



**AKIBAT HUKUM PENUTUPAN TOKO WARGA NEGARA ASING
(TOKO ASING) DALAM MARKETPLACE DI INDONESIA TERHADAP**

KONSUMEN

SKRIPSI



★ ★ ★ Oleh: ★ ★ ★ ★ ★

A'IDATUL FITRIAH

21801021111

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG**

2021



**AKIBAT HUKUM PENUTUPAN TOKO WARGA NEGARA ASING
(TOKO ASING) DALAM MARKETPLACE DI INDONESIA TERHADAP
KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Kesarjanaan Dalam Ilmu Hukum



Oleh:

A'IDATUL FITRIAH

21801021111

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG**

2021

ABSTRAK

Kebijakan penutupan toko warga negara asing dalam marketplace untuk menstabilkan perekonomian negara dengan meningkatkan UMKM negara baik di dalam negeri ataupun di mancanegara. Dengan rumusan masalah, sebagai berikut: 1. Bagaimana Pengaturan Penutupan Toko Warga Negara Asing (Toko Asing) Dalam Marketplace di Indonesia ? 2. Bagaimana Akibat Hukum Penutupan Toko Warga Asing (Toko Asing) Dalam Marketplace di Indonesia Terhadap Konsumen ?. Dalam Penelitian ini menggunakan metode pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Dan menggunakan menggunakan Penelitian hukum normatif atau yuridis normatif (*normative legal research*). Penutupan toko warga negara asing disebabkan karena 2 sebab yaitu upaya melindungi UMKM di Indonesia dan pemasaran produk yang tidak sesuai harga pasar. Akibat hukum penutupan toko warga negara asing di *marketplace* ini menimbulkan dampak bagi pelaku usaha luar negeri dan konsumen. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha luar negeri yaitu dengan wajib memiliki perizinan usaha, wajib memiliki NPWP, wajib membayar pajak, dan menerapkan harga sesuai harga pasar.

Kata kunci : Marketplace, Penutupan Toko Warga Negara Asing, Konsumen

ABSTRACT

The policy of closing foreign shops in the marketplace is to stabilize the country's economy by increasing the country's MSMEs both domestically and abroad. With the formulation of the problem, as follows: 1. How are the settings for the closing of foreign stores (foreign stores) in the Marketplace in Indonesia? 2. What are the Legal Consequences of Closing Foreign Stores (Foreign Shops) in Marketplaces in Indonesia on Consumers?. In this study, the method of statutory and conceptual approaches was used. And using normative legal research or normative legal research. The closing of shops for foreign nationals was due to 2 reasons, namely efforts to protect MSMEs in Indonesia and marketing of products that did not match market prices. The legal consequences of closing stores for foreign nationals in this marketplace have an impact on foreign business actors and consumers. Legal remedies that can be taken by foreign business actors are by being required to have a business license, being required to have a TIN, being obliged to pay taxes, and applying prices according to market prices.

Keywords: Marketplace, Closure of Foreign Citizens Stores, Consumers

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman pada era globalisasi saat ini mengakibatkan setiap manusia berusaha mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan secara cepat dan hemat. Manusia menjadi makhluk hidup dan makhluk sosial yang membutuhkan banyak hal untuk bertahan hidup. Kebutuhan setiap manusia berbeda-beda mulai dari kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Banyak faktor juga dalam manusia memperoleh kebutuhannya antara lain faktor alam atau lingkungan, agama, jenis kelamin dan lain sebagainya. Sebagian manusia dalam memperoleh suatu kebutuhan akan memperhatikan kualitas dan kuantitas barang yang akan dibeli, yang menjadikan kejelian dalam memilih barang yang diinginkan sangat penting untuk dilakukan.

Berkembangnya teknologi digitalisasi memberi kemudahan dalam mewujudkan kebutuhan manusia. Banyak perusahaan rintisan (*StartUp*) berlomba-lomba dalam memberi kemudahan untuk melakukan segala aktifitas. Dinamika persaingan antar perusahaan rintisan menelan kesuksesan besar bagi dunia. Seiring dengan perkembangan teknologi, perkembangan internet juga mengalami kenaikan pesat. Jaringan internet yang semakin berkembang dari jaringan dalam generasi keempat atau 4G, saat ini juga mulai berkembang jaringan dalam generasi lima atau yang biasa dikenal dengan 5G di seluruh dunia, namun dalam jaringan ini masih berkembang dalam kota-kota besar saja dan masih belum terjangkau untuk kota-kota kecil.

Sejalannya perkembangan antara *Start Up* dengan jaringan internet, sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas antara lain

chatting, online shop, transportasi online, sekolah dan lain sebagainya. Kemajuan teknologi dan jaringan internet tidak hanya mengandung dampak positif namun juga berdampak negatif bagi pengguna. Dampak positifnya yaitu masyarakat akan dimudahkan akan melakukan segala *activity*. Dan dampak negatifnya masyarakat akan tergantungan dan meningkatkan periode kemalasan yang dimiliki. Maka dari itu, pemakaian yang wajar dan selektif sangat penting diselipkan dalam perkembangan digital saat ini.

Di Indonesia sendiri infrastruktur teknologi dan jaringan internet sudah berkembang mengikuti negara maju yang sudah melakukan segala aktifitas secara *online*. Prospek perkembangan teknologi dan internet membuat pelaku bisnis baru bermunculan membuat media usaha, bukan hanya para pelaku bisnis baru saja namun para bisnis lama juga bersaing dalam memperdagangkan dagangannya di dunia internet. Berkembangnya internet di Indonesia tidak hanya barang lokal yang dapat diperjual belikan namun barang impor juga ikut berpartisipasi di dalamnya.

Perdagangan online seperti ini yang memanfaatkan internet untuk mengaksesnya biasa disebut dengan *E-commerce* atau *electronic commerce*. *E-commerce* sebagai kontrak dagang elektronik terletak dalam bidang hukum perdata, khususnya hukum kontrak, kontrak dagang elektronik ialah kontrak dagang yang mempergunakan elektronik dan mempunyai tempat di dunia internet.¹ Peraturan mengenai *e-commerce* sendiri di Indonesia sudah ditetapkan pada undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

¹ Mariam Darus Badruzaman, (2001), *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung : Citra Aditya Bakti, Hal. 281.

