

TIKTOK SHOP VS E-COMMERCE VS NEGARA: MENCARI TITIK KESEIMBANGAN DALAM BINGKAI EKONOMI KONSTITUSIONAL

TikTok Shop VS E-Commerce VS State: Looking for a Balance Point in a Constitutional Economic Frame

Yazrul Anuar¹ Raju Moh Hazmi² Jasman Nazar³

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

E-mail: ¹yazrulanuar06@gmail.com ²Rajumohhazmi@umsb.ac.id ³jasman.ucox.UMSB@gmail.com

ABSTRACT

This article aims to understand the concept of e-commerce and find a balance point in the constitutional economic framework regarding the prohibition on social media, TikTok shops merging into e-commerce. This research uses a juridical-normative approach and is designed to be descriptive. The research results show: The concept of e-commerce is basically a "container" for business people who sell and makes it easier for them to connect with consumers online and carry out their activities practically and efficiently. Transactional procession activities through the world of e-commerce involve two parties, namely business actors and consumers. Tiktok shop since this writing has not met the criteria for e-commerce as mandated by PP Number 80 of 2019. On this side, constitutional economic balance is needed to bridge interaction and connectivity between society, the state and the market. This means that the government must ensure healthy business competition and protection for society as a whole for the products offered specifically in e-commerce activities. considering that production from upstream to downstream is a long economic process. This is in line with the will of the Indonesian state as stated in the economic conception of the constitution in Article 33 of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia which is based on the principles of balance, justice and sustainability.

Keywords: Tiktok Shop, E-commerce, Constitutional Economy

1. PENDAHULUAN

Inovasi teknologi informasi komunikasi (TIK) dewasa ini sudah berkembang dan mengeser kehidupan rutinitas warga negara. Pemakai telepon pintar semakin meningkat telah membuat banyak aktivitas *online* sebanding dengan aktivitas di dunia nyata.¹ Pemakai jaringan internet terus meningkat dalam konteks global hari ini, termasuk di negara Indonesia. Pada Januari 2023, jumlah pemakai jaringan internet di Negara Indonesia mencapai 212,9 juta orang dan hal tersebut mengalami eskalasi sebesar 15,5% pada awal tahun 2022.²

Meningkatnya jumlah pengguna digital menunjukkan bahwa komunikasi dan kolaborasi melalui internet menjadi lebih menarik dan mudah. Proses yang panjang dalam pembangunan sosial,

¹ Putu A. Widhiartha, "Transformasi Digital Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Lembaga Kursus Dan Pelatihan," *Jurnal PNF*, 18.1 (2018), 28.

² Wahyunanda Kusuma Pertiwi Bill Clinton, "Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 202 juta," *Kompas.com* <<https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all.%0A>> [diakses 3 Agustus 2023].

ekonomi, dan industri disertai dengan peningkatan teknologi baru yang begitu pesat setiap tahunnya.³ Hal tersebut sekaligus berimplikasi ke dunia usaha (dagang) mengalami banyak perubahan selama era industri 4.0. Dengan kemajuan teknologi yang cepat, semuanya berubah lebih baik dan lebih cepat. Kemajuan teknologi ini telah membuat dunia tanpa batas, yang memungkinkan hubungan sosial berkembang dengan cepat dan mudah seakan tidak berjarak “tanpa batas”. Kemajuan teknologi juga telah menghasilkan perubahan sosial yang signifikan di tengah masyarakat.⁴

Dalam konteks bisnis, kemajuan teknologi digunakan untuk pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan, di mana pembeli dapat berbicara langsung dengan penjual di negara yang berbeda. Selanjutnya hal ini menghasilkan disruptif industri pasar baru, terutama untuk aktivitas perdagangan. Industri ini disebut sebagai *e-commerce* pasar baru ini meninovasikan cara bisnis dan konsumen “masyarakat” bertindak dalam transaksi perdagangan kontemporer.⁵ Pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak lepas dari dorongan sektor *e-commerce* yang menempati posisi 1 (pertama) dengan pertumbuhan nilai perdagangan sebesar 78%. Sementara itu, posisi 2 (kedua) ditempati oleh Negara Meksiko dengan *progres* 59%.⁶ Sejalan dengan data tersebut, Kementerian Keuangan (Kemenkeu) mengklaim pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menyentuh angka 65.4 juta dengan kegiatan usaha yang terdata sepanjang tahun 2019 dan berpotensi membuka 123,3 ribu lowongan tenaga kerja.⁷

