

**PEMISAHAN PENGATURAN *SOCIAL COMMERCE* DENGAN
ELECTRONIC COMMERCE DEMI MEMBERIKAN
KEPASTIAN HUKUM BAGI PERLINDUNGAN KONSUMEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

Pada Bagian Studi Hukum Perdata

Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

Oleh :

RENDY AGUSTIAN

02011282025158

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

INDRALAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rendy Agustian
NIM : 02011282025158
Program Kekhususan : Hukum Perdata

JUDUL :

**PEMISAHAN PENGATURAN *SOCIAL COMMERCE* DENGAN
ELECTRONIC COMMERCE DEMI MEMBERIKAN
KEPASTIAN HUKUM BAGI PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Telah diuji dan lulus dalam Sidang Ujian Komprehensif pada tanggal 15 Mei 2024 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya


Mengesahkan,

Pembimbing Utama



Dr. Putu Samawati, S.H., M.H.
NIP.198003082002122002

Pembimbing Pembantu



Dian Afrilia, S.H., M.H.
NIP.198204132015042003



Mengetahui,

**Dekan Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya**



Prof. Dr. Febrian, S.H., M.S.
NIP. 196201311989031001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rendy Agustian

NIM : 02011282025158

Tempat/Tanggal Lahir : Talang Bulang, 22 Agustus 2002

Fakultas : Hukum

Strata Pendidikan : S1

Bagian/Program Kekhusuan : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan yang sebelumnya yang telah diajukan untuk memperoleh gelar di Perguruan Tinggi manapun tanpa mencantumkan sumbernya. Skripsi ini juga tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumbernya dalam teks.

Demikianlah pernyataan ini telah saya buat dengan sebenarnya. Apabila terbukti saya telah melakukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul dikemudian hari sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Indralaya, 21 Mei 2024,

Yang Menyatakan



Rendy Agustian

NIM. 02011282025158

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Your time is limited, so don't waste it living someone else's life. Don't be trapped by dogma—which is living with the results of other people's thinking.

Don't let the noise of other's opinions drown out your own inner voice. And most important, have the courage to follow your heart and intuition. They somehow already know what you truly want to become. Everything else is secondary.

(Steve Jobs)

I See it, I like it, I Want it, I got it.

(Ariana Grande)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1. Kedua Orang Tua, Ayah, dan Ibuku tercinta**
- 2. Kakek dan Nenek tersayang**
- 3. Adik dan Keluarga besar tercinta**
- 4. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas
Sriwijaya**
- 5. Para sahabat dan teman-teman
seperjuanganku**
- 6. Almamater kebanggaan**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menuntaskan penulisan skripsi ini dengan mengangkat judul, "**Pemisahan Pengaturan *Social Commerce* dengan *Electronic Commerce* Demi Memberikan Kepastian Hukum Bagi Perlindungan Konsumen**". Penulisan skripsi ini ditulis dan disusun dalam rangka untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya.

Kelancaran penulisan skripsi tidak lepas dari dukungan keluarga, dosen pembimbing, sahabat, dan orang-orang terdekat saya sehingga pada kesempatan kali ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati dan melindungi kita semua.

Indralaya, 21 , Mei 2024



Rendy Agustian

NIM. 02011282025158

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan yang sangat berbahagia ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah meluangkan waktu, memberikan semangat, bantuan, serta doa-doa yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis berikan kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini;
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya;
3. Bapak Prof. Dr. Febrian, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya sekaligus Pembimbing Akademik penulis.
4. Bapak Dr. Mada Apriandi Zuhir, S.H., M.C.L., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
5. Ibu Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S.Ant., M.A., L.L.M selaku Wakil II Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
6. Bapak Dr. Zulhidayat, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
7. Bapak Dr. M. Syaifuddin, S.H., M.Hum., selaku Kepala Bagian Program Kekhususan Studi Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu serta mengarahkan penulis;

8. Ibu Dr. Putu Samawati, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan banyak gagasan dalam proses penulisan skripsi ini serta telah membimbing dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini;
9. Ibu Dian Afrilia, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini;
10. Seluruh Dosen dan tenaga pengajar Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan;
11. Seluruh Staf Administratif Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
12. Orang tua, kakek, nenek, adik, dan semua keluargaku tersayang yang selalu memberikan cinta kasihnya kepada penulis serta selalu mendoakan penulis dengan tulus. Terima kasih atas segala dukungan yang tidak henti-hentinya penulis terima sampai saat ini;
13. Teman-teman Kos Pak Sugeng dan Al Barokah yang telah memberi warna kehidupan perkuliahan penulis sedari perkuliahan, yakni Cahyo, Pandi, Andre, Figo, Kennedy, dan Ratih;
14. Kelompok PLKH C1 yang memiliki tempat tersendiri di hati penulis;
15. Terima kasih kepada seluruh rekan Fakultas Hukum Angkatan 2020;

16. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama ini, baik selama proses perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
F. Metode Penelitian	9
1. Jenis Penelitian.....	9
2. Pendekatan Penelitian	9
3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	10
4. Sumber Bahan Hukum	11
5. Analisis Bahan Hukum	14
6. Penarikan Kesimpulan	14
BAB II TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP <i>SOCIAL-COMMERCE</i> DAN <i>ELEKTRONIC-COMMERCE</i>	15
A. Landasan Teori	15
1. Teori Keadilan	16
2. Teori Kepastian Hukum	17

3. Teori Perlindungan Hukum	19
B. Tinjauan Umum tentang Perdagangan Elektronik (<i>E-Commerce</i>)	23
1. Konsep Perdagangan Elektronik	21
2. Penyelenggara Perdagangan Elektronik	26
3. Ruang Lingkup Perdagangan Elektronik	31
C. Tinjauan Umum tentang <i>Social-Commerce</i>	35
1. Konsep Perdagangan Elektronik Melalui <i>Social-Commerce</i>	34
2. Perkembangan <i>Social-Commerce</i>	38
3. Perbedaan <i>Social-Commerce</i> dengan <i>Electronic-Commerce</i>	41
D. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen	45
1. Pengertian Perlindungan Konsumen Secara Umum	45
2. Sengketa Konsumen	49
3. <i>Online Dispute Resolution</i> dalam Penyelesaian Sengketa Perdagangan Elektronik	52

BAB III UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DENGAN MEMISAHKAN PENGATURAN <i>ELECTRONIC-COMMERCE</i> DENGAN <i>SOCIAL-COMMERCE</i>	57
A. Urgensi yang Melatarbelakangi Pembentukan Pengaturan <i>Social- Commerce</i>	57
1. Proteksi Perekonomian Nasional	58
2. Keadilan Persaingan Usaha	64
3. Perlindungan Konsumen	69
B. Akibat Hukum Pengaturan <i>Social-Commerce</i> dalam Permendag No. 31 Tahun 2023 Terhadap Penyelenggara Sistem Elektronik, Pelaku Usaha, dan Konsumen.....	73
1. Penyelenggara Sistem Elektronik (Pengkategorian <i>Social-Commerce</i> Sebagai Salah Satu Model Bisnis PPMSE).....	73
2. Pelaku Usaha (Pelarangan Memfasilitasi Transaksi Pembayaran Pada Sistem Elektronik)	81

3. Konsumen (Perlindungan Konsumen Pasca Dikategorikanya <i>Social-Commerce</i> ke dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik)	86
BAB IV PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Rekomendasi.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

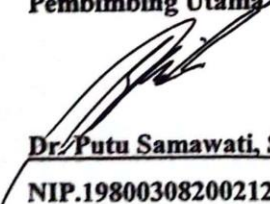
Tabel 1. Mekanisme Layanan Konsumen Pada <i>E-Commerce</i>	88
--	----

ABSTRAK

Skripsi ini mengeksplorasi hubungan antara *social-commerce* dengan ketidakpastian hukum dan kekurangan perlindungan hukum dalam konteks perdagangan elektronik. *Social-commerce* sebagai salah satu platform perdagangan elektronik dianggap tidak memiliki perlakuan pengaturan yang adil (*same level playing field*) dengan *e-commerce* jenis lainnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis latar belakang dibentuknya pengaturan *social-commerce* beserta akibat hukumnya terhadap penyelenggara sistem elektronik, pelaku usaha, dan konsumen atas berlakunya Permendag No. 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang menggunakan metode pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual dengan mengumpulkan bahan hukum melalui studi kepustakaan. Analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode deduktif untuk penarikan kesimpulannya. Temuan penelitian didapatkan bahwa proteksi perekonomian nasional, keadilan persaingan usaha, dan perlindungan konsumen merupakan urgensi yang melatarbelakangi pembentukan pengaturan *social-commerce* di dalam Permendag No. 31 Tahun 2023. Selain itu, sejak Permendag No. 31 Tahun 2023 diberlakukan, dengan mengkategorikan *social-commerce* ke dalam salah satu jenis Perdagangan Melalui Elektronik (PMSE) membuat *social-commerce* juga turut memiliki regulasi perpajakan, perizinan berusaha, serta mekanisme layanan pengaduan konsumen yang berdampak positif terhadap pelaku usaha dan konsumen khususnya dari segi kepastian hukum.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Perlindungan Konsumen, *Social-Commerce*

Pembimbing Utama


Dr. Putu Samawati, S.H., M.H.

NIP.198003082002122002

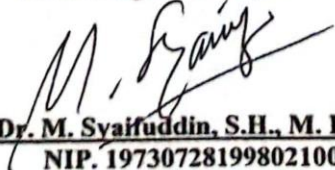
Pembimbing Pembantu


Dian Afrilia, S.H., M.H.

NIP.198204132015042003

Mengetahui

Ketua Bagian Hukum Perdata


Dr. M. Syaifuddin, S.H., M. HUM.

NIP. 197307281998021001

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi dan akses internet telah mempengaruhi cara bisnis dilakukan. Banyaknya kegiatan sehari-hari yang membutuhkan akses internet merupakan suatu kenyataan yang membuat internet menjadi media yang efektif baik untuk perseorangan maupun perusahaan untuk mempromosikan atau menjual barang dan atau jasa kepada konsumen yang tersebar di seluruh dunia. Hingga Januari 2023, terdapat 219,9 juta pengguna internet di Indonesia, 167 juta di antaranya merupakan pengguna media sosial.¹ Dengan kata lain, 78 persen dari total 219,9 juta pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial atau sekitar 60,4 persen dari total keseluruhan jumlah penduduk Indonesia yang sebanyak 272 juta jiwa.² Tingginya angka pengguna internet dan media sosial memberikan potensi yang besar terhadap pangsa pasar perdagangan digital di Indonesia.

Luasnya penggunaan internet dan tingginya penggunaan media sosial telah membuka peluang besar bagi perkembangan perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia, beberapa di antaranya adalah *e-commerce* dan *social-commerce*. *E-commerce* adalah platform di mana produk dan layanan dapat dibeli dan dijual secara *online* dengan memanfaatkan teknologi seperti *website* atau

¹Simon Kemp, "Digital 2023: Indonesia", available on <https://datareportal.com/reports/digital-2023-Indonesia>, diakses pada tanggal 30-08-2023.

² Badan Pusat Statistik (BPS), "Jumlah penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2021-2023", available on <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>, diakses pada tanggal 30-08-2023.

aplikasi, transfer uang elektronik, *automated data collection systems*, *supply chain management*, *electronic data interchange (EDI)*, dan *online transaction processing*.³ Kehadiran *e-commerce* yang memungkinkan penjual dan pembeli untuk berinteraksi tanpa batasan geografis membuka potensi pasar yang lebih luas dan beragam. Hal itu telah mengubah cara tradisional berbelanja dan berdagang karena masyarakat di era sekarang dapat membeli suatu produk tanpa harus bertemu di dunia nyata di antara para pihaknya.

Perkembangan terbaru dalam mekanisme jual beli *online* kini juga dapat dilakukan dengan menggunakan kanal media sosial sebagai perantaranya. Inovasi ini dalam perkembangannya dikenal sebagai *social-commerce* yang merupakan integrasi antara media sosial dengan *e-commerce*.⁴ Fenomena baru *social-commerce* dapat didefinisikan secara sederhana sebagai aktivitas transaksi *e-commerce* yang dilakukan di lingkungan sosial media.⁵ Sementara itu, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pasal 1 angka 17 memberikan definisi *social-commerce* sebagai “penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan pedagang (*merchant*) dapat memasang penawaran

³ Attar, R.W. dkk, “ New Trends in E-Commerce Research: Linking Social Commerce and Sharing Commerce: A Systematic Literature Review”. *Sustainability*, 2022, Vol 14 No. 23, hlm. 3 available on <https://doi.org/10.3390/su142316024>.

⁴ Septian Deny, “Social Commerce Naik Daun, Bagaimana Nasib E-Commerce?”, available on <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5302725/social-commerce-naik-daun-bagaimana-nasib-e-commerce>, diakses pada tanggal 30-08-2023.

⁵ Liang, T.-P. dan E. Turban, “Introduction to the special issue social commerce: a research framework for social commerce”, *International Journal of Electronic Commerce*, 2011, Vol 16 No. 2, hlm. 6, available on <http://dx.doi.org/10.2753/JEC1086-4415160201>.

barang dan/atau jasa ke pelaku usaha lainnya”. Platform media sosial dalam perkembangannya memang kini tidak lagi hanya digunakan untuk berinteraksi sosial semata, tetapi juga menjadi tempat di mana bisnis dapat mempromosikan produk dan layanan mereka.

Model bisnis *social-commerce* pada dasarnya merupakan aplikasi sosial media yang diperuntukan untuk pertukaran informasi, interaksi percakapan, atau pun konten hiburan baik berupa gambar, tulisan, maupun video. Namun, seiring dengan semakin berkembangnya algoritma teknologi yang mampu memahami kebiasaan, minat, dan daya tarik para penggunanya membuat layanan media sosial saat ini memanfaatkan kelebihan tersebut untuk menambah fitur yang memungkinkan pelaku bisnis untuk menjual produk secara langsung kepada konsumen melalui platform media sosialnya, seperti TikTok dengan fitur *TikTok Shop*, Instagram dengan *Instagram Shopping*, WhatsApp dengan *WhatsApp Business*, Line dengan *Line Shopping*, dan sejenisnya. Hal tersebut telah menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan terintegrasi dengan lingkungan yang akrab bagi konsumen.

Regulasi aplikasi media sosial diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik dan juga Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat. *Social-commerce* yang pada praktiknya merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan secara elektronik, maka sudah seharusnya untuk tunduk juga terhadap regulasi yang mengatur *e-commerce* sebagaimana termuat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE). Selain itu, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga memberikan pengaturan secara umum terhadap setiap transaksi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik.

Pada dasarnya, baik *e-commerce* maupun *social-commerce* jelas memiliki model bisnis yang berbeda sehingga aturan untuk meregulasi hal ini memang perlu untuk dibedakan. Perbedaan utama antara *e-commerce* dan *social-commerce* terletak pada sistem interaksi penggunaannya, yang mana *e-commerce* sebagai sebuah *platform* hanya mengakomodir komunikasi satu arah yang hanya menyediakan katalog *online* dan rekomendasi produk, sedangkan *social-commerce* memiliki pendekatan yang berbeda dengan menggunakan metode sosial-hiburan yang interaktif sehingga memungkinkan satu konsumen berbagi pengalaman berbelanja dengan konsumen lainnya.⁶ Lapangan bisnis yang “abu-abu” dari *social-commerce* yang bermain di wilayah penyedia jasa sosial media dan sebagai pasar produk penyedia layanan transaksi elektronik telah mengakibatkan ketidakjelasan terkait kewajiban dan tanggung jawab para pihak dalam berbagai aktivitas jual beli. Misalnya, ketika konsumen menerima barang yang tidak sesuai, seharusnya ada kebijakan untuk mekanisme pengembalian

⁶ Huang, Qian., Robert M. Davison., dan Hefu Liu., “An Exploratory Study of Buyers’ Participation Intentions in Reputation Systems: The Relationship quality Perspective.” *Information & Management*, 2014, Vol 51 No. 89, hlm, 5, available on <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0378720614001153>.

barang, apabila barang pesanan tidak sampai konsumen berhak atas pengembalian uang, atau bagaimana upaya platform penyedia layanan memastikan keamanan transaksi untuk mencegah terjadinya penipuan oleh pihak penjual. Begitu pun mengenai legalitas berusaha, penyedia layanan *e-commerce* diwajibkan untuk memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan melalui Sistem Elektronik (SIUPMSE). Saat ini platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, sudah dikenai Pajak Penghasilan (PPH) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) bagi para pihak yang bertransaksi di dalamnya, sementara itu belum ada regulasi perpajakan yang mengatur lewat *social-commerce* yang mengakibatkan persaingan di antara kedua platform ini dinilai tidak adil.⁷

Semakin kegiatan transaksi jual beli sering terjadi secara digital, kepastian hukum perlindungan konsumen menjadi semakin penting. Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya.⁸ Perlindungan konsumen melibatkan keamanan, privasi, informasi yang akurat, dan tanggung jawab penjual terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, perlu adanya pemahaman yang jelas tentang bagaimana *social commerce* dan *e-commerce* berbeda dalam hal interaksi antara penjual dan konsumen, mekanisme pembayaran, penanganan sengketa, serta kewajiban dan tanggung jawab yang melekat pada masing-masing model bisnis.

⁷ Faisal Rachman, "Tanpa Regulasi, *Social Commerce* Main Sendiri", available on <https://validnews.id/nasional/tanpa-regulasi-social-commerce-main-sendiri>, diakses pada tanggal 30-08-2023.

⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsume di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 7.

Pembentukan pengaturan untuk *social-commerce* penting untuk menghindari kebingungan dalam implementasi hukum perlindungan konsumen. Ketidakjelasan dalam regulasi dapat mengakibatkan risiko perlindungan yang tidak memadai bagi konsumen, mengingat dinamika yang dihadirkan oleh *social-commerce* adalah bagaimana preferensi konten pada sosial media akan berpengaruh pada perilaku seseorang dalam bertransaksi. Oleh karena itu, pembahasan mengenai pembedaan pengaturan secara khusus antara *social-commerce* beserta akibat hukum yang menyertainya sangat diperlukan guna memastikan kepastian hukum bagi perlindungan konsumen di era digital. Dengan demikian, konsumen dapat melibatkan diri dalam transaksi *online* dengan keyakinan akan hak-hak dan perlindungan yang ada. Sementara bagi para pelaku bisnis kepastian hukum dapat memberikan kejelasan terhadap tanggung jawab mereka kepada konsumen.

B. Rumusan Masalah

Mempertimbangkan konteks yang telah diuraikan pada latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah yang menjadi latar belakang pembentukan pengaturan *social-commerce* dalam lalu lintas perdagangan melalui sistem transaksi elektronik yang diatur dalam Permendag No. 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan

Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik?