Menurut Laudon dan laudon, penggolongan e-commerce dibagi menjadi 3 yaitu: (1) *Business to Consumer* (B2C), melibatkan penjualan produk dan layanan serta eceran kepada pembeli perorangan. Contoh: barnesandnoble.com, yang menjual buku, perangkat lunak, dan musik kepada konsumen perorangan. (2) *Business to Business* (B2B), melibatkan penjualan produk dan layanan antar perusahaan, contohnya situs Web ChemConnect merupakan situs untuk membeli dan jual gas alam cair, bahan bakar, bahan kimia, dan plastic. (3) *Consumer to Consumer* (C2C), melibatkan konsumen yang menjual secara langsung ke konsumen, contohnya eBay, situs lelang Web raksasa, memungkinkan orang-orang menjual barang mereka ke konsumen lain dengan melelangnya kepada penawar tertinggi.²

Indonesia merupakan negara dengan pasar *e-commerce* terbesar ASEAN.³ Dilansir dalam (CNNIndonesia.com) Menurut Global Web Index, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat adopsi *e-commerce* tertinggi di dunia pada tahun 2019. Di Indonesia, 90% pengguna internet dengan rentang usia 16 tahun hingga 64 tahun pernah berbelanja dan membeli produk dan jasa secara online. Penggunaan *e-commerce* saat ini sudah beredar luas dari kalangan perusahaan kecil maupun perusahaan besar baik dalam maupun luar negeri, mereka memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan kredibilitas bisnisnya. Dampak penggunaan *e-commerce* selain meningkatkan kredibilitas namun juga pendapatan negara. Pada Februari 2021, nominal

² Nursani Dkk, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma), e-Jrm Vol. 8. No.9 Februari 2019, Malang, Diunduh di <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/issue/view/281> pada tanggal 23 September 2021.

³ Media Wahyuni Askar, (2021), Ironi E-commerce di Indonesia, Center For Innovation and Digital Economy INDEF, Diunduh di <https://www.indef.or.id/> pada tanggal 20 Oktober 2021.

transaksi *e-commerce* mencapai Rp. 27,2 triliun atau naik 45,28 % yoy dan peningkatan volume penjualan *e-commerce* selama Februari yang tercatat 174,6 juta transaksi atau naik 107,1 %.⁴ Dari data peningkatan tersebut kementerian perdagangan menghimbau kepada para pelaku usaha di indonesia untuk memanfaatkan *e-commerce* sebagai media perdagangan mereka dengan mempertahankan produk lokal agar lebih memperkenalkan produksi bangsa indonesia.

Marketplace merupakan sistem yang tidak bisa dipisahkan dalam *e-commerce*. *Marketplace* adalah sebuah alat jual beli dimana kegiatan pelaku usaha menjual barang atau jasa kepada para pembeli melalui online atau jual beli yang membutuhkan akses internet dalam menjalankannya. Banyaknya jenis *marketplace* yang beredar di indonesia memberi kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli karena pembelian barang dapat dilakukan tanpa bertemu (*Virtual*) atau tanpa tatap muka dan dapat memilih barang yang diinginkan dengan membaca deskripsi produk yang akan dibeli.

Adapun cara pembayaran yang diberlakukan dalam transaksi *marketplace* adalah dengan cara transfer antar bank ataupun dengan proses COD (*Cash On Delivery*), COD adalah cara pembayaran yang dimana dapat dilakukan di tempat, saat barang sudah sampai. Metode jual beli ini sangat diminati oleh masyarakat karena cara pembayaran yang tidak ribet dan mudah untuk dilakukan.

⁴ Bidara Pink, (2021), BI: Nilai Transaksi E-commerce Februari 2021 Naik 45,28%, <https://amp-kontan-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kontan.co.id/news/bi-nilai-transaksi-e-commerce-februari-2021-naik-4528>, Diakses pada tanggal 23 September 2021.

Jenis-jenis *marketplace* yang digunakan di Indonesia antara lain ialah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, JD.id dan lain-lain. Namun di kutip berdasarkan data (Similarweb.com) *marketplace* yang paling banyak dikunjungi pada Agustus 2021 ialah Tokopedia mengungguli Shopee, Tokopedia.com memiliki total kunjungan lebih banyak dari Shopee.co.id pada Agustus 2021. Bulan lalu total Tokopedia mencapai 162,0 juta, sementara Shopee dengan 134,6 juta visit. Total visit dua bulan sebelumnya yakni Juni dan Juli, Tokopedia juga berhasil mengungguli dengan 154,2 juta serta 165,4 juta. Di sisi lain Shopee memiliki masing-masing 125,5 juta dengan 141,6 juta.⁵

Dalam *marketplace* di Indonesia bukan hanya berisi produk lokal namun juga dibanjiri oleh produk asing. Daya saing antar UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan produsen lokal dengan produk asing menjadikan pemerintah tegas dalam memberi kebijakan perdagangan elektronik. Masyarakat Indonesia sebagai konsumen diharapkan untuk lebih mencintai produk dalam negeri daripada luar negeri.

Para pelaku usaha dalam mendirikan toko online juga sudah harus mempunyai izin usaha, tertuang dalam peraturan pemerintah (PP) Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, pelaku usaha (*Merchants*) wajib memiliki izin usaha dalam melakukan PMSE (Perdagangan melalui sistem elektronik) yang tertera pada pasal 15 PP No. 80 tahun 2019 yang berbunyi : “(1) Pelaku usaha wajib memiliki izin usaha dalam melakukan

⁵ Novina Putri Bestari, (2021), CNBC Indonesia, Tokopedia Vs Shopee: Siapa Juara Marketplace di Indonesia ?, Diakses di <https://www-cnbcindonesia-com.cdn.tokopedia-vs-shopee-siapa-juara-marketplace-di-indonesia/> pada tanggal 23 September 2021.

kegiatan usaha PMSE”.⁶ Pengajuan izin usaha dilakukan melalui Perizinan Berusaha Terintegrasi secara elektronik atau online.