Dilihat dari potensi-potensi di jelaskan sebelumnya, jelas bahwa pemerintah harus membuat peraturan yang lebih progresif untuk mendorong kehidupan *e-commerce* secara berimbang dan merata sebagaimana amanat konstitusi UUD NRI 1945 secara optimal . Oleh karena itu, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang kemudian disingkat sebagai (Permendag No 31/2023) telah dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia. Namun permasalahan yang timbul sekarang, salah satu poin dari Permendag No 31/2023 yaitu melarang (media social) gabung jadi (*e-commerce*). Adanya peraturan ini sekaligus

³ Esther Salmerón-Manzano, “Legaltech and Lawtech: Global Perspectives, Challenges, and Opportunities,” *Laws*, 10.2 (2021), 24 <<https://doi.org/10.3390/laws10020024>>.

⁴ Natasha Olivia Aliza Willma Silalahi, Enjelina Sibatuara, “Perlindungan Konsumen Transformasi Digital Di Era Reformasi Industri 4.0,” *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1.1 (2023), 59.

⁵ Supandi dan Surryanto D.W Lutviana Azizah, “Electronic Commerce (E-Commerce) on a Perspective of Defense Economic,” *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 5.2 (2019), 277.

⁶ Kmenkominfo, “Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen” <https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media> [diakses 27 September 2023].

⁷ Kemenkeu, *Artikel* <<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>> [diakses 26 September 2023].

akan berdampak secara langsung kepada mata pencarian 6 juta pelaku usaha (pedagang) dan hampir 7 juta (inisiator) yang telah berafiliasi dengan Tik-tok Shop.⁸ Pro dan kontra terjadi atas hadirnya regulasi tersebut sekrang ini.⁹ Fakta tersebut sekaligus menunjukkan kita bahwa Tik-tok Shop sudah berkembang secara luas tidak hanya pada bidang yang berkaitan saran sosial media (sosmed), namun juga masuk ke bidang lain seperti jual beli *e-commerce* pada umumnya.¹¹

Untuk mendukung pelaksanaan ekonomi yang *sustainable*, serta adanya korelasi antara Tik-tok Shop dan *e-commerce*.¹² Sejalan dengan uraian diatas dapat ditarik beberapa rumusan masalah yang mendasar. Pertama, bagaimana konsep *e-commerce* dan kedua, bagaimana mencari titik keseimbangan dalam bingkai ekonomi konstitusional.

2. METODE PENELITIAN

Jenis kajian ini adalah penelitian kepustakaan dengan menggunakan metode penelitian yuridis-normatif, yang melihat hukum sebagaimana aturan, norma, dan asas untuk mencari solusi dari masalah yang sedang dibahas (diteliti).¹³ Penelitian dilakukan penulis bersifat deskriptif.¹⁴ Adapun bahan penelitian penulis mencakupi seluruh peraturan perundang-undangan, buku, dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan isu yang sedang dibahas (diteliti).¹⁵

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Konsep E-Commerce

Saat ini, kegiatan dunia dagang tidak lagi dilakukan dengan cara konvensionalitas saja akan tetapi juga dilakukan secara daring (elektronikal). Dalam beberapa tahun belakangan, *e-commerce*

⁸ Novina Putri Bestari, "Pedagang TikTok Shop Ketar-Ketir, Mendag: Tinggal Pindah!," *CNBC Indonesia* <<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230927182552-37-476150/pedagang-tiktok-shop-ketar-ketir-mendag-tinggal-pindah>> [diakses 28 September 2023].

⁹ Ali Akhmad Noor Hidayat, "Resmi Dilarang Jualan, TikTok Indonesia: Kami Hormati Peraturan dan Tempuh Jalur Konstruktif," *Tempo* <<https://bisnis.tempo.co/read/1777225/resmi-dilarang-jualan-tiktok-indonesia-kami-hormati-peraturan-dan-tempuh-jalur-konstruktif>> [diakses 28 September 2023].

¹⁰ N/A, "Pro Kontra Penutupan TikTok Shop" <<https://www.metrotvnews.com/play/kqYCEq0w-pro-kontra-penutupan-tiktok-shop>> [diakses 29 September 2023].

¹¹ Imma Rokhmatul Aysa, "Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia (Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress)," *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3.2 (2021), 140–53.

¹² *Transformasi Era Digital Dari Berbagai Aspek*, ed. oleh Iriana Mildawani dan Hadion Joyo (Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021).

