



Peran Pengawasan *Marketplace* terhadap Produk Kecantikan yang Tidak Memiliki Izin Edar dalam Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Jovanka Boby Rahardian¹, Puji Sulistyaningsih², Chrisna Bagus Edhita Praja³

Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

E-mail: pujisulistyaningsih@ummgl.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.31603/10097>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 11x-11-2022

Revised: 09-12-2022

Accepted: 23-01-2023

Keywords

Beauty Products

Distribution Permit

Marketplace

ABSTRACT

This study aims to analyze the legal status of marketplaces in overseeing unregistered beauty products and to assess the effectiveness of supervising unregistered beauty products in the marketplace. The research employs a normative juridical method with a statutory approach. Data sources include interviews with Shopee Yogyakarta and BPOM Yogyakarta, as well as literature studies. The results of this research indicate that the legal position of the Shopee marketplace is solely that of an intermediary, bringing together sellers and buyers. The primary task of supervision remains with BPOM, while Shopee assists BPOM in its oversight role. Despite BPOM collaborating with IDEA to oversee unregistered beauty products in the marketplace, there continues to be a substantial number of unregistered beauty products advertised on the marketplace, indicating the ineffectiveness of the current supervision efforts.

ABSTRAK

Kata Kunci

Produk Kecantikan

Izin Edar

Marketplace

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan hukum *marketplace* dalam pengawasan produk kecantikan yang tidak memiliki izin edar dan untuk mengetahui efektivitas pengawasan produk kecantikan tanpa izin edar di *marketplace*. Metode penelitian yang digunakan yaitu yuridis normatif dengan pendekatan Undang-Undang. Sumber data diperoleh dari hasil wawancara dengan Shopee Yogyakarta dan BPOM Yogyakarta, dan juga studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedudukan hukum *marketplace* Shopee hanya sebagai perantara dimana hanya menghimpun penjual dan pembeli. Sedangkan tugas pokok pengawasan tetaplah di BPOM sementara Shopee hanya membantu BPOM dalam pengawasan. Meskipun BPOM telah menggandeng IDEA dalam pengawasan produk kecantikan tanpa izin edar di *marketplace* sampai sekarang masih banyak produk kecantikan tanpa izin edar yang di iklankan di *marketplace* dan itu menunjukkan belum efektifnya pengawasan yang dilakukan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat melakukan bisnis. Tradisi penjualan dan pembelian secara tatap muka telah bergeser ke gaya baru, yakni jual beli secara online.¹ Transaksi online adalah teknik baru untuk membeli dan menjual barang dengan memanfaatkan kemajuan teknologi

¹ Tantimin Tantimin, "Legal Liability of Minors as Perpetrators of Online Buying and Selling Fraud in Indonesia," *LAW REFORM* 17, no. 2 (September 2021): 145–56, <https://doi.org/10.14710/lr.v17i2.41738>.

informasi.² Dengan kemajuan teknologi dan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin pesat, Databoks pada tahun 2020 mencatat bahwa di Indonesia terdapat 2,36 juta yang menggunakan usaha marketplace.³

Tokopedia dan Shopee masih memimpin pasar marketplace yang ada di Indonesia. Persaingan keduanya semakin ketat jika dilihat berdasarkan rata-rata jumlah pengunjung per bulan. Menurut data iPrice, rata-rata pengunjung bulanan laman Tokopedia mencapai 157,2 juta pada kuartal I 2022.⁴ Angka tersebut naik 5,1% dari kuartal IV 2021 yang tercatat 149,6 juta kunjungan. Sementara Shopee di urutan kedua dengan rata-rata pengunjung bulanan 132,77 juta pada kuartal I 2022, naik 0,6% dari kuartal sebelumnya yang masih 131,9 juta.⁵

Indonesia memiliki potensi ekonomi besar dan terus berkembang, khususnya dalam industri Kosmetik dan kecantikan. Terutama di kalangan anak muda yang lebih berani mengambil risiko dan lebih terampil dalam berbelanja di pasar online, terutama di platform marketplace.⁶ Marketplace merupakan platform yang memfasilitasi jual beli dan sistem transaksi bagi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi secara online melalui website atau aplikasi.⁷ Dalam marketplace, tersedia berbagai jenis produk dengan harga dan spesifikasi yang berbeda-beda. Informasi mengenai kondisi barang juga disertakan dalam platform tersebut.⁸ Salah satunya adalah produk kecantikan yang dimana perlu perhatian dalam pengedarannya, pengawasan produk kecantikan yang tidak terdaftar di BPOM di marketplace menjadi hal yang penting karena keberadaan produk kosmetik ilegal dapat membahayakