



TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA YANG MEMPERJUALBELIKAN BOOSTER TIDAK BERNOTIFIKASI BPOM DARI *SKINCARE* BERPAKET MELALUI *E-COMMERCE*

Nur Afni Ismawati^a

Afiliasi: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

e-mail: nurafniismawati140@gmail.com

Kata Kunci: Abstrak

Tanggung Jawab, Pelaku Usaha, Skincare, *E-Commerce*,

Pelaku usaha kerap menggunakan media internet sebagai suatu sistem transaksi baru yang dikenal istilah *e-commerce* atau transaksi elektronik. Pada praktiknya banyak permasalahan yang merugikan konsumen sebagai akibat dari penggunaan transaksi jual beli melalui *e-commerce* salah satunya yaitu beredarnya produk kosmetik (*skincare*) tidak bernotifikasi BPOM. Oleh karena itu diperlukan hukum terhadap pelaku usaha agar hak-hak konsumen terpenuhi atas kerugian yang dialaminya. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana tanggung jawab pelaku usaha yang memperjualbelikan booster tidak bernotifikasi BPOM dari *skincare* berpaket melalui *e-commerce*. Metode penelitian pada skripsi ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif sebagai sebuah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa tanggung jawab pelaku usaha adalah dengan tanggung jawab pidana, administratif, ganti rugi, dan tanggung jawab dari *e-commerce*.

Keywords: Abstract

Responsibility, Businessmen, Skincare, *E-Commerce*,

Business actors often use internet media as a new transaction system known as *e-commerce* or electronic transactions. In practice, there are many problems that harm consumers as a result of using buying and selling transactions via *e-commerce*, one of which is the circulation of cosmetic (*skincare*) products without BPOM notification. Therefore, laws are needed for business actors so that consumer rights are fulfilled for the losses they experience. The problem raised in this research is the responsibility of business actors who buy and sell boosters without BPOM notification from packaged skincare via *e-commerce*. The research method in this thesis uses a normative juridical approach as a legal research carried out by examining library materials or secondary data. The research results showed that the responsibilities of business actors are criminal, administrative, compensation and *e-commerce*

Submit : 28-03-2024

Review : 17-04-2024

Diterima : 22-04-2024



How to cite

Ismawati, N. A., Tanggung Jawab Pelaku Usaha yang Memperjualbelikan Booster Tidak Bernotifikasi Bpom dari *Skincare* Berpaket melalui *E-Commerce*, Volume 1 Nomor 1 April 2024

Published by

Zhata Institut

A. Pendahuluan

Semakin berkembangnya zaman era digital, kemajuan teknologi sangat mempengaruhi pola dan gaya hidup masyarakat. (Taupiqqurahman & Rilani, 2023) Dalam kehidupan masyarakat modern ini banyak masyarakat yang mempunyai keinginan untuk menampilkan dirinya yang terbaik dan menarik. Untuk mendapatkan penampilan ideal tersebut setiap orang baik wanita maupun pria melakukan berbagai macam perawatan khusus untuk area wajah dengan menggunakan berbagai macam produk kosmetik yang biasa disebut *skincare*. *Skincare* adalah serangkaian kegiatan perawatan kulit wajah untuk menjaga kesehatan dan tampilan kulit, sekaligus mengatasi berbagai masalah pada kulit wajah. Kegiatan ini terdiri dari penggunaan beberapa jenis produk yang masing-masing produknya memiliki fungsi berbeda sesuai dengan kandungan di dalamnya. (Agustin, 2023) Produk *skincare* sangat disukai oleh banyak orang karena fungsi dan manfaatnya, hal ini mendorong pelaku usaha untuk memproduksi, memasarkan serta menjual produk *skincare* dengan berbagai merek.

Pelaku usaha kerap menggunakan media internet sebagai suatu sistem transaksi baru yang dikenal istilah *e-commerce* atau transaksi elektronik. *E-commerce* adalah proses pembelian dan penjualan jasa dan barang-barang secara elektronik dengan transaksi bisnis terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lainnya. (Taupiqqurahman et al., 2022) *E-commerce* membawa perubahan terhadap para pelaku usaha yang selama ini mengelola bisnisnya di dunia nyata (*real*), kemudian mengembangkan bisnis tersebut ke dunia maya (*virtual*). (Agustanti et al., 2021) Perubahan ini dapat diketahui dengan banyaknya pelaku usaha yang memasarkan produknya di *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan yang lainnya untuk melakukan jual beli secara online.