2. Bagaimana akibat hukum terhadap pelaku usaha dan konsumen *social-commerce* terhadap pembentukan Permendag No. 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis latar belakang dibentuknya pengaturan *social-commerce* dalam lalu lintas perdagangan melalui penyelenggara sistem dan transaksi elektronik.
2. Untuk menganalisis akibat hukum terhadap pelaku usaha dan konsumen *social-commerce* atas pembentukan peraturan Permendag No. 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

D. Manfaat Penelitian

Adapun dengan dilakukannya penulisan skripsi ini, diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk memperkaya ilmu pengetahuan hukum yang telah ada, secara khusus hukum yang mengatur tentang transaksi elektronik melalui platform *social-commerce* sehingga diharapkan akan bermanfaat dalam menawarkan bahan kajian bagi permasalahan pengaturan dan dampak dari pembentukan aturan *social-commerce* beserta akibat hukum yang menyertainya terhadap pelaku usaha dan konsumen.

2. Manfaat Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis untuk mengembangkan kemampuan dalam menulis tulisan ilmiah dan memberikan informasi sebagai salah satu referensi bahan bacaan dan masukan pertimbangan untuk pembaca, masyarakat luas, ataupun bagi pemerintah terhadap akibat hukum yang akan timbul dari pengaturan *social-commerce* dalam kaitannya dengan legalitas, perizinan, perpajakan, hingga perlindungan hukum terhadap kegiatan jual beli melalui platform *social-commerce*.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah penulis rumuskan sebelumnya dalam rangka untuk menghindarkan penulisan ini dari terlalu luasnya pembahasan yang akan dijabarkan sehingga membuat kurang jelasnya inti masalah dan fokus penelitian dari judul yang telah dipilih, maka pembahasan masalah dalam penelitian ini dibatasi dalam ruang lingkup pembahasan mengenai latar belakang

pembentukan pengaturan *social-commerce* dalam muatan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE) beserta akibat hukum yang menyertainya khususnya terhadap pelaku usaha dan konsumen.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian normatif dipilih pada penulisan penelitian ini. Dalam proses pembuatan penelitian hukum normatif adalah dilakukan dengan meneliti mengenai hukum yang dipandang berdasarkan norma, berbagai aturan-aturan, prinsip-prinsip hukum, doktrin hukum, asas hukum, serta teori hukum dari berbagai kepustakaan yang ada untuk menjawab permasalahan isu hukum yang sedang diteliti. Dengan kata lain, penelitian hukum normatif ini secara sederhana juga dapat dikatakan sebagai studi dokumen karena hanya memfokuskan dengan meneliti bahan kepustakaan yang ada.⁹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) digunakan dalam penulisan penelitian ini. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menelusuri peraturan perundang-undangan dan regulasi yang terkait dengan isu hukum yang sedang dibahas,¹⁰ dalam hal ini yang menyangkut tentang *social-commerce* dan *e-commerce*. Digunakannya pendekatan perundang-undangan

⁹ Sigit Sapto Nugroho, dkk, *Metodologi Riset Hukum*, Sukoharjo: Oase Pustaka, 2020, hlm. 96.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 97

(*statute approach*) dalam penelitian ini bertujuan untuk mempelajari mengenai pembentukan pengaturan *social commerce* dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE) serta akibat hukum yang ditimbulkannya.

Selain itu, pendekatan konseptual (*conceptual approach*) juga digunakan dalam penulisan ini guna mencari jawaban atas isu-isu hukum dalam suatu penelitian hukum. Pendekatan konseptual dilakukan manakala peneliti tidak beranjak dari aturan hukum yang ada. Hal itu dilakukan karena memang belum atau tidak ada aturan hukum untuk masalah yang dihadapi.¹¹ Pendekatan ini penting mengingat *social-commerce* merupakan fenomena baru yang muncul dan berkembang pesat di masyarakat, sehingga pemahaman terhadap pandangan/doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum dianggap perlu guna memberikan landasan dalam mengembangkan argumentasi hukum ketika menghadapi permasalahan hukum yang dimaksud.

3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Cara studi pustaka (*library research*) digunakan dalam teknik pengumpulan bahan penelitian untuk penulisan skripsi ini. Dalam prosesnya, bahan hukum dihimpun melalui peraturan perundang-undangan yang membahas tentang regulasi *social-commerce*, *e-commerce*, dan perdagangan melalui sistem elektronik secara umum beserta hubungannya terhadap

¹¹ Peter Mahmud Marzuki, *Peneletian Hukum Edisi Revisi*, Jakarta: Aditya Andrebina Agung, 2005, hlm. 177.

perlindungan hukum konsumen. Bahan penelitian juga dihimpun melalui berbagai data berupa kumpulan buku, jurnal, dan terori hukum yang berkaitan tentang platform *social-commerce* dan *e-commerce* yang membahas pokok permasalahan terkait dengan judul penelitian yang sudah ditentukan.¹²

4. Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merujuk kepada sumber hukum yang memiliki kekuatan mengikat dalam hierarki hukum. Ini adalah sumber-sumber hukum yang secara langsung mengatur dan menciptakan hukum itu sendiri, seperti undang-undang, konstitusi, dan putusan pengadilan. Bahan ini adalah dasar utama dalam sistem hukum dan digunakan sebagai landasan untuk memahami dan menerapkan hukum.¹³ Bahan hukum primer dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata);
2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. LN. Tahun 1999 No. 33, TLN No. 3817;
3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. LN Tahun 1999 No. 42, TLN No. 3821;

¹² *Ibid*, hlm. 96

¹³ *Ibid*, hlm. 119

4. Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. LN Tahun 1999 No. 136 , TLN No. 3872;
5. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. LN Tahun 2016 No. 251, TLN No. 5952;
6. UU No. 2 Tahun 2020 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan Menjadi Undang-Undang. LN. Tahun 2020 No. 134, TLN. 6516;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik. LN Tahun 2019 No. 185, TLN No. 6400;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. LN Tahun 2019 No. 222, TLN No. 6420;

9. Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. LN Tahun 2021 15, TLN. No. 6617;
10. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat. BN Tahun 2020 No. 1376;
11. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. BN Tahun 2020 No. 1039;
12. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE). BN Tahun 2023 No. 763;

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder sederhananya adalah referensi atau interpretasi yang memberi penjelasan terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum ini tidak memiliki kekuatan mengikat sebanding dengan bahan hukum primer tetapi, akan membantu dalam pemahaman, penjelasan, atau analisis terhadap bahan hukum primer yang ada. Contoh bahan hukum sekunder, yakni buku, doktrin ahli hukum, jurnal hukum, dan artikel hukum.¹⁴