Kebijakan pemerintah dalam *marketplace* juga ditetapkan untuk pembeli atau konsumen dalam bertransaksi, pembeli atau konsumen diharuskan membayar PPN sebesar 10% dari harga sebelum pajak yang berupa uang, yang dibayarkan oleh konsumen saat pembelian barang dan pelaku usaha memberikan *invoice* kepada konsumen. Pemberlakuan pajak pada *marketplace* di Indonesia ini dimulai pada tanggal 1 Desember 2020. Besaran pajak yang harus dibayarkan tercantum dalam PMK Nomor 48/PMK.03/2020 tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan dan Penyetoran, Serta Pelaporan Pajak Pertambahan nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak dari Luar Daerah Di Dalam Daerah Pabean melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kebijakan ini ditetapkan menteri keuangan dalam menstabilisasikan sistem keuangan karena dampak pandemi *Covid-19*.

Pada awal tahun 2021 muncul kebijakan baru terkait pembatasan barang impor yang masuk di Indonesia, akibat dari berkembangnya pasar online dan meningkatkan penjualan di era pandemi *Covid-19* yang menjadikan banyaknya produk impor atau asing masuk dan di perjual belikan dalam *marketplace* di Indonesia. Dari sebab ini pemerintah menetapkan kebijakan dengan mencegah barang asing untuk datang ke Indonesia dengan menutup toko warga negara asing di *marketplace* Indonesia, toko warga negara asing dalam *marketplace* diduga telah mematikan UMKM (Usaha mikro, kecil dan menengah) dan menimbulkan kekhawatiran bagi para produsen lokal di Indonesia.

⁶Lihat Pasal 15 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

UMKM (Usaha mikro, kecil dan menengah) di Indonesia juga sudah ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. UMKM adalah kelompok usaha yang dikelola oleh seseorang atau suatu badan usaha tertentu. Kurang lebih toko warga negara asing yang menawarkan 13 item produk impor di tutup karena produk yang dijual terlalu murah dan tidak memenuhi standarisasi harga pasar pada umumnya, sehingga konsumen indonesia lebih memilih untuk membeli barang pada toko luar negeri daripada produk dalam negeri. Dan karena ini UMKM (Usaha mikro, kecil dan menengah) di indonesia sulit bersaing di *Marketplace*.

Penutupan toko warga asing di *marketplace* Indonesia berawal diberlakukan salah satu *marketplace* Shopee, kolaborasi antara pihak shopee Indonesia dan pemerintah khususnya Menteri Koperasi dan UKM dengan menutup 13 produk impor tekstil untuk mensupport para pelaku usaha yang memproduksi produk lokal. Dilansir dari siaran pers Menkop UKM dengan pihak shopee dengan nomor: 148/Press/SM.3.1/V/2021, Menkop UKM apresiasi diperketatnya *produk cross border* ke Indonesia dalam siaran pers, menteri koperasi dan UKM Teten Masduki mengapresiasi langka *marketplace* shopee yang membatasi masuknya penjual *cross border* untuk 13 kategori produk ke pasar Indonesia. Kebijakan ini termasuk peninjauan kembali atas kebijakan logistik bagi produk lintas batas. Teten Masduki mengapresiasi langka tersebut mengingat saat ini kualitas produk UMKM Indonesia sudah semakin baik dan tidak kalah dengan produk asing. Pembatasan akses tersebut kata Teten Masduki juga akan membuat permintaan terhadap produk lokal semakin bergairah. Adapun 13 jenis produk luar negeri yang ditutup oleh shopee diantaranya Hijab, atasan muslim wanita, bawahan muslim wanita, dress muslim, atasan muslim

pria, bawahan muslim pria, outerwear muslim, mukena, pakaian muslim anak, aksesoris muslim, peralatan sholat, batik dan kebaya. Sebelumnya, ketiga belas kategori yang berasal dari penjual cross border tersebut memiliki keterbatasan logistik, sehingga akhirnya dibatasi.⁷

Kebijakan pemerintah dalam menstabilkan perekonomian negara dengan meningkatkan UMKM (Usaha mikro, kecil dan menengah) negara baik di dalam negeri ataupun di mancanegara, bukan hanya diterapkan oleh *marketplace* shopee saja namun akan diikuti oleh *marketplace* lain yang digunakan di indonesia. Penutupan toko warga negara asing ini berpotensi menyelamatkan produk UMKM yang hampir Rp 300 triliun per tahun, industri fashion muslim sebesar Rp 280 triliun per tahun dan industri batik mencapai Rp 4,89 triliun per tahun.⁸

Kebijakan ini juga memicu pro dan kontra bagi para *Seller* dan konsumen indonesia, kebijakan ini dapat membantu UMKM indonesia namun disisi lain dapat mematikan pendapatan para pelaku usaha yang mengambil barang dari toko luar negeri tersebut untuk dijual kembali. Para konsumen di indonesia merasa sangat kecewa akan kebijakan pemerintah tersebut dikarena tanpa ada pemberitahuan terlebih dahulu dan terkesan mendadak. Sebab banyak dari pelaku usaha di indonesia memanfaatkan toko warga negara asing dalam melakukan bisnisnya. Barang dalam toko warga negara asing terkesan relatif murah, dengan kualitas yang cukup bagus, barang selalu trend, terdapat barang yang tidak ada di indonesia dan tanpa adanya membayar ongkos kirim atau gratis

⁷ Siaran Pers, (2021), Menkop UKM Apresiasi Diperketatnya Produk Cross Border Ke Indonesia, Diakses di <http://kemenkopukm.go.id> pada tanggal 16 November 2021.

⁸ Roy, (2021), Beli Barang China di Shopee Kini Dibatasi, Bye Mr Hu, Diakses di <https://cnbcindonesia.com> pada tanggal 16 November 2021.

ongkir, namun kelemahan hanya satu yaitu waktu pengiriman relatif lama karena proses pengiriman yang dari luar negeri.