Keinginan yang tinggi pada konsumen untuk membeli *skincare* tidak sebanding dengan pengetahuan mereka tentang bagaimana memilih produk *skincare* yang baik, asli dan aman, melainkan banyaknya konsumen yang memilih jalan alternatif seperti ingin mendapatkan wajah cantik dan tampan dengan jenis *skincare* yang dibeli dengan instan, harga murah dan khasiatnya cepat. Kemudian bagaimana jika konsumen telah memakai produk *skincare* yang dijual pelaku usaha dan diketahui bahwa produk tersebut diproduksi secara ilegal, tidak terdapat label notifikasi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan berbahaya yang dapat merugikan konsumen, maka dalam hal ini terjadilah pelanggaran terhadap beberapa peraturan yang berkaitan pada produksi serta peredaran kosmetik ilegal seperti pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Peraturan yang telah ada belum membawa pengaruh besar terhadap peredaran kosmetik ilegal di Indonesia, karena pada faktanya sampai sekarang ini terjadi peningkatan pada peredaran kosmetik (*skincare*) ilegal. Contohnya peredaran produk *skincare* berpaket di *e-commerce* dalam hal ini Shopee. Pada *skincare* berpaket tersebut terdapat item *booster*

berupa krim dalam kemasan kecil yang tidak bernotifikasi BPOM, bahkan tidak dideskripsikan sama sekali bahan-bahan apa saja yang terkandung didalamnya. Peredaran produk tersebut membahayakan para konsumen karena tidak ada informasi jelas dan jaminan apapun bahwa produk tersebut dibuat dengan bahan-bahan yang aman untuk digunakan. Hal ini tentu melanggar hak konsumen pada Pasal 4 UUPK bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yaitu penelitian hukum doktriner yang mengacu pada norma-norma hukum.(Waluyo, 1997) Soerjono Soekanto memberikan pandangan terhadap definisi pendekatan yuridis normatif sebagai sebuah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka atau dinamakan penelitian hukum kepustakaan.(Soekanto & Mamudji, 2019) Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan undang-undang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.(Sunggono, 2008)

Penelitian ini didasarkan atas data sekunder yang terbagi atas bahan hukum primer yakni bahan hukum primer bersifat otoritatif artinya mempunyai otoritas yang terdiri dari perundang-undangan catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim. (Marzuki, 2008) Bahan hukum sekunder, sumber data sekunder yaitu data yang memberikan penjelasan mengenai data primer, diperoleh dengan cara membaca, mencari data-data dan keterangan, informasi yang relevan dengan konteks penelitian setra mengkaji literatur yang lainnya. (Waluyo, 2002) Bahan hukum tersier sebagai penunjang dari sumber bahan hukum primer dan sekunder, bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder berupa laporan penelitian non hukum atau jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan judul penulisan skripsi ini.(Marzuki, 2008)

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mempelajari kepustakaan hukum yang berkaitan dengan pokok permasalahan, himpunan peraturan perundang-undangan, artikel-artikel hukum dan berbagai sumber tertulis lainnya.(Paendong, 2017) Dalam analisis data penulis menggunakan analisa kualitatif, yaitu dengan analisis data berupa konsep, pendapat, opini yang diperoleh dari penelitian kepustakaan (*library research*), kemudian diolah, digeneralisir dan didesain untuk menjawab permasalahan, kemudian diambil suatu kesimpulan.(Fatima, 2020)