¹⁴ *Ibid*, hlm. 142

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier ini merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan juga sekunder misalnya kamus hukum, surat kabar, majalah-majalah khususnya yang menjelaskan tentang *social commerce* dan *e-commerce*.¹⁵

5. Analisis Bahan Hukum

Data-data yang telah dihimpun kemudian dianalisis secara kualitatif, yakni metode interpretasi data yang dianalisis dengan cara menafsirkan dan membuat pemaknaan terhadap permasalahan hukum yang dibahas, serta dilakukan dengan cara mengidentifikasi, menyusun, mengolah, dan menguraikan data secara sistematis.¹⁶

6. Penarikan Kesimpulan

Metode deduktif digunakan dalam teknik penarikan kesimpulan penulisan ini yakni dengan cara menganalisis kesimpulan secara umum atau mengeneralisasi dan dijabarkan kembali dalam bentuk sebuah contoh nyata berupa fakta-fakta dalam rangka untuk menjelaskan kesimpulan. Penarikan kesimpulan diambil dari bahasan yang bersifat umum pada awalnya dahulu baru selanjutnya diikuti dengan penarikan kesimpulan bersifat khusus.¹⁷

¹⁵ *Ibid*, hlm. 35

¹⁶ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press, 2020, hlm. 68.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 71

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004
- Andi Fahm Lubis, Anna Maria Tri Anggraini, Budi Kagramanto, M. Hawin, L. Kurnia Toha, Ningrum Natasya Sirait, Paramita Praningtyas, Sukarni, Syamsul Maarif, dan Udin Silalahi, *Edisi Kedua Hukum Persaingan Usaha Buku Teks*, Jakarta: Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2017
- Aristoteles, *Nicomachean Ethics: Sebuah Kitab Suci Etika*, Terjemahan Embun Kenyowati, Jakarta: Teraju, 2004
- Dewa Gede Ruby, I Made Sarjana, Suatra Putrawan, Ide Bagus Putu Utama, Ketut Sukranata, dan I Made Dedy Priyanto, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Denpasar: Udayana Press, 2016
- Eva Laila Fakhriah, *Bukti Elektronik Dalam Sistem Pembuktian Perdata*, Bandung: Refka Aditama, 2017
- Gredy Laurens Rangka, *Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Palu: Universitas Tadulako, 2014
- Gustav Radbruch Terjemahan Shidarta, *Tujuan Hukum*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012
- Firman Turmantara Endipraja, *Hukum Perlindungan Konsumen: Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan*, Malang: Setara Press, 2016
- Fithriatus Shalihah, *Sosiologi Hukum*, Depok: Rajagrafindo, 2021
- I Gede Atmadja dan I Nyoman Putu Budhiarta, *Teori-Teori Hukum*, Malang: Setara Press, 2018
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014
- Moch. Basarah, *Prosedur Alternatif Penyelesaian Sengketa; Arbitrase Tradisional dan Modern (Online)*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2011
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press, 2020

- Ohene-Djan, *Electronic Commerce: Undergraduate Study in Computing and Related Programmes*, London: University of London, 2008
- Oksidelfa Yanto, *Negara Hukum: Kepastian, Keadilan, dan Kemanfaatan Hukum (Dalam Sistem Peradilan Pidana Indonesia)*, Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2020
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Jakarta: Aditya Andrebina Agung, 2005
- Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Negara*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011
- Pusat Studi Hukum dan Kebijakan Indonesia, *Digitalisasi dan Akses Konsumen terhadap Keadilan di Indonesia*, Jakarta: PSHK, 2021
- Richard C. Geibel dan Robin Kracht, *Social Commerce-Origin and Meaning*, Koln: Hochschule Fresenius University of Applied Sciences, 2023
- Richardus Eko Indrajit, *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: APTIKOM, 2002
- Salim dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- Sigit Sapto Nugroho, Anik Tri Haryani, dan Fakhrani, *Metodologi Riset Hukum*, Sukoharjo: Oase Pustaka, 2020
- Yasmin Ismail, *E-commerce in the World Trade Organization: History and latest developments in the negotiations under the Joint Statement*, Geneva: International Institute for Sustainable Development and CUTS International, 2020
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. LN. Tahun 1999 No. 33, TLN No. 3817

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. LN Tahun 1999 No. 42, TLN No. 3821

Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. LN Tahun 1999 No. 136 , TLN No. 3872

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. LN Tahun 2016 No. 251, TLN No. 5952

UU No. 2 Tahun 2020 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan Menjadi Undang-Undang. LN. Tahun 2020 No. 134, TLN. 6516

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik. LN Tahun 2019 No. 185, TLN No. 6400

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. LN Tahun 2019 No. 222, TLN No. 6420

Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. LN Tahun 2021 15, TLN. No. 6617

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat. BN Tahun 2020 No. 1376

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. BN Tahun 2020 N0. 1039

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 30 Tahun 2023 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE). BN Tahun 2023 No. 763

Jurnal Ilmiah

- Abuyazid Bustomi, 2018. “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen”, *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, Vol. 16, No. 2
- Adis Nur Hayati, 2021. “Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce di Indonesia”, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol. 21, No. 1
- Alifya Azzahra, Kartinah Budi Fransiska, Savira Dwi Pratiwi, dan Fitri Alfarisy, 2022. “Analisis Padanan Kata Pada Fitur-Fitur Media Sosial”, *Jurnal Deiksis*, Vol. 14, No. 3
- Attar, R.W. dkk, 2022. “New Trends in E-Commerce Research: Linking Social Commerce and Sharing Commerce: A Systematic Literature Review”. *Sustainability*, Vol. 14, No. 23
- Bagus Wicaksana, 2022. “Analisis Komitmen dan Kemampuan Pelaku Usaha Marketplace Terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019”, *Journal of Trade Development and Studies*, Vol. 6, No. 2
- Budi Astuti dan M. Rusdi Daud, 2023. “Kepastian Hukum Pengaturan Transportasi Online”, *Al-Qitsh Law Review*, Vol. 6, No. 2
- Bustamar, 2015. “Sengketa Konsumen dan Teknis Penyelesaiannya Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”, *JURIS*, Vol. 14, No. 1
- Danang Rifai, Sania Fitri, Irma Nirmala Ramadhan, dan Rizky Ramadan, 2023. “Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi”, *Adi Bisnis Digital Interdisiplin (ABDI Jurnal)*, Vol. 3, No.1
- Danny Ong, 2023. “Analisis Perbedaan Bisnis Antara Pemanfaatan E-Commerce dan Social Commerce Bagi Masyarakat”, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 7, No. 3
- Dwi Resti Pratiwi, 2021. “Tinjauan Atas Penerapan Pada Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dalam Perspektif Peraturan Perpajakan Saat ini”, *Jurnal Budget*, Vol. 6, No. 1,
- Diah Agustina, 2017. “Fitur Social Commerce Dalam Website E-Commerce Di Indonesia”, *Jurnal Informatika Mulawarman*, Vol. 12, No. 1
- Dhia Fairstha, Iva Bernessa, Laurencia Junika Cen, dan Mediana Aryuni, 2023. “The Effect of Live Streaming on Social Commerce Platforms on