Dikutip dari beberapa komentar-komentar warga internet dari berita, yang dimana beberapa orang mengomentari atas pemberitaan penutupan toko negara asing dalam *marketplace* diantara “ menurut saya sih, pihak shopee tidak seharusnya memboikot produk luar negeri, apalagi banyak barang luar negeri yang memang benar-benar jarang diproduksi di indonesia (contohnya mungkin jam pasir atau barang barang yang memang kegunaannya sebagai pemuas aja gitu), saran sih boikot saja produk luar tapi izinkan penjualan terbatas kek bikin shopee import sale 2 bulan sekali biar barang luar bisa dibeli atau bisa dibatasi pembeliannya ke 5 barang aja perbulan gitu” ujar warganet Syahdika Akbar, dan komentar lain warganet Mimi Jubab “ saya salah satu yang kecewa dengan kebijakan ini, karena pelapak lokal juga banyak jual produk LN produk sama, ongkir beda jauh. Bukan tidak cinta produk lokal, tapi harganya lebih murah dan ongkirnya lebih tinggi seharusnya dikaji mengapa ongkir produk LN murah bahkan gratis dan kadang cepat sampai, sementara dinegeri sendiri mahal dan ongkir tinggi, kadang telat lagi nyampainya. Bukan dengan menstop penjualan dari LN. Barang sama, kualitas sama, harga beda, ongkir beda, jelas orang akan memilih yang lebih murah. Apalagi yang gak punya budget lebih, sekali lagi jangan di stop, tapi dikaji lagi biar sama-sama bisa murah ongkirnya, harga beda dikit gpp lah, kita ikhlaskan untuk memajukan umkm lokal.⁹

Banyak dari konsumen indonesia yang merasa keberatan akan kebijakan tersebut, dan berpikir hal itu tidak perlu di lakukan hanya untuk meningkatkan

⁹ Ibid.

UMKM Indonesia. Dalam undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga dijelaskan mengenai hak konsumen yang terdapat pada pasal 4 yaitu hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Dan pada siaran pers Pembatasan Kuota Impor Berpotensi Lukai UMKM. Rencana menteri perdagangan Muhammad Lutfi berkata untuk membatasi kuota barang impor antara lain untuk melindungi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari praktek *predatory pricing* penjual asing, justru berpotensi melukai mereka. Kebijakan proteksionisme dan diskriminasi berlebihan terhadap produk asing justru dapat berdampak negatif, baik kepada konsumen maupun UMKM, khususnya para pedagang eceran yang mengandalkan pendapatan mereka pada penjualan produk impor, demikian diungkapkan Peneliti Center For Indonesian Policy Studies (CIPS) Thomas Dewaranu. Rencana pembatasan kuota barang impor akan dilakukan melalui merevisi peraturan menteri perdagangan (permendag) Nomor 50/2020 tentang perizinan Usaha, periklanan, pembinaan dan pengawasan pelaku usaha. Meskipun belum ada kepastian perihal pasal-pasal yang akan direvisi, terdapat indikasi bahwa perubahan akan dipusatkan pada isu hak kekayaan intelektual dan penetapan batas maksimal bagi produk asing yang diperdagangkan di pasar online.¹⁰

¹⁰ Siaran Pers, (2021), Pembatasan Kuota Impor Berpotensi Lukai UMKM, diakses di <https://id-cips-indonesia-org.cdn.amproject.org> pada tanggal 17 November 2021.

Dari permasalahan diatas penulis berinisiatif melakukan penelitian mengenai permasalahan tersebut dengan judul “**AKIBAT HUKUM PENUTUPAN TOKO WARGA NEGARA ASING (TOKO ASING) DALAM MARKETPLACE DI INDONESIA TERHADAP KONSUMEN**”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, dapat diklasifikasikan beberapa rumusan masalah sebagai kajian atas penelitian skripsi ini antara lain adalah :

1. Bagaimana Pengaturan Penutupan Toko Warga Negara Asing (Toko Asing) Dalam *Marketplace* di Indonesia ?
2. Bagaimana Akibat Hukum Penutupan Toko Warga Negara Asing (Toko Asing) Dalam *Marketplace* di Indonesia Terhadap Konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Dari deskripsi latar belakang dan rumusan masalah yang ada, penulis menyimpulkan beberapa tujuan dari penelitian yang dilakukan ialah :

1. Untuk mengetahui pengaturan Penutupan Toko Warga Negara Asing (Toko Asing) Dalam *Marketplace* di Indonesia. ★★
2. Untuk mengetahui Akibat Hukum Penutupan Toko Warga Asing (Toko Asing) Dalam *Marketplace* di Indonesia Terhadap Konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, antara lain adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi beberapa manfaat di antara lain:

- a. Untuk memperluas pengetahuan terkait ilmu hukum perdata khususnya pada pengaturan toko di *marketplace* yang ada di Indonesia.
- b. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi terhadap penelitian di kemudian hari

2. Manfaat Praktis

Dan manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai bentuk pengetahuan kepada masyarakat terhadap pengaturan penutupan toko warga negara asing (toko asing) dalam *marketplace* di Indonesia.
- b. Sebagai bahan pertimbangan atas kebijakan pemerintah atas penutupan Toko Warga Negara Asing (toko asing) dalam *Marketplace* di Indonesia dengan mengetahui akibat hukumnya terhadap konsumen.