C. Pembahasan

1. Booster Skincare Tidak Bernotifikasi BPOM

Tingginya keinginan konsumen untuk mendapatkan penampilan kulit wajah yang menarik dan terawat mengakibatkan adanya persaingan antar pelaku usaha untuk menciptakan produk kecantikan yang menarik di mata konsumen. Salah satunya produk krim *booster skincare* berpaket, krim *booster* merupakan racikan bahan kimia yang berkhasiat untuk memicu kerja serangkaian produk *skincare* secara maksimal dan menghasilkan hasil yang instan. Contohnya pada peredaran krim *booster* dari *skincare* berpaket yang dijual pelaku usaha yaitu JB melalui *e-commerce* dalam hal ini shopee. Krim *booster* yang dijual oleh pelaku usaha tersebut tidak memiliki label notifikasi dari BPOM yang seharusnya dicantumkan pada produk yang diperjualkan. Bahkan tidak dideskripsikan bahan-bahan apa saja yang terkandung didalamnya. Perbuatan tersebut dapat dikatakan ilegal karena produk yang dijual belum memiliki izin edar akibat tidak adanya label notifikasi BPOM. Peredaran *booster* tidak bernotifikasi dapat membahayakan para konsumen karena tidak ada informasi jelas dan jaminan apapun bahwa produk tersebut dibuat dengan bahan-bahan yang aman untuk digunakan. Hal ini tentu melanggar hak konsumen sebagaimana pada Pasal 4 UUPK bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Yang Memperjualbelikan *Booster* Tidak Bernotifikasi BPOM Dari *Skincare* Berpaket Melalui *E-Commerce*

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 UUPK, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab penuh atas produk maupun jasa yang diproduksi atau dijual.

Merujuk pada ketentuan Pasal 3 Ayat (1) dan (2) Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 1176/ MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika yang menyatakan bahwa:

- (1) Setiap kosmetika hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar dari Menteri.
- (2) Izin edar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa notifikasi.

Notifikasi kosmetika menjadi syarat utama agar produk tersebut dapat diedarkan di pasaran, baik secara langsung maupun tidak langsung (*online*). Kosmetik yang telah mendapatkan notifikasi dari BPOM berarti produk tersebut telah diuji dan nilai sesuai standar yang mencakup penilaian terhadap formulasi, bahan baku, cara produksi, kemasan dan label. Dalam hal ini, *booster skincare* berpaket tidak mencantumkan label notifikasi dari BPOM pada produknya, hal ini membuktikan bahwa produk *booster* tersebut belum

melakukan pengujian oleh BPOM sehingga produk *booster* dapat dikatakan ilegal karena tidak memenuhi standar keamanan produk yang layak untuk diedarkan.

Sebagai konsumen, melihat notifikasi BPOM pada suatu produk *skincare* dapat memberikan keyakinan bahwa produk tersebut telah melalui pengawasan dan aman dari bahan-bahan berbahaya. Dalam hal ini, sebagai bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen atas ketidakjelasan informasi mengenai produk *booster skincare* yang tidak memenuhi ketentuan untuk diedarkan dan bisa menyebabkan kerugian, konsumen dapat menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha.

Sebagaimana tercantum dalam Pasal 8 Ayat (1) UUPK disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan memperdagangkan barang atau jasa yang tidak memenuhi standar peraturan perundang-undangan seperti tidak memasang label atau membuat penjelasan barang dan tidak mencantumkan informasi dan petunjuk penggunaan barang sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Apabila pelaku usaha melakukan pelanggaran pada peraturan tersebut, maka pertanggungjawaban pelaku usaha berupa:

a. Tanggung Jawab Pidana

Pada Pasal 62 Ayat (1) UUPK disebutkan bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan salah satunya pada Pasal 8 UPPK, maka pelaku usaha bertanggung jawab dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijadikan hukuman tambahan berupa:

- a. Perampasan barang tertentu
- b. Pengumuman Keputusan hakim
- c. Pembayaran ganti rugi
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen
- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran
- f. Pencabutan izin usaha

Selanjutnya Undang-Undang Kesehatan pada Pasal 196 berkaitan dengan tindakan dengan sengaja mengedarkan atau memproduksi sediaan farmasi yang tidak memenuhi standar dan syarat kemanfaatan ataupun khasiat, keamanan serta mutu seperti halnya dimaksud pada Pasal 98 Ayat (2) dan (3), dapat dipidana penjara

maksimal 10 (sepuluh) tahun dan denda maksimal 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Kemudian pada Pasal 197 dinyatakan bahwa tiap orang dengan sengaja mengedarkan ataupun melaksanakan produksi sediaan farmasi yang tidak memiliki izin edar seperti halnya Pasal 106 Ayat (1), maka dapat dipidana penjara maksimal 15 (lima belas) tahun dan denda maksimal 1.500.000.000,00 (satu miliar lima ratus juta rupiah).