Generation Z's Purchase Intention”, *International Conference on Biospheric Harmony*

Djayadhinata, Welliam Ali, Andreas, Arief Fernando, dan Kelviyanto Limanda, 2021. “Konteks Yang Membuat Konsumen Membeli Barang Impor Di Shopee E-Commerce”, *Jurnal Sosial dan Teknologi*, Vol. 1, No. 10

Dyah Ochtorina Susanti, 2022. “The Electronic Market (Marketplace) On Electronic Trade E-Commerce In Indonesia”, *Jurnal Notariil*, Vol. 7, No. 1

Eri Yanti Nasution dan Tika Indira, 2022. “Tren Belanja Online Pada Social Commerce”, *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, Vol. 3, No. 3

Fitrya Damayanti, Seyaning Wida N.A, dan Endiyanti Lestari, 2023. “Pemenuhan Asas Kebermanfaatan Hukum Pada Permendag No. 31 Tahun 2023”, *Jurnal Legilatif*, Vol. 7, No. 1

Fladi M.D. Emping, 2018. ” Kedudukan dan Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam Perspektif Peradilan Pidana”, *Jurnal Lex Crimen*, Vol. 8, No. 2

Fuchs, C., 2011 “An alternative view of privacy on Facebook”. *Journal Information*, Vol. 1, No. 2

Huang, Z., & Benyoucef, 2013. “From e-commerce to social commerce: A close look at design features”, *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 12, No. 4

Huang, Qian., Robert M. Davison., dan Hefu Liu., 2014. “An Exploratory Study of Buyers’ Participation Intentions in Reputation Systems: The Relationship quality Perspective.” *Information & Management*, Vol. 51 No. 8

Kietzmann, J.H.,dkk, 2011 “Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media”, *Business horizons*, Vol. 3, No. 54

Kadi Sukarna, 2016. “Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha”, *Humani*, Vol. 6, No. 1

Karim Benyekhlef dan Fabien Gelinat, 2005. “Online Dispute Resolution”, *Lex Electronica*, Vol. 10, No. 2

- Kim Woojong, 2016. "Critical Evaluation of the Online Dispute Resolution for Cross-Border Consumer Transaction Under E-Commerce", *China Univeristy of Political Sciene and Law SSRN Journal*
- Liang, T.-P. dan E. Turban, 2011. "Introduction to the special issue social commerce: a research framework for social commerce". *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 16, No. 2
- Lutviana Azizah, Supandi, dan Surryanto D.W, 2019. "Electronic Commerce (E-Commerce) Dalam Perspektif Ekonomi Pertahanan", *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, Vol. 5, No. 1
- Lydia Mutiara Dewi, 2008. "E-Commerce: Pasar Maya di Dunia Nyata", *Jurnal Fakultas Ekonomi Unpar*, Vol. 12, No. 1
- Mahir Pradana, 2015. "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia", *Jurnal Neo-bis*, Vol. 9, No.2
- Margareta Rosa Anjani dan Budi Santoso, 2018. "Urgensi Rekonstruksi Hukum E-commerce di Indonesia". *Jurnal Law Reform*, Vol. 14, No. 1
- Margarita Isoraite dan Neringa Miniotiene, 2018, "Electronic Commerce: Theory and Practice", *IJBE: Intregated Journal of Business and Economies*, Vo. 2. No. 2
- Maryam Almahdi, 2022. "Social Commerce: A Concept Explication", *Journal University of Bahrain*, Vol. 11, No. 6
- Melisa, Elmi Khiriyah, Bagus Priyono Pamungkas, Inas Hardianti, Raeshita Zildjianda, 2013. "Kedudukan Hukum dalam Mewujudkan Keadilan dan Kesejahteran di Indonesia", *Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, Vol. 5. No.1
- Mesyania Putri Ayu M, Muhammad Izra E, Ni Gusti Kartika Ayumi, dan Rinandita Wikansari, 2024, "Daya Saing Produk UMKM Terhadap Maraknya Produk Impor", *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, Vol. 3, No. 1
- Muh. Fathir Yusuf, Ilham Akbar Garusu, Ahmad Hamid, Dian Mayafaty Rauf, dan Ika Maya Sari, 2024., "Dampak Penutupan TikTok Shop Terhadap Pengguna dan Pelaku isnis dalam E-commerce", *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 2, No. 1,
- Muhammad Rizal dan Erika Vivin Setyoningsih, 2023. " Perlindungan Konsumen dalam Pemanfaatan Big Data oleh Pelaku Bisnis di Indonesia: Tinjauan

- Terhadap Regulasi dan Implementasi Praktik Bisnis”, *Jurnal Penegakan Hukum dan Keadilan*, Vol. 4, No. 1
- OECD, 2013. “Electronic and Mobile Commerce”, *OECD Digital Economy Papers*, No. 228
- Primandita Fitriandi, 2023. “Pemajakan Atas Transaksi Melalui Online Marketplace”, *Jurnal Pajak Indonesia*, 2020, Vol. 4, No. 1
- Raci Pitaloka dan Heru Tjaraka, 2023. “Penaan Pajak Pada Perdagangan Online (E-Commerce): Sebuah Literatur Review, *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vo. 7, No. 1
- Raed S. Algharabat dan Nripendra P. Rana, 2021. “Social-Commerce in Emerging Markets and its Impact on Online Community Engagement”, *Information System Frontliner*, Vol. 42, No. 1, hlm. 1502
- Raden Ajeng Astari Sekarwati dan Susilowati Suparto, 2021. “Perlindungan Konsumen Untuk Memperoleh Hak Layanan Purna Jual di Indonesia dan Eropa”, *Jurnal Bina Mulia Hukum*, Vol. 5, No. 2
- Rameshbhai G. Pawar dan Dr. R.K Dave, 2021. “An Overview of Fast Moving Consumer Goods (FMCG) of India”. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, Vol. 1, No. 4
- Rena, Iftitah Dian Humairoh, dan Mia Rosmiawati, 2023 “Problematika Normatif dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social-Commerce pada Tiktok Shop”, *Jurnal Crepido*, Vol. 5, No. 2
- Riza Awaludin Rahmansyah, Dhemas Praditya, Nurani Nabilah, dan Anisa Siti Nurjanah, 2023. “Studi Hukum Berdasarkan Tipe-Tipe Keadilan Perpektif Aristoteles”, *Jurnal Filsafat Terapan*, Vol. 1, No. 1
- Sudung Simatupang, Efendi, Debi Eka Putri, 2021. “Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli”, *Jurnal EKBIS*, Vol. 22, No. 1,
- Trivena Gabriel Tumbel, dkk, 2020. “Perlindungan Konsumen Jual Beli Online dalam Era Digital 4.0”, *Lex Societatis*, Vol. 8, No. 3
- Yustina Dhian Novital dan Budi Susanto, 2021. “Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital”, *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Diponegoro*, Vol. 3, No. 1