E. Orisinalitas Penelitian

Berkaitan dengan penelitian ini, sebelumnya telah dilakukan penelitian berkaitan dengan akibat hukum dari kebijakan pemerintah terhadap konsumen terkait toko warga negara asing dalam *marketplace* di Indonesia. Atas penelitian ini terdapat persamaan, perbedaan, kontribusi dan nilai pembaharuan dengan penelitian-penelitian di bawah ini :

Skripsi yang pertama, dengan judul “ANALISIS YURIDIS WANPRESTASI OLEH PENJUAL DALAM JUAL BELI MELALUI MEDIA INTERNET”. Yang disusun oleh Dhea Cynara Torong, Mahasiswa Sumatera Utara, yakni sama-sama mengkaji terkait penjual/*Seller* yang melakukan wanprestasi dalam jual beli melalui media internet, sedangkan perbedaannya adalah jika Tesis tersebut lebih berfokus pada penjual yang melakukan wanprestasi sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada toko

penjual asing di *marketplace* yang ditutup. Kontribusi atas penelitian tersebut, untuk mengetahui pengaturan dalam menangani pelaku usaha/penjual yang melakukan wanprestasi di *marketplace*.

Tesis yang kedua, yang berjudul “TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP SELLER PADA MARKETPLACE” yang disusun oleh Nur Alimah, Mahasiswa hukum Universitas Hasanudin Makasar, yaitu sama-sama mengkaji terkait perlindungan Seller atau pelaku usaha dalam melakukan jual beli barang di *marketplace*. Dalam tesis ini menguji bagaimana perlindungan hukum bagi pelaku usaha pada *marketplace* sedangkan dalam penelitian penulis ini menguji terkait hak pelaku usaha dalam melakukan jual beli di *marketplace* baik itu pelaku usaha lokal maupun asing. Karena akibat kebijakan pemerintah dengan menutup toko warga negara asing dalam *marketplace* yang tidak memenuhi standarisasi harga pasar pada umumnya dan untuk melindungi UMKM produk lokal.

Skripsi yang ketiga yang berjudul “ANALISIS PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI E-COMMERCE MENURUT HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF ” yang disusun oleh Hamsinar, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, yaitu sama-sama mengkaji hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online. Dalam skripsi tersebut menggunakan penelitian normatif terkait seluruh hak konsumen dalam jual beli online sedangkan, dalam penelitian penulis mengkaji salah satu hak konsumen yang belum terpenuhi dalam penelitian ini yaitu Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Berdasarkan persamaan, perbedaan dan kontribusi yang dimiliki oleh tiap-tiap penelitian tersebut, terdapat kebaruan atas penelitian ini, yaitu :

NO	PROFIL	JUDUL
1.	Dhea Cynara Torong Mahasiswa Sumatera Utara	ANALISIS YURIDIS WANPRESTASI OLEH PENJUAL DALAM JUAL BELI MELALUI MEDIA INTERNET
RUMUSAN MASALAH		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah pengaturan transaksi jual beli secara online dalam hukum kontrak di Indonesia telah memberikan kepastian hukum terhadap hubungan kontraktual para pihak yang melakukan transaksi melalui media internet? 2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pihak yang dirugikan akibat perbuatan wanprestasi oleh penjual dalam pelaksanaan jual beli melalui media internet? 3. Bagaimana penyelesaian akibat wanprestasi terhadap para pihak dalam pelaksanaan jual beli melalui media internet? 		
HASIL PENELITIAN		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaksanaan transaksi e-commerce pada prinsipnya sama seperti jual beli konvensional pada umumnya sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang memuat syarat – syarat sahnya perjanjian berdasarkan kesepakatan diantara pihak pembeli dan penjual atau <i>marketplace</i>. Namun menurut peneliti pengaturan transaksi e-commerce dalam hukum kontrak di Indonesia dirasa belum memberikan kepastian hukum karena dalam pelaksanaannya transaksi jual beli secara online dilaksanakan berdasarkan klausula baku yang telah dibuat secara sepihak oleh pihak penjual atau <i>marketplace</i>, yang mana kapanpun pihak penjual atau <i>marketplace</i> tersebut dapat membatalkan transaksi secara sepihak dimana hal ini dapat memberikan kerugian materiil maupun immateriil terhadap pihak pembeli. UU ITE hanya mengatur mengenai perbuatan hukum yang dilakukan pihak melalui sistem elektronik atau internet akan tetapi tidak ada mengatur secara jelas mengenai ketentuan jual beli online. 2. Hak – hak pembeli dijamin dengan tanggung jawab penjual yang wanprestasi dengan tindakan pemberian ganti rugi antara lain berupa : pengembalian dana (refund), penukaran barang, pengembalian barang atau penggantian barang. Hal ini sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 1243 KUHPerdara dimana 133 apabila penjual melakukan wanprestasi maka debitur diharuskan membayar ganti rugi, sementara kreditur dapat 		

	<p>meminta pemenuhan perjanjian, atau pemenuhan perjanjian disertai ganti rugi dan pembatalan perjanjian dengan ganti rugi Pasal 1267 KUHPerdara. Namun bila diperhatikan bentuk ganti rugi yang diberikan sebatas hanya untuk melindungi kepentingan penjual atau <i>marketplace</i> saja.</p> <p>3. Penyelesaian akibat wanprestasi oleh penjual melalui <i>marketplace</i> blibli.com dilakukan berdasarkan ketentuan yang sudah diatur dalam kontrak dagang blibli.com sebagaimana tertera homepage di situs blibli.com. antara lain berupa ganti rugi baik berupa dana maupun barang, dimana dalam hal menuntut haknya atas wanprestasi ini maka pihak pembeli wajib mengikuti ketentuan dari blibli dan memberikan seluruh bukti-bukti kepada blibli.com. Menurut peneliti bentuk penyelesaian wanprestasi terhadap pihak pembeli di blibli.com belum tepat karena tidak sesuai dengan asas keseimbangan dalam suatu perjanjian, hal ini disebabkan kontrak baku dibuat secara sepihak oleh pihak <i>marketplace</i> atau blibli.com sendiri. Jadi disini terlihat adanya ketidakseimbangan posisi tawar menawar antara produsen atau penjual dan pembeli di pihak lain pihak.</p>
PERSAMAAN	Sama-sama mengkaji terkait penjual/ <i>Seller</i> yang melakukan wanprestasi dalam jual beli melalui media internet.
PERBEDAAN	Jika Tesis tersebut lebih berfokus pada penjual yang melakukan wanprestasi sedangkan penelitian penulis lebih berfokus pada toko penjual asing di <i>marketplace</i> yang ditutup.
KONTRIBUSI	Untuk mengetahui pengaturan dalam menangani pelaku usaha/penjual yang melakukan wanprestasi di <i>marketplace</i> .
2.	<p>Nur Alimah, Mahasiswa hukum Universitas Hasanudin Makassar</p> <p>TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP SELLER PADA MARKETPLACE</p> <p>RUMUSAN MASALAH</p> <p>1. Bagaimana hubungan hukum para pihak yang terlibat dalam jual beli melalui <i>marketplace</i>?</p> <p>2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap seller/ penjual dalam transaksi jual beli melalui <i>marketplace</i>?</p>

