinjauan pustaka adalah untuk memahami dan menggambarkan pengetahuan

yang telah ada tentang topik penelitian tertentu, serta mengidentifikasi celah pengetahuan yang dapat diisi oleh penelitian yang sedang dilakukan.

Bab ini akan membahas landasan hukum yang ada di Indonesia yang melindungi konsumen, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan terkait lainnya. Penjelasan singkat mengenai hak-hak konsumen dan kewajiban penjual. Tinjauan yang dikaji ialah definisi tentang konsep perlindungan hukum konsumen, tinjauan terhadap peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia, dan gambaran mengenai kasus TikTok Shop di Indonesia

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini penyusun membagi dalam 2 sub bab, yang pertama analisis terhadap pengaturan perlindungan konsumen *e-commerce* di Indonesia. Kedua, bentuk perlindungan hukum yang ada untuk konsumen TikTok Shop.

BAB IV PENUTUP

Bab akhir dalam skripsi yang berisi kesimpulan dan saran untuk isu analisis perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop di Indonesia memiliki struktur sebagai berikut:

1. Kesimpulan: Menyampaikan kesimpulan secara singkat. Menyajikan ringkasan temuan dan hasil analisis mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen TikTok Shop di Indonesia. Menyimpulkan apakah perlindungan hukum yang ada sudah memadai atau masih perlu perbaikan. Menyajikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan dalam skripsi.
2. Saran: Memberikan rekomendasi untuk pemerintah, lembaga terkait, dan pelaku industri TikTok Shop terkait peningkatan perlindungan hukum terhadap konsumen. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen mengenai hak-



hak mereka dalam transaksi TikTok Shop. Mendorong pelaku industri TikTok Shop untuk menerapkan praktik bisnis yang transparan, jujur, dan bertanggung jawab terhadap konsumen. Keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh penyusun kali ini ada pada undang-undang yang dipergunakan.



BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penyusun melalui penyusunan hukum normatif yang menggunakan pendekatan perundangan-undangan menemukan kesimpulan bahwa:

1. Pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen e-commerce di Indonesia yaitu dapat disimpulkan bahwa diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Namun dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara mendetail memang membahas perlindungan konsumen tapi tidak membahas dari sisi ekonomi digitalnya sebagai akibat dari perkembangan teknologi oleh karenanya diperlukan undang-undang yang secara spesifik mengatur transaksi digital. Hal ini tidak terlepas dari ciri undang-undang yang bersifat universal yang diciptakan untuk menghadapi peristiwa-peristiwa yang akan datang yang belum jelas bentuk konkritnya. Oleh karena itu ia tidak dapat dirumuskan untuk mengatasi peristiwa-peristiwa tertentu saja. Namun, secara umum Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik lebih fokus pada pengaturan aspek teknis dan hukum dalam transaksi elektronik. Rumusan masalah pertama menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen telah ada, namun hanya mengatur transaksi konservatif. Namun demikian, dalam konteks elektronik, Undang-Undang ITE hanya mengatur model transaksi, tanpa adanya pembahasan yang spesifik mengenai perlindungan hukum baik bagi konsumen maupun pihak yang menjalankan usaha.

2. Bentuk perlindungan hukum dari TikTok Shop di Indonesia yaitu dibagi menjadi dua, yaitu preventif serta represif. Bentuk preventifnya yaitu dengan cara konsumen berhak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, pihak pelaku usaha atau penjual menyediakan barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, serta konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha atau penjual dalam transaksi E-Commerce sebaiknya memberikan keterangan secara jelas mengenai kondisi barang atau spesifikasi barang dan keterangan – keterangan lain yang berkaitan dengan barang yang dijual dan/atau diperdagangkannya. Pembagian dimensi terjemahan dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibagi menjadi dua dimensi, yaitu *pre-transaction* dan *post-transaction*, yang dilakukan untuk memudahkan analisis dan pemahaman mengenai perlindungan konsumen dalam konteks transaksi elektronik. Dimensi *pre-transaction* berkaitan dengan hak, persyaratan, dan kewajiban yang harus dipenuhi sebelum transaksi dilakukan. Sementara itu, dimensi *post-transaction* berkaitan dengan perlindungan konsumen setelah transaksi dilakukan.