¹³ Suratman & Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, 3 ed. (Bandung: Alfabeta, 2022).

¹⁴ Fajlurrahman Jurdi, *Logika Hukum*, 2 ed. (Jakarta: Pranamedia Group, 2019).

¹⁵ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, 1 ed. (Nusa Tenggara Barat: Mataram University Perss, 2020).

menjadi lebih populer.¹⁶ Secara umum *e-commerce* bisa dipahami sebagai kegiatan berbelanja, memasarkan, mengirim, bertukar produk, jasa, melalui jejaring Internet.¹⁷ Rahmanti (2009) menyatakan bahwa *e-commerce* juga dikenal sebagai e-dagang merupakan sistem pemasaran yang ditemukan melalui alat ataupun media elektronik.¹⁸ *E-commerce* adalah proses pengiriman, penjualan, pembelian, promosi, dan penyediaan dukungan dengan cara mengaplikasikan sistem elektronikal sebagaimana internet atau jejaring komputer yang lain. Contoh sistem elektronik ini termasuk website online atau aplikasi komersial untuk memungkinkan pelanggan membeli barang dari berbagai toko.

Menurut Pasal 1 angka (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mendefinisikan "Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik". Selanjutnya, Pasal 11 berbunyi "setiap pelaku usaha yang melakukan PMSE wajib memenuhi persyaratan umum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan".

Konsepsi *e-commerce* pada dasarnya sama dengan pasar konvensional pada umumnya (luring) merupakan "wadah" berbisnis untuk menjual produk mereka dan bertemu konsumen.¹⁹ *E-commerce* menawarkan "wadah" bagi pelaku usaha yang berjualan dan memudahkan mereka berhubungan bersama konsumen secara (daring) dan melakukan kegiatan secara praktis dan efisien. Kegiatan prosesi transaksional melalui *e-commerce* ini mengikutsertakan dua belah pihak, yaitu pelaku usaha dan konsumen. Artinya dalam proses jual-beli pelaku usaha mempunyai kepiawaan menarik konsumen dan mengiklankan produk yang mereka jual dan melewati situs web ataupun aplikasi komersial yang mempunyai izin seperti halnya, (Shopee, TokoPedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak) yang telah terdaftar dan sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.²⁰

B. Keseimbangan Ekonomi Dalam Bingkai Konstitusional

Di era globalisasi dan kemajuan (TIK) dewasa ini, pemerintah tidak dapat menghindari untuk saling mempengaruhi kesatuan ekonomi antara negara. Namun disisi lain, kita juga perlu memiliki

¹⁶ Abdul Halim, "Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce," *Jurnal Notarius*, 2.1 (2023), 2.

¹⁷ Anna Marganingsih Emilia Dewiati Pelipa, "Pelatihan E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Sintang," *Jurnal Penabdian masyarakat Khatulistiwa*, 4.2 (2020), 96.

¹⁸ SB. Handayani Cicik Harini, "Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Kinerja Ukm," *DERIVATIF : Jurnal Manajemen*, 13.2 (2019), 23.

¹⁹ *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*, ed. oleh Romindo (Medan: Kita Menulis, 2019).

²⁰ Adi Ahdiat, "5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023," *Kata Data* <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>> [diakses 25 September 2023].

jalan tengah “kesepakatan” agar tidak “tertudur” dari dinamika ekonomi kontemporer. Sejalan dengan hal tersebut, ekonomi konstitusional berfungsi sebagai tumpuan utama untuk menentukan politik dalam kegiatan ekonomi kesatuan negara. Konstitusi dapat dianggap sebagai konsep yang *universal* setiap negara, paham kesepakatan mayoritas masyarakat tentang struktur ekonomi ideal negara adalah pokok keberadaan konstitusi.²¹ Wolfgang K.(1999) menciptakan konsepsi "*economic constitution*" yang masih dianggap muda (dini) dirumpun ilmu hukum maupun ekonomi. Prof Jimly Asshiddiqie dalam disertasinya (2010) memperkenalkan gagasan konstitusi ekonomi dalam konteks ke-tata negaraan Indonesia dan diulas secara mandalam melalui bukunya yang berjudul “konstitusi ekonomi”.²²