HASIL PENELITIAN	
1.	<p>Hubungan hukum antara para pihak pada <i>marketplace</i> bermula pada saat pengguna menyepakati syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pihak <i>marketplace</i>. Pada transaksi jual beli melalui <i>marketplace</i>, para pihak yang terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik. Hubungan hukum antara penjual dan pembeli pada <i>marketplace</i> lahir dari perjanjian jual beli yang dilakukan secara elektronik, antara <i>marketplace</i> dan jasa pengiriman lahir dari perjanjian kerja sama, antara pengguna (penjual/pembeli) dengan perusahaan ekspedisi lahir dari perjanjian ekspedisi, antara perusahaan ekspedisi dengan jasa pengangkutan hubungan hukumnya lahir dari perjanjian pengangkutan, antara pihak <i>marketplace</i> dengan bank dan antara bank dengan pembeli hubungan hukumnya lahir dari perjanjian penyimpanan, antara <i>marketplace</i> dengan perusahaan asuransi hubungan hukumnya lahir dari perjanjian kerja sama, dan antara asuransi dengan pembeli hubungan hukumnya lahir ketika pembeli memilih untuk menggunakan jasa asuransi maka berlakulah perjanjian asuransi.</p> <p>2. Perlindungan hukum bagi penjual/seller terutama ditekankan dalam hal pembayaran, pihak <i>marketplace</i> mengharuskan konsumen untuk melakukan pembayaran dan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran, baru setelah itu pihak seller akan mengkonfirmasi dan akan dilakukan pengiriman barang yang di pesan. Apabila terjadi suatu masalah maka sebagai bentuk tanggung jawab, platform/ pihak <i>marketplace</i> menyediakan layanan pengaduan untuk menerima laporan para pihak. Selain itu pihak <i>marketplace</i> tertentu juga menyediakan fitur layanan asuransi untuk melindungi pihak penjual dan pembeli.</p>
PERSAMAAN	Sama-sama penelitian normatif yang menganalisa perlindungan hukum hak dan kewajiban bagi seller.
PERBEDAAN	Dalam tesis ini lebih berfokus pada perlindungan hukum bagi Seller atau penjual sedangkan, penelitian penulis lebih berfokus pada mengapa toko seller asing yang berjualan di <i>marketplace</i> ditutup.
KONTRIBUSI	Agar masyarakat sebagai seller ataupun konsumen mengetahui tata cara transaksi dalam <i>marketplace</i> dan perlindungan hukum yang terkait pada keduanya.
3.	<p>Hamsinar, Mahasiswa Universitas Islam</p> <p style="text-align: center;">ANALISIS PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI E-</p>

Negeri Alauddin Makassar	COMMERCE MENURUT HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF
RUMUSAN MASALAH	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimanakah upaya perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli di shopee? 2. Bagaimanakah perlindungan hak konsumen dalam transaksi e-commerce menurut hukum ekonomi islam dan hukum positif ? 	
HASIL PENELITIAN	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Upaya perlindungan hukum konsumen dalam jual beli di shopee diatur dalam ketentuan syarat dan layanan shopee. Segala aturan terkait jual beli maupun penggunaan tertera pada layanan tersebut. Upaya perlindungan konsumen di shopee terfokuskan pada pengembalian barang (retur) dan pengembalian dana (refund). Jika terjadi kesalahan terhadap barang yang diterima terlebih dahulu konsumen berkomunikasi dengan penjual melalui chat yang disediakan pada platform shopee. Apabila akan melakukan pengembalian barang maka pihak shopee telah memberikan prosedur pengembalian dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Selanjutnya shopee akan mengembalikan dana pembeli apabila telah memperoleh konfirmasi dari penjual bahwa barang yang di return telah sampai. Selain itu bentuk upaya perlindungan konsumen shopee juga terkait dengan perlindungan data pribadi konsumen dimana hal tersebut diatur dalam ketentuan layanan. Segala informasi pribadi pembeli dan penjual yang dimasukkan pada saat menggunakan platform tersebut akan digunakan sebagaimana mestinya. 2. Perlindungan hak konsumen dalam transaksi di shopee pada dasarnya telah sesuai, dimana terdapat hak khiyar. Yang terkandung didalamnya hak khiyar syarat, khiyar rukyat, dan khiyar aib yaitu dalam pengembalian barang (retur) dan juga pengembalian dana (refund). Sedangkan menurut hukum positif perlindungan hak konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagian besar aturan telah sesuai, namun masih terdapat aturan lain yang belum sesuai yaitu terkait dengan mekanisme pengembalian barang dan dana, dimana masih banyak konsumen yang memilih tidak melakukan pengembalian dengan alasan mekanismenya yang sulit. Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik shopee telah membuat aturan yang dapat memberikan kemudahan dan perlindungan kepada konsumen. 	
PERSAMAAN	Sama-sama menjelaskan perlindungan hukum terhadap konsumen.
PERBEDAAN	Pada skripsi ini meneliti terkait seluruh hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli konvensional maupun online sedangkan penelitian

		penulis meneliti terkait yang hak konsumen dalam transaksi jual beli online yang berbunyi Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
	KONTRIBUSI	Agar masyarakat mengetahui hak dan kewajiban apa yang harus dilakukan oleh konsumen saat melakukan transaksi jual beli konvensional maupun online.