b. Tanggung Jawab Administratif

Penjatuan sanksi administratif juga ditegakkan terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha atas produk booster skincare yang tidak memiliki izin edar (notifikasi kosmetika), sebagaimana tertuang dalam Pasal 20 Ayat (1) Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 1176/MENKES/PER/VIII/2010 tentang Notifikasi Kosmetika. Pelanggaran terhadap ketentuan dalam Peraturan ini dapat dikenai sanksi administratif berupa:

- (1) Peringatan tertulis
- (2) Larangan mengedarkan kosmetika untuk sementara
- (3) Penarikan kosmetika yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan, kemanfaatan, dan penandaan dari peredaran
- (4) Pemusnahan kosmetika atau
- (5) Penghentian sementara kegiatan produksi dan/atau peredaran kosmetika.

c. Tanggung Jawab Ganti Rugi

Pengaturan terkait tanggung jawab pelaku usaha dalam UUPK tercantum dalam Pasal 19 hingga Pasal 28, dalam Pasal 19 Ayat (1) UUPK disebutkan bahwa "Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan."

Tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi bersifat mutlak, tanpa perlu membuktikan adanya unsur kesalahan. Pelaku usaha dapat bertanggung jawab sepenuhnya terlepas dari adanya unsur kesalahan yang terjadi. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan produk yang berkualitas, sehingga perlindungan terhadap konsumen dari adanya produk skincare yang tidak sesuai standar dan tidak memenuhi ketentuan untuk diedarkan dapat terjamin, dan hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam menggunakan suatu produk, sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 Huruf a UUPK dapat terpenuhi. Merujuk pada ketentuan Pasal 19 Ayat (2) UUPK yang menyatakan bahwa :

"(2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku."

Tanggung jawab atas dasar perbuatan melanggar hukum di dalam KUHPdata tercantum dalam Pasal 1365 KUHPdata dimana disebutkan bahwa :

"Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut."

KUHPdata tidak mengatur terkait besaran ganti rugi, pada dasarnya besaran ganti rugi yang dapat dibayarkan sebisa mungkin dapat mengembalikan pihak yang mengalami kerugian ada pada posisi semula, seolah-olah kerugian tidak pernah terjadi. Kerugian pada konsumen terjadi akibat penggunaan, pemanfaatan, dan pemakaian suatu barang yang dihasilkan oleh pelaku usaha dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi, sementara pelaku usaha diwajibkan mendengarkan keluhan konsumen dan memberikan kompensasi atas kerugian yang timbul.

d. Tanggung Jawab Pelaku Usaha *E-Commerce*

Pada dasarnya *e-commerce* tidak bertanggung jawab atas transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen dalam *e-commerce* karena kontrak dilakukan langsung oleh pihak penjual dan pembeli, namun *e-commerce* dapat bertanggung jawab beberapa hal, diantaranya sebagai berikut:

- (1) Melakukan penghapusan dan pemblokiran terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.
- (2) Menyediakan sarana pelaporan yang memungkinkan penjual atau merchant melaporkan permasalahan yang terjadi dalam transaksi melalui *e-commerce*.
- (3) Menjembatani dalam penyelesaian permasalahan, dengan memfasilitasi komunikasi antara penjual dan pembeli serta membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik memiliki pasal yang menjelaskan tentang tanggung jawab penyedia platform *ecommerce* dalam menyediakan sarana pelaporan dan menjembatani dalam penyelesaian permasalahan antara penjual atau merchant yaitu Pasal 27 yang menyatakan Pelaku Usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi Konsumen.

Bentuk tanggung jawab berupa sanksi pidana, administratif maupun ganti rugi, menjadi suatu bentuk tanggung jawab pelaku usaha untuk mematuhi aturan dan

standar yang berlaku dalam industri kosmetika. Hal ini bertujuan agar pelaku usaha tidak sembarangan dalam memproduksi serta memperdagangkan produk kosmetika dan untuk menjaga kepentingan konsumen ketika terjadi pelanggaran yang merugikan mereka. Penerapan sanksi juga berkontribusi pada asas kepastian hukum, memastikan bahwa hukum dan regulasi perlindungan konsumen benar-benar ditegakkan. Selain itu, sanksi juga berperan sebagai upaya untuk memberikan efek jera kepada pelaku usaha yang tidak mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.