Jika kita berbicara terhadap konsepsi ekonomi konstitusi, maka kita menjelaskan tentang bagaimana kehidupan ekonomi berasakan kepada norma konstitusional. Fokus studi ekonomi konstitusi adalah konstitusi yang menetapkan standar dasar kebijakan ekonomi. Dengan kata lain, ekonomi tidak mungkin diceraikan dengan konstitusi. Disisi lain, “khitah” ekonomi dalam bentuk apapun tidak boleh melanggar konstitusi yang merupakan pokok dasar hukum tertinggi sebuah negara.²³ Agar setiap kebijakan ekonomi berusaha untuk mencapai tujuan yang tercantum dalam konstitusi. Maka maksud dan tujuan ini ialah untuk mengeskalasi kemakmuran dan keamanan ekonomi masyarakat secara optimal dan sekaligus menjamin hak ekonomi yang diberikan oleh konstitusi. Hal ini diamanatkan melalui Pasal 33 angka (1) UUD NRI 1945 secara *expresive verbis* menyatakan “perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan”

Dari bunyi pasal di atas menjadi acuan kita untuk memahami keseimbangan ekonomi dalam konteks konstitusional. Sejalan dengan hal tersebut, ekonomi konstitusi adalah pendekatan kebijakan ekonomi yang memprioritaskan kemakmuran masyarakat secara keseluruhan.²⁴ Secara *inheren* menegaskan bahwa pembangunan ekonomi harus dilakukan secara merata untuk mencapai kesejahteraan masyarakat bukan hanya untuk individu atau golongan tertentu. Oleh karena itu, kebijakan ekonomi yang akurat adalah ekonomi konstitusi yang didasarkan pada undang-undang dasar yang menjembatani interaksi dan koneksitas diantara pasar (*market*), negara (*state*), dan masyarakat (*society*).

²¹ Etty Sri Wahyuni Henry Aspan, M. Tartib, “Perspektif Ekonomi Dalam Konstitusi Indonesia Dan Relevansinya Dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19,” *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7.5 (2022), 5478.

²² Habibul Umam Taquiuddin, “Gagasan UUD 1945 Sebagai Konstitusi Politik, Konstitusi Ekonomi, dan Konstitusi Sosial,” *Jurnal Econetica*, 3.2 (2021), 45.

²³ Jimly Asshiddiqie, “Memperkenalkan Gagasan Konstitusi Ekonomi,” *Jurnal Hukum Prioris*, 3.2 (2013), 12.

²⁴ Ayu Dwi Nugraheni Rakhmi Widayati, “Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Berdasarkan Ajaran Tamansiswa Menuju Revolusi Industri 4.0,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14.1 (2023), 7.

Dalam fokus studi ekonomi konstitusional, interaksi dan koneksitas negara, pasar dan masyarakat harus kuat serta berimbang. Misalnya saja, apabila ada kesenjangan yang menyebabkan (*market*) menjadi dominan dan (*state*) menjadi pasif maka keadilan yang diharapkan (*society*) hanya sekedar wacana. Akibatnya, tingkat peradaban aktivitas sebuah negara kita tidak akan tumbuh dan mekar ke arah kemajuan yang lebih jauh. Apabila pasar memonopoli atas negara dan masyarakat, kehidupan akan didominasi oleh pandangan dan perilaku yang hanya dihitung dengan untung saja (uang) tanpa memperdulikan kemaslahatan warga negara secara keseluruhan.

Dalam konteks persaingan usaha, platform Tik-Tok Shop pada hakikatnya media tersebut bukan diciptakan bergerak di bidang *e-commerce* yang mengantongi izin operasional sebagaimana amanat Pasal 11 PP Nomor 80 Tahun 2019 seperti contohnya (Shopee, TokoPedia, Lazada, Blibli dan Bukalapak).²⁵ Sejalan dengan itu, pelaku usaha Tik-tok Shop cenderung menggunakan posisi dominan sebagaimana diatur dalam Pasal 20 dan Pasal 25 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Sehingga berpotensi menetapkan harga yang sangat rendah “dumping” dalam perosisi penciptaan produk (barang) dan sekaligus menciptakan pelaku usaha untuk menguasai 50% pangsa pasar yang menimbulkan kegiatan monopoli.²⁶ Oleh karena itu, penulis sampaikan bahwa praktek ini bisa saja muncul tidak hanya berbasis lokal tetapi juga global dalam gempuran kemajuan (TIK) dewasa ini. Selain itu, tidak jarang pula iklan yang dibuat oleh pelaku usaha di Tik-Tok Shop cenderung bias, sampai-sampai informasi yang dibagikan kepada konsumen ternyata menyesatkan.²⁷