Sedangkan penelitian ini, adalah:

PROFIL	JUDUL
A'IDATUL FITRIAH SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM MALANG	AKIBAT HUKUM PENUTUPAN TOKO WARGA NEGARA ASING (TOKO ASING) DALAM MARKETPLACE DI INDONESIA TERHADAP KONSUMEN
RUMUSAN MASALAH	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Pengaturan Penutupan Toko Warga Negara Asing (Toko Asing) Dalam <i>Marketplace</i> di Indonesia. 2. Bagaimana Akibat Hukum Penutupan Toko Warga Negara Asing (Toko Asing) Dalam <i>Marketplace</i> di Indonesia Terhadap Konsumen. 	
NILAI KEBARUAN	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkaji terkait undang-undang yang berlaku terkait kebijakan pemerintah dalam penutupan toko warga negara asing (toko asing) dalam <i>marketplace</i> untuk meningkatkan pendapatan UMKM lokal. 2. Mengkaji terkait akibat hukum atas penutupan toko warga negara asing (toko asing) dalam <i>marketplace</i> di Indonesia terhadap konsumen. 3. Menganalisis terkait hak konsumen yang berbunyi Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. 	

F. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dalam memahami substansi dari penelitian ini, maka sesuai proporsi penulisan skripsi berikut adalah kerangka penulisan skripsi yang akan di sistematiskan dalam sistematika penulisan diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan menjadi bab pertama yang menjadi kerangka awal dalam sebuah penulisan skripsi dengan berisikan beberapa hal di dalamnya. Dalam pendahuluan didahului dengan latar belakang, latar belakang merupakan alasan penulis mengambil penelitian tersebut dengan deskripsi yang objektif terkait permasalahan yang diangkat. Selanjutnya diikuti perumusan masalah, dalam hal ini penulis memberikan beberapa pertanyaan yang terkait permasalahan penelitian yang kemudian akan menjadi sub pembahasan dalam penulisan skripsi yang akan diangkat. Dalam kata lain penulis mengungkap jawaban dari pertanyaannya dalam bentuk penulisan penelitian. Kemudian berisi tujuan penulisan, penulis memberikan tujuannya dalam melakukan penelitian tersebut yang didasarkan perumusan masalah yang telah dibuat. Dan juga berisi manfaat penulisan, berisi tentang manfaat yang akan diterima dalam melakukan penelitian tersebut. selanjutnya berisi orisinalitas penelitian, ini digunakan untuk identifikasi keaslian dari bahan penelitian penulis. Kemudian selanjutnya ialah metode penelitian, dalam sub ini berisi metode pendekatan, jenis penelitian, bahan data, metode pengumpulan dan pengolahan data, analisis data, dan terakhir ialah sistematika penulisan sebagai kerangka awal dalam penulisan skripsi agar nantinya dapat memiliki arah yang sistematis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang uraian kajian teori yang mendukung penulisan skripsi ini. Dalam bab ini memuat mengenai akibat hukum secara umum, pembahasan mengenai penutupan, pembahasan mengenai toko warga negara asing, pembahasan terkait *marketplace* di indonesia, pembahasan konsumen secara umum, pembahasan terkait toko warga negara asing dalam *marketplace*, dan pembahasan penutupan toko warga negara asing dalam *marketplace* di indonesia.

BAB III HASIL PENELITIAN

Dalam Bab ini memuat pembahasan terkait persoalan yang telah dipaparkan dalam perumusan masalah dengan permasalahan sebagai berikut: Pertama, Pengaturan Penutupan Toko warga negara asing Dalam *Marketplace* di Indonesia Terhadap Konsumen dan Kedua, Akibat Hukum Penutupan Toko warga negara asing Dalam *Marketplace* di Indonesia Terhadap Konsumen. Pembahasan terkait perumusan masalah dengan menggunakan hukum positif yang berlaku terkait permasalahan dan juga deskripsi secara objektif.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini merupakan akhir dari sebuah penulisan dalam penelitian skripsi. Dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah ditulis oleh penulis. Kesimpulan sendiri merupakan substansi skripsi dimana pembaca dapat memahami isi penelitian tanpa harus membaca secara keseluruhan. Dan juga dalam bab ini berisi saran dari penulis untuk menyempurnakan hasil penulisan penelitiannya dengan beberapa pertimbangan untuk pelaksanaan kedepannya dan berguna untuk mahasiswa ataupun solusi yang solutif bagi pemerintah dan masyarakat umum.



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Penutupan toko warga negara asing disebabkan karena 2 sebab yaitu upaya melindungi UMKM di Indonesia dan pemasaran produk yang tidak sesuai harga pasar. Dan beberapa urgensi terkait penutupan toko warga negara asing di *marketplace* yaitu pentingnya memajukan UMKM lokal di kancah Internasional, melindungi industri domestik, bangga atas produk dalam negeri, meningkatkan perekonomian negara, pencegahan persaingan dagang tidak sehat, dan menciptakan lapangan kerja baru.

Berdasarkan uraian diatas terdapat beberapa Peraturan hukum terkait dengan *marketplace* di Indonesia yang terdiri dari: Peraturan pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), Undang-undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja perubahan atas undang-undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.210/PMK.010/2018 Tentang perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

2. Akibat hukum penutupan toko warga negara asing di *marketplace* ini menimbulkan dampak bagi pelaku usaha luar negeri yang terpaksa ditutup karena melanggar

beberapa ketentuan yang ditetapkan di undang-undang yang berlaku. Dan dampak bagi konsumen diantaranya yaitu dampak negatif ialah konsumen tidak dapat memilih barang atau produk yang diinginkan dan dampak positif ialah turut mengembangkan produk dalam negeri dengan membeli barang produksi UMKM Indonesia. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha luar negeri agar dapat meneruskan kegiatan jual beli di *marketplace* indonesia yaitu dengan wajib memiliki perizinan usaha, wajib memiliki NPWP, wajib membayar pajak, dan menerapkan harga sesuai harga pasar.