B. SARAN

1. Berdasarkan kesimpulan yang disampaikan, terdapat saran yang dapat diberikan untuk ke depannya terkait perlindungan konsumen dalam konteks transaksi elektronik yakni undang-undang yang mengatur transaksi elektronik

dan perlindungan konsumen perlu dievaluasi secara berkala untuk mengakomodasi perubahan teknologi dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Pembaruan yang tepat waktu akan memastikan perlindungan konsumen yang efektif dan relevan. Saran ini diharapkan dapat membantu dalam penyusunan undang-undang yang lebih baik dan komprehensif dalam melindungi konsumen dalam konteks transaksi elektronik.

2. Namun, penting bagi konsumen untuk tetap berhati-hati dan melakukan probing sebelum melakukan transaksi di TikTok Shop. Memeriksa reputasi penjual, membaca ulasan dari konsumen lain, dan memperhatikan tanda-tanda penipuan dapat membantu mengurangi risiko yang mungkin timbul





DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Haris Hamid. 2017. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Makassar: Sah Media.
- Ahmad Erani Yustika. 2012. *Ekonomi Kelembagaan: Paradigma, Teori, dan Kebijakan*. Jakarta: Erlangga.
- Ahmadi Miru. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan bagi Konsumen di Indoneisa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Amruddin dkk. 2023. *Manajemen Strategis Agribisnis*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Anastasya Rahmaniari. 2023. *Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023*. Jakarta: Rekacipta Proxy Media.
- Astrid Savitri. 2019. *Revolusi Industri 4.0 Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Yogyakarta: Genesis.
- Awal N Bahasoan. 2002. *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Sulawesi Tengah*. Pasuruan: Qiara Media.
- Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen : Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta.
- Bambang D Prasetyo, dkk. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Del I Hawkins dan David L Mothersbaugh. 2010. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Farid Ahmadi. 2020. *Konsep dan Aplikasi Literasi Baru di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. Semarang: Pilar Nusantara.
- H. A. Zaki Mubarak. 2017. *Desain Kurikulum Merdeka Belajar untuk Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*, Jakarta: Zakimu.
- Hardijan. 2006. *Metode Penelitian Hukum Normatif: Bagaimana?* Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan.
- Karl E Case, Ray C Fair, dan Sharon M Oster. *Principles of Economics 10th Edition*. New York: Prentice Hall.
- Lili Suryati. 2015. *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- M. Arsyad Sanusi. 2002. *E- Commerce Hukum Dan Solusinya*. Bandung: Mizan Grafika Sarana.
- Mestika Zed. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Peter mahmud Marzuki. 2010. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Rinto Rare Rerung. 2018. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Sleman: Deepublish.
- Rosmawati. 2017. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Satjipto Rahardjo. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Slamet Muljana. 2008. *Kesadaran Nasional: Dari Kolonialisme sampai Kemerdekaan*. Yogyakarta: LKIS.
- Soerjono Soekanto dan Sri mamuji. 1990. *Penelitian Hukum Nomraitf*. Jakarta: UI Press.
- Soerjono Soekanto. 1981. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta : UI Press.
- Soerjono Soekanto, dan Sri Mamudji. 2003. *Penelitian Hukum Normative suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Steffano Calicchio. 2023. *Ekonomi Dopamin: Bagaimana Neurotransmitter Kesenangan Memengaruhi Keputusan dan Perilaku Kita Sehari-hari*.
- Tim @psikologiindonesia dan @icampusindonesia. 2023. *Rahasia Meraih Peluang Bisnis dengan TikTok Shop*. Yogyakarta: ANDI.
- Wihana Kirana Jaya. 2021. *Ekonomi Kelembagaan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Zul Rachmat, Arief Yanto Rukmana, dan Yulia Nurrendah. 2023. *Strategi Bisnis Digital dan Implementasinya*. Padang: Get Press Indonesia.