Artinya, pemerintah harus memastikan persaingan usaha yang sehat dan keamanan produk yang ditujukan secara khusus dalam kegiatan dunia *e-commerce*. Mulai dari persaingan pelaku usaha maupun pembuatan produk itu sendiri, tempat produk dibuat, orang yang menjalankan proses produksi, dan siapa yang memiliki izin operasional dan rantai distribusi. Produksi, dari hulu hingga hilir adalah proses ekonomi yang panjang.²⁸ Di sisi inilah, arti penting keseimbangan ekonomi konstitusional dalam menciptakan persaingan usaha secara sehat dibidang *e-commerce* dan memberikan perlindungan terhadap masyarakat konsumen itu sendiri. ²⁹ Hal ini sejalan dengan

²⁵ TikTok, “TikTok adalah tempat terkemuka untuk video pendek ponsel. Misi kami adalah untuk menginspirasi kreativitas dan memberi sukacita” <<https://www.tiktok.com/about?lang=id>> [diakses 28 September 2023].

²⁶ Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha “Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha”* (Malang: Setara Press, 2017).

²⁷ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen Hukumnya* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2018).

²⁸ Dwi Nur Laela Fithriya Yanti Nurgiyanti, “Peran Indonesia dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Kosmetik di Pasar Asean Melalui E-Commerce,” *Nation State: Journal of International Studies*, 2.2 (2019), 181.

²⁹ Laurensius Arliman S, “Perlindungan Hukum Umkm Dari Eksploitasi Ekonomi dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Umkm Legal Protecion From Economic Exploitaion To Improve Social Welfare),” *Jurnal RechtsVinding*, 6.3 (2017), 183.

amanat Undang-Undang No 5 Tahun 1999 jika kita melihat muatan pasal-pasal yang diatur oleh Undang-Undang tersebut jelas bahwa adanya relevansi yang sangat kuat. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 2 menyatakan “Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan pelaku usaha dan kepentingan umum”.

4. PENUTUP

Konsep *e-commerce* pada dasarnya merupakan “wadah” bagi pelaku usaha yang berjualan dan memudahkan mereka berhubungan bersama konsumen secara daring dan melakukan kegiatannya secara praktis dan efisien. Kegiatan prosesi transaksional melalui dunia *e-commerce* ini mengikutsertakan dua belah pihak, yaitu pelaku usaha dan konsumen.

TikTok shop semenjak tulisan ini dibuat belum memenuhi kriteria sebagai *e-commerce* sebagaimana amanat Pasal 11 PP Nomor 80 Tahun 2019. Disisi inilah, keseimbangan ekonomi konstitusional diperlukan untuk menjembatani interaksi dan koneksitas diantara masyarakat, negara dan pasar. Artinya, pemerintah harus memastikan persaingan usaha yang sehat dan keamanan produk yang ditujukan secara khusus dalam kegiatan dunia *e-commerce*. Mulai dari perlindungan kepada masyarakat konsumen dan persaingan pelaku usaha ataupun pembuatan produk itu sendiri, tempat produk dibuat, orang yang menjalankan proses produksi, dan siapa yang memiliki izin operasional dan rantai distribusi. Produksi, dari hulu hingga hilir adalah proses ekonomi yang panjang. Hal ini relevan dengan kehendak negara Indonesia yang tertuang melalui konsepsi ekonomi konstitusi pada Pasal 33 UUD NRI 1945 yang mendasarkan prinsip kepada keseimbangan, berkeadilan dan keberlanjutan.

Adapun, saran penulis kepada pihak TikTok shop untuk mendirikan badan hukum khusus yang bergerak di bidang *e-commerce* dan memenuhi peraturan yang berlaku atau berafiliasi kepada *e-commerce* yang sudah terdaftar dan beroperasi sehingga menciptakan iklim usaha yang kondusif dan seimbang dalam negara Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, “Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce,” *Jurnal Notarius*, 2.1 (2023), 2
- Adi Ahdiat, “5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023,” *Kata Data* <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>> [diakses 25 September 2023]