Wang C. dan Zhang P, 2012. “The Evolution of Social Commerce: The People, Management, Technology, and Information Dimensions”, *Communications of the Association for Information Systems*, Vol. 31, No. 1

Xiaolin Lin, dkk, 2017 “Social Commerce Research: Definition, Research Themes and The Trends”, *International Journal of Information Management*, Vol. 37, No. 1

Zulfahmi Nur, 2023. “Keadilan dan Kepastian Hukum (Refleksi Kajian Filsafat Hukum dalam Pemikiran Hukum Imam Syatibi)”, *Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, Vol. 6, No. 2

Internet

Ananda Tias Putri, 2023. “Asosiasi: 21, 8 Juta UMKM Sudah Go Digital”, <https://www.merdeka.com/uang/asosiasi-218-juta-umkm-sudah-go-digital.html>, diakses pada tanggal 11-02-2024

Amazon, 2024. “What is Ecommerce? Definition, Types, Advantages, and Learn More”, <https://sell.amazon.com/learn/what-is-ecommerce>, diakses pada tanggal 11-02-2024

Aprilia Hariani, “Memahami Perbedaan PMSE dan PPMSE”, <https://www.pajak.com/pajak/memahami-perbedaan-pmse-dan-ppmse/>, diakses pada tanggal 11-02-2024.

Badan Pusat Statistik (BPS), 2023. “Jumlah penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2021-2023”, <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>, diakses pada tanggal 30-08-2023

Bidara Pink, 2020. “BPS Catat Penjualan Online Melonjak ajam Selama Pandemi Corona”, <https://nasional.kontan.co.id/news/bps-catat-penjualan-online-melonjak-tajam-selama-pandemi-corona>, diakses pada tanggal 11-02-2024

Bradley T, 2024. “Amazon Statistics: Key Numbers and Fun Facts”, <https://amzscout.net/blog/amazon-statistics/>, diakses pada tanggal 11-02-2024

Bukalapak, 2024. “Buka Bantuan”, <https://bukabantuan.bukalapak.com/article/1175?source=sidebar>, diakses pada tanggal 11-02-2024

- Cambridge Dictionary, 2024. “WEBSITE-English Meaning”, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/website>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Crysanía Suhartanto, 2023. “Resmi TikTok Shop Tutup di Indonesia Besok 4 Oktober”, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20231003/12/1700590/resmi-tiktok-shop-tutup-di-indonesia-besok-4-oktober>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Databoks, 2022. “Media sosial yang Digunakan Responden untuk Belanja (Juli-Agustus 2022)”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/28/ini-media-sosial-yang-banyak-dipakai-konsumen-indonesia-untuk-belanja>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Dian Erika dan Novianti Setuningsih, 2023. “Jokowi Perintahkan Ada Pemisahan antara *Social-Commerce* dan *E-Commerce*“, <https://nasional.kompas.com/read/2023/09/25/17184161/jokowi-perintahkan-ada-pemisahan-antara-social-commerce-dan-e-commerce>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Ditjen Aptika, 2017. “Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen”, <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Dwi Rachmawati, 2023. “Tergerus TikTok Shop, Omset Pedagang Tanah Abang Turun Lebih dari 50 Persen”, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230919/12/1696439/tergerus-tiktok-shop-omset-pedagang-tanah-abang-turun-lebih-dari-50-persen>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Esteban Ortiz-Ospina, 2023. “The Rise of Social-Media”, <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media#:~:text=MySpace%20was%20the%20first%20social,media%20as%20we%20know%20it>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Facebook, 2024 “Facebook Help Center”, <https://www.facebook.com/help/1411280809160810#:~:text=You%20can%20buy%20items%20with,app%2C%20or%20from%20a%20computer>, diakses pada tanggal 11-02-2024.
- Faisal Rachman, 2023. “Tanpa Regulasi, *Social Commerce* Main Sendiri”, <https://validnews.id/nasional/tanpa-regulasi-social-commerce-main-sendiri>, diakses pada tanggal 30-08-2023

- Ferry Sandy, 2023. "TikTok Shop Ditutup, Mendag Tegaskan Nasib E-Commerce Lain", <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231010162529-37-479461/tiktok-shop-ditutup-mendag-tegaskan-nasib-ecommerce-lain>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- GeeksforGeeks, 2022. "*Difference between E-Commerce and E-Business*", <https://www.geeksforgeeks.org/difference-between-e-commerce-and-e-business/>, diakses pada 02-02-2024
- Genies Wisnu Pradana, 2023. "Kewajiban Kantor Perwakilan bagi PPMSE Luar Negeri di Indonesia", <https://prolegal.id/kewajiban-kantor-perwakilan-bagi-ppmse-luar-negeri-di-indonesia/>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Hanadian Nurhayati-Wolf, 2023. "Jumlah Pengguna Iklan Media Sosial di Indonesia 2019-2028", <https://g.co/kgs/WjBhXVN>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Hootsuite, 2020. "Instagram Introduces ads on Shop tab globally", <https://blog.hootsuite.com/social-media-updates/instagram/instagram-ads-on-shop-tab/>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Hootsuite, 2023. "Get Strated With Social-Commerce", <https://www.hootsuite.com/resources/social-media-commerce#:~:text=Social%20commerce%20is%20what%20happens,combine%20it%20with%20social%20media>, diakses pada tanggal 11-02-2024.
- Hootsuit, 2023 "Indonesia Digital Report 2023", <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Irene Yustika Lintin, 2023. "Data Penjualan FMCG: Kompas.co.id Ungkap Market FMCG di E-commerce Mencapai Rp57,6 Triliun Sepanjang 2023!", <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-fmcg-e-commerce-2023/>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Kemenko Perekonomian Republik Indonesia, 2021. "UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia" <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Kemenkop UMKM, 2022. "Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar", available on <https://smesta.kemenkopukm.go.id/news/potret-umkm-indonesia-si-kecil-yang-berperan-besar>, diakses pada tanggal 11-02-2024.