Undang-Undang

- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Jurnal

- Aghesa Yudia Putri. “Perlindungan Konsumen terhadap *Snack* Impor tanpa Izin Edar yang Dijual melalui Shopee” uii.ac.id. Diakses 5 Januari 2024. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/16259/15410171.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Anisa Utami. “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penjualan Obat-Obatan Ilegal secara *Online*” Klausula Jurnal Hukum Tata Negara, Hukum Adminitrasi, Pidana Dan Perdata. Diakses pada 5 Januari 2024. <https://doi.org/10.32503/klausula.v1i2.2727>
- Deky Pariadi, “Pengawasan *E-Commerce* dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48 No. 3 (2018), (6 Januari 2024), <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1256&context>
- Fatria Khairo. “*Consumer Protection Policy for Conducting E-Commerce Transactions in Indonesia*”. *Journal of Governance*. Vol 7 April 2022. <http://dx.doi.org/10.31506/jog.v7i1.14575>
- Gusti Ayu Sandrina dan I Made Dedi Priyanto, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang Yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja TikTok-Shop”, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 11 No. 3 Tahun 2023, (6 Januari 2024), <https://doi.org/10.24843/KS.2022.v11.i03.p.03>
- Gusti Ayu Sandrina dan I Made Dedy Priyanto. “Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang yang dibeli pada Aplikasi Belanja TikTok Shop”. *Jurnal Kertha Semaya*. Vol. 11. No. 3. Tahun 2023.

- Hutomo Manggala dan Gidion P. Andinirekso, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 19, Nomor 1, 2022, (6 Januari 2024), <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/49600>
- Lumentut, R. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Aplikasi Tiktok Shop”. *Lex Administratum*. Vol. XI.
- Maria A. Lopes Amaral, Maria B. M. G. Wutun, “Penggunaan Teori Biaya Transaksi Dalam Perilaku Pembelian Online”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, vol. 9 no.1 Januari - April 2022. (5 Januari 2024). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/36605/35412>
- Muhammad Alfian Nur Zuhaid, Bambang Eko Turisno dan R. Suharto. “Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Obat Tanpa Izin Edar yang Dijual secara *Online* di Indonesia” *Diponegoro Law Journal* 5, No. 3 (2016): 1-12. Diakses 5 Januari 2024. <https://doi.org/10.14710/dlj.2016.12057>
- Naufal Bagus Pratama dan Salsabilla Deniesa. “*Legal Protection for TikTok Buyers: Comparison between China and Indonesia*”. *Indonesian Comparative Law Review*. Vol. 5.Issue 2. Tahun 2023. <http://dx.doi.org/10.18196/iclr.v5i2.17298>
- Nurdiana Putri, Yadhrit Prasetya, Putu Wuri handayani, dan Hana Fitriani. “*TikTok Shop: How to Trust and Privacy Influence Generation Z’s Purchasing Behaviors*”. *Cogent Social Sciences*. Vol 10. <https://www.tandfonline.com/loi/oass20>
- Rafael La Porta, “*investor Protection and Cororate Governance*”, *Journal of Financial Economics*”, no. 58, (1999).
- Sarah Septyaningsih. “*Legal Protection of Consumer Rights in Transactions at TikTok Shop: Unraveling New Legal Insights*”. *Kosmik Hukum*. Vol. 23 No. 3. 2023.
- Thasya Noviana, Devi Siti Hamzah Marpaung, “Upaya Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Luar Pengadilan”, *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)*, Volume 11 No. 2 Nov 202 <https://journals.usm.ac.id/index.php/humani/article/view/3557/pdf>
- Yandri Radhi Anadi. Maret 2021. “Perlindungan Hukum Bagi Pengemudi Transportasi Akibat Pembatalan Sepihak Oleh Konsumen”. *jatiswara*, vol.36 No.1.

Internet

- Kepios. “*TikTok User Growth in Indonesia*.” Diakses 5 Januari 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-Indonesia>