- Ali Akhmad Noor Hidayat, "Resmi Dilarang Jualan, TikTok Indonesia: Kami Hormati Peraturan dan Tempuh Jalur Konstruktif," *Tempo* <<https://bisnis.tempo.co/read/1777225/resmi-dilarang-jualan-tiktok-indonesia-kami-hormati-peraturan-dan-tempuh-jalur-konstruktif>> [diakses 28 September 2023]
- Aysa, imma Rokhmatul, "Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress," *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3.2 (2021), 140–53
- Bill Clinton, Wahyunanda Kusuma Pertiwi, "Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 202 juta," *Kompas.com* <<https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-212-9-juta-di-awal-2023?page=all.%0A>> [diakses 3 Agustus 2023]
- Cicik Harini, SB. Handayani, "Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm," *DERIVATIF : Jurnal Manajemen*, 13.2 (2019), 23
- Devi Meyliana, *Hukum Persaingan Usaha "Studi Konsep Pembuktian Terhadap Perjanjian Penetapan Harga Dalam Persaingan Usaha"* (Malang: Setara Press, 2017)
- Emilia Dewiati Pelipa, Anna Marganingsih, "Pelatihan E-Commerce Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Sintang," *Jurnal Penagbdian masyarakat Khatulistiwa*, 4.2 (2020), 96
- Fajlurrahman Jurdi, *Logika Hukum*, 2 ed. (Jakarta: Pranamedia Group, 2019)
- Habibul Umam Taqiuddin, "Gagasan UUD 1945 Sebagai Konstitusi Politik, Konstitusi Ekonomi, dan Konstitusi Sosial," *Jurnal Econetica*, 3.2 (2021), 45
- Henry Aspan, M. Tartib, Etty Sri Wahyuni, "Perspektif Ekonomi Dalam Konstitusi Indonesia Dan Relevansinya Dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7.5 (2022), 5478
- Iriana Mildawani dan Hadion Joyo, ed., *Transformasi Era Digital Dari Berbagai Aspek* (Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021)
- Jimly Asshiddiqie, "Memperkenalkan Gagasan Konstitusi Ekonomi," *Jurnal Hukum Prioris*, 3.2 (2013), 12
- Kemenkeu, *Artikel* <<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>> [diakses 26 September 2023]
- Kmenkominfo, "Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen"

- <https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media> [diakses 27 September 2023]
- Laurensius Arliman S, "Perlindungan Hukum Umkm Dari Eksploitasi Ekonomi dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Umkm Legal Protection From Economic Exploitation To Improve Social Welfare)," *Jurnal RechtsVinding*, 6.3 (2017), 183
- Lutviana Azizah, Supandi dan Surryanto D.W, "Electronic Commerce (E-Commerce) on a Perspective of Defense Economic," *Jurnal Ekonomi Pertahanan*, 5.2 (2019), 277
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, 1 ed. (Nusa Tenggara Barat: Mataram University Press, 2020)
- N/A, "Pro Kontra Penutupan TikTok Shop" <<https://www.metrotvnews.com/play/kqYCEq0w-pro-kontra-penutupan-tiktok-shop>> [diakses 29 September 2023]
- Novina Putri Bestari, "Pedagang TikTok Shop Ketar-Ketir, Mendag: Tinggal Pindah!," *CNBC Indonesia* <<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230927182552-37-476150/pedagang-tiktok-shop-ketar-ketir-mendag-tinggal-pindah>> [diakses 28 September 2023]
- Putu A. Widhiartha, "Transformasi Digital Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Lembaga Kursus Dan Pelatihan," *Jurnal PNF*, 18.1 (2018), 28
- Rakhmi Widayati, Ayu Dwi Nugraheni, "Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Berdasarkan Ajaran Tamansiswa Menuju Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14.1 (2023), 7
- Romindo, ed., *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (Medan: Kita Menulis, 2019)
- Salmerón-Manzano, Esther, "Legaltech and Lawtech: Global Perspectives, Challenges, and Opportunities," *Laws*, 10.2 (2021), 24 <<https://doi.org/10.3390/laws10020024>>
- Suratman & Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, 3 ed. (Bandung: Alfabeta, 2022)
- TikTok, "TikTok adalah tempat terkemuka untuk video pendek ponsel. Misi kami adalah untuk menginspirasi kreativitas dan memberi sukacita" <<https://www.tiktok.com/about?lang=id>> [diakses 28 September 2023]
- Willma Silalahi, Enjelina Sibatuara, Natasha Olivia Aliza, "Perlindungan Konsumen Transformasi Digital Di Era Reformasi Industri 4.0," *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1.1 (2023), 59
- Yanti Nurgiyanti, Dwi Nur Laela Fithriya, "Peran Indonesia dalam Meningkatkan Daya Saing Produk

Kosmetik di Pasar Asean Melalui E-Commerce,” *Nation State: Journal of International Studies*, 2.2 (2019), 181

Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen Hukumnya* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2018)