- Kementerian Perdagangan, 2023. “CEO TikTOK Temui Mendag, Shou Zi Chew”, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/ceo-tiktok-temui-mendag-shou-zi-chew-tiktok-shop-dipakai-2-juta-umkm>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Kementerian Perdagangan, 2023. “Kemendag Sosialisasi Aturan Baru Pemisahan Medsos dengan E-Commerce”, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-sosialisasi-aturan-baru-pemisahan-medsos-dan-e-commerce>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2020. “Pedoman Larangan Integrasi Vertikal”, https://www-kppu-go-id.webpkgcache.com/doc-/s/www.kppu.go.id/docs/Pedoman/draft_pedoman_larangan_integrasi_vertikal.pdf, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Lazada, 2024. “Pusat Bantuan”, <https://www.lazada.co.id/helpcenter/>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Libert Jemadu, 2020. “Tokopedia Diretas, Data 15 Juta Pengguna Diumbar di Internet”, <https://www.suara.com/tekno/2020/05/03/015258/tokopedia-diretas-data-15-juta-pengguna-diumbar-di-internet>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Novina Putri Bestari dan Martyasari Rizky, 2023. “Medsos Resmi Tak Boleh Ecommerce, Ini Pesan Mendag ke UMKM”, available on <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230927162724-4-476106/medsos-resmi-tak-boleh-ecommerce-ini-pesan-mendag-ke-umkm>, diakses pada tanggal 11-02-2024.
- Margaret Rouse, 2023. “ What is a Mobile Application?- Definition From Techopedia”, <https://www.techopedia.com/definition/2953/mobile-application-mobile-app#:~:text=A%20mobile%20application%2C%20most%20commonly,to%20those%20accessed%20on%20PCs>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Mary Ku, 2017. “Introduction Marketplace, Buy and Sell With Your Local Community”, <https://about.fb.com/news/2016/10/introducing-marketplace-buy-and-sell-with-your-local-community/>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Mela Syaharani, 2023 “Sejarah TikTok Shop, Kini Dilarang Jualan dan Transaksi di Indonesia”, <https://katadata.co.id/sortatobing/ekonopedia/6513cd1a715f4/sejarah-tiktok>

shop-kini-dilarang-jualan-dan-transaksi-di-indonesia, diakses pada tanggal 11-02-2024

Mickhaangelo Fabialdi Nurhapy, 2023. “Resmi, TikTok Shop Buka Lagi di Indonesia Lewat Tokopedia”, <https://tekno.kompas.com/read/2023/12/11/10210077/resmi-tiktok-shop-buka-lagi-di-indonesia-lewat-tokopedia>, diakses pada tanggal 11-02-2024.

Momentum Works, 2023. “E-commerce in Southeast Asia 2023”, <https://momentum.asia/product/ecommerce-in-southeast-asia-2023/>, diakses pada tanggal 11-02-2024

NapoleonCat, 2023. “Facebook users in Indonesia-April 2023”, <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-indonesia/2023/04/>, diakses pada tanggal 11-02-2024

Nuzulia Nur Rahma, 2023. “Dari 98% UMKM di e-Commerce, Hanya 6% yang Menjual Produk Sendiri”, <https://validnews.id/ekonomi/dari-98-umkm-di-e-commerce-hanya-6-yang-menjual-produk-sendiri>, diakses pada tanggal 11-02-2024

Rifqi Nugroho, 2023. “Dampak Penutupan TikTok Shop Kurir Paket di Pangkal Pinang Sebut Alami Penurunan Pendapatan”, <https://bangka.tribunnews.com/2023/10/13/dampak-penutupan-tiktok-shop-kurir-paket-di-pangkalpinang-sebut-alami-penurunan-pendapatan>, diakses pada tanggal 11-02-2024

Septian Deny, 2023. “Social Commerce Naik Daun, Bagaimana Nasib E-Commerce?”, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5302725/social-commerce-naik-daun-bagaimana-nasib-e-commerce>, diakses pada tanggal 30-08-2023

Shopee Indonesia, 2024. “[Pengembalian Barang/Dana] Apa itu Pusat Resolusi?”, [https://help.shopee.co.id/portal/article/72875-\[Pengembalian-Barang%2FDana\]-Apa-itu-Pusat-Resolusi%3F](https://help.shopee.co.id/portal/article/72875-[Pengembalian-Barang%2FDana]-Apa-itu-Pusat-Resolusi%3F), diakses pada tanggal 11-02-2024

Simon Kemp, 2023. “Digital 2023: Indonesia”, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-Indonesia>, diakses pada tanggal 30-08-2023

Tokopedia, 2024. “Tentang Tokopedia: Ketahui Lebih Banyak Tentang Kami,” <https://www.tokopedia.com/about/>, diakses pada tanggal 11-02-2024

- Tokopedia, 2024. “Apa itu Pusat Resolusi? Tokopedia Care”, <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-pusat-resolusi>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Vendy Yhulia Susanto, 2021. “KPPU Ungkap Potensi Pelanggaran Persaingan Usaha E-commerce” <https://nasional.kontan.co.id/news/kppu-ungkap-potensi-pelanggaran-persaingan-usaha-e-commerce>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Wildana Husada, 2023. “Perbedaan E-commerce dan Marketplace: Mana yang on Lebih Baik Untuk Strategi Bisnis Online”, <https://pintu.co.id/blog/perbedaan-e-commerce-dan-marketplace>, diakses pada tanggal 11-02-2024
- Yohanes Maharso Joharsoyo, 2023. “Ikappi: Pedagang Pasar Tanah Abang Alami Penurunan Omzet hingga 75 Persen”, <https://bisnis.tempo.co/read/1773932/ikappi-pedagang-pasar-tanah-abang-alami-penurunan-omzet-hingga-75-persen>, diakses pada tanggal 11-02-2024