D. Kesimpulan

Penutup Pelaku usaha yang memproduksi atau memperjualbelikan *booster* tidak bernotifikasi BPOM dari *skincare* berpaket, dapat dimintai pertanggungjawabannya berupa Tanggung jawab pidana sebagaimana pada UUPK Pasal 62 dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah), UU Kesehatan Pasal 196 dapat dipidana penjara maksimal 10 (sepuluh) tahun dan denda maksimal 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan Pasal 197 dipidana penjara maksimal 15 (lima belas) tahun dan denda maksimal 1.500.000.000,00 (satu miliar lima ratus juta rupiah). Tanggung jawab administratif, dengan peringatan tertulis, larangan mengedarkan kosmetika untuk sementara, penarikan kosmetika, pemusnahan kosmetika atau penghentian sementara kegiatan produksi dan/atau peredaran kosmetika Tanggung jawab ganti rugi, berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab pelaku usaha *e-commerce*, berupa penghapusan dan pemblokiran terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran, menyediakan sarana pelaporan dan menjembatani dalam penyelesaian permasalahan, dengan memfasilitasi komunikasi antara penjual dan pembeli serta membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

E. Saran

Masyarakat diharapkan lebih selektif dan teliti dalam membeli *skincare* atau produk kosmetik di *e-commerce* dengan benar bahan-bahan apa saja yang terkandung, tidak mudah tergiur dengan promosi dan testimoni yang menjanjikan hasil maksimal dalam penggunaan kosmetik dengan waktu yang singkat. Dalam melakukan kegiatan usahanya pelaku usaha harus memperhatikan hak konsumen dan juga kewajibannya sebagai pelaku usaha khususnya yang telah diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen, salah satunya memberikan informasi yang benar dan jelas berkaitan dengan produk barang dan atau jasa yang di jual sehingga tidak terjadi kerugian antara satu sama lainnya. Kemudian perlu diadakannya penyeluruhan dan pengawasan yang lebih mengenai adanya undang-undang perlindungan

konsumen dan peraturan lainnya sehingga masyarakat dapat mengetahui upaya hukum apa saja yang dapat di lakukan apabila hak-hak mereka telah dilanggar oleh pelaku usaha.

Daftar Pustaka

- Agustanti, R. D., Dirkareshza, R., Taupiqqurrahman, T., Fatahaya, S., & Wardoyo, R. A. (2021). Peningkatan Pengetahuan Praktik Jual Beli Online berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik pada Masa Pandemi Covid-19. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2824–2837.
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5321>
- Agustin, S. (2023). *Skincare Kenali Jenis Dan Fungsinya*. Alodokter.
- Fatima, N. S. (2020). *Perlindungan Hukum Terhadap Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Hypermarket Giant Terhadap Marketplace)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Marzuki, P. M. (2008). *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada Media.
- Paendong, J. E. (2017). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Kecil Dalam Persaingan Usaha Di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Lex Privatum*, 5(4).
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2019). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Rajawali Pers.
- Sunggono, B. (2008). *Metode Penelitian Hukum*. PT Raja Grafindo Persada.
- Taupiqqurrahman, & Rilani, K. E. (2023). Tanggung Jawab Perdata Terhadap Kreator Konten atas Penyebaran Komik Online di Aplikasi TikTok. *Jurnal USM Law Review*, 6(1).
- Taupiqqurrahman, Dirkareshza, R., Ramadhani, D. A., & Hindira, R. D. (2022). Pelatihan Pembuatan Akun Marketplace Bagi Pelaku Umkm Dalam Mendukung Peningkatan Perekonomian Desa Di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Mandala Nursa*, 4(2).
- Waluyo, B. (1997). *Metode Penelitian Hukum*. PT. Ghalia Indonesia.
- Waluyo, B. (2002). *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Sinar Grafika.