B. SARAN

Dari rincian uraian skripsi diatas terdapat beberapa saran dari penulis, yaitu :

1. Dari kebijakan yang dikeluarkan sangat berdampak kepada seller indonesia yang mencari barang dagangannya di toko warga negara asing yang telah ditutup. Jadi, menurut penulis alangkah baiknya untuk memberi wawasan akan pentingnya meningkatkan UMKM lokal dan bangga dengan produk dalam negeri kepada seller indonesia maupun konsumen di Indonesia.
2. Dari kebijakan tersebut juga merenggut hak konsumen untuk bebas memilih barang/jasa yang akan dibeli, sebaiknya jika pemerintah ingin meningkatkan produk UMKM dalam negeri maka harus menyeimbangkan juga kualitas yang sama akan pembelian barang di toko warga negara asing atau luar negeri, agar nantinya para konsumen tidak kecewa dengan pembelian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bachtiar, 2019, *Metode Penelitian Hukum*, Banten: UNPAM PRESS.
- Basu Swastha, 2003, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Jhonny Ibrahim, 2006, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Muhamad Sadi Is, 2015, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Kencana.
- M. Syamsudin, 2007, *Operasionalisasi Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Peter Mahmud Marzuki, 2017, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana.
- Ristiyanti Prasetyo, John J.O.I lhalauw, 2005, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi.
- R. Soeroso, 2011, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Soerjono Sukanto dan Sri Mamudji, 2006, *Penelitian Hukum Normatif Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajawali Press.
- Soetandjo Wignjosoebroto, 2002, *Hukum Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, Jakarta: Huma.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Suratman, Philips Dillah, 2015, *Metode Penelitian Hukum*, Bandung : Alfabeta.
- Ujang Sumarwan, 2003, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yanti Nurhayati, 2020, *Pengantar Ilmu Hukum*, Bandung : Penerbit Nusa Media.

PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Tentang Cipta Kerja Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

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

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce).

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai Dan Pajak Atas Impor Barang Kiriman.

JURNAL

Aditya Ayu Hakiki et al., Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online, *Justitia Jurnal Hukum* 119, No. 1, 2017, Diunduh https://www.researchgate.net/publication/323010094_Perlindungan_Hukum_Bagi_Pembeli_Dalam_Sengketa_Jual_Beli_Online

Amalia Desiani et al., Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik, *Acta Diurnal* Vol. 2, No. 1, 2018, Diunduh https://www.researchgate.net/publication/335717203_Implementasi_Asas_Itikad_Baik_Dalam_Perlindungan_Konsumen-Atas_Pembatalan_Transaksi_Yang_Dilakukan_Oleh_Situs_Belanja_Elektronik

Amelia Lestari BR Ginting, 2020, Pengaruh Marketplace di Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Pada Karyawan PT RAPP (RIAU ANDALAN PULP AND PAPER), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara, Medan.

Dita Hapsari Dkk, 2019, Kedudukan E-Commerce Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Volume 8, nomor 1, diunduh di <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/>

Mulyadi, M. 2012, Riset Desain Metodologi Penelitian, Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol.16, No. 1, Januari 2012.

Nursani Dkk, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma), e-Jrm Vol. 8. No.9 Februari 2019, Malang, Diunduh di <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/issue/view/281>

INTERNET/WEBSITE

Anisyah Al Faqir, 2021, Shopee Tutup Toko Yang Jual Produk Tekstik Impor, Diakses di <https://www.merdeka.com/uang/shopee-tutup-toko-yang-jual-produk-tekstil-impor.html>

Antara, 2021, Aturran Blokir Barang UMKM Impor Dari Marketplace Sedang Disiapkan, diakses di <https://bisnis-tempo-co-cdn.ampproject.org/v/bisnis.tempco.co/amp> pada tanggal 29 November 2021.

Bidara Pink, 2021, BI: Nilai Transaksi E-commerce Februari 2021 Naik 45,28%, <https://amp-kontan-co-id.cdn.ampproject.org/v/s/amp.kontan.co.id/news/bi-nilai-transaksi-e-commerce-februari-2021-naik-4528>

Ibnu Ismail, 2020, Apa itu Marketplace? Inilah Pengertian dan Jenis-jenisnya, Diakses di <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-marketplace/>

Kementerian Investasi, 2021, Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia, Diakses di <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>

Media Wahyuni Askar, 2021, Ironi E-commerce di Indonesia, Center For Innovation and Digital Economy INDEF, Diunduh di <https://www.indef.or.id/>

Novina Putri Bestari, 2021, CNBC Indonesia, Tokopedia Vs Shopee: Siapa Juara Marketplace di Indonesia ?, Diakses di <https://www-cnbcindonesia-com.cdn.tokopedia-vs-shopee-siapa-juara-marketplace-di-indonesia/>

- Nuraini Pebriani, 2021, Tarif Pajak E-Commerce Dan UMKM diakses di <https://www.pajak.com/pwf/tarif-pajak-e-commerce-dan-umkm/>
- R. Yudha Triarioanto Wasono, 2020, Analisis Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019, Diakses di <https://siplawfirm.id/analisa-kebijakan-terbaru-e-commerce-berdasarkan-pp-80-tahun-2019/>
- Siaran Pers, 2021, Menkop UKM Apresiasi Diperketatnya Produk Cross Border Ke Indonesia, Diakses di <http://kemenkopukm.go.id>
- Siaran Pers, 2021, Pembatasan Kuota Impor Berpotensi Lukai UMKM, diakses di <https://id-cips-indonesia-org.cdn.amproject.org>
- Sulaeman, 2021, Shopee Buka Peluang Tambah Daftar Produk Impor Yang Dilarang Dijual, Diakses di <https://www.merdeka.com/uang/shopee-buka-peluang-tambah-daftar-produk-impor-yang-dilarang-dijual.html>
- Roy, 2021, Beli Barang China di Shopee Kini Dibatasi, Bye Mr Hu, Diakses di <https://cnbcindonesia.com>
- Tira Santia, 2021, Shopee Indonesia Tutup 13 Kategori Produk Impor, ini Daftarnya, Diakses di <https://m-liputan6-com.cdn.ampproject.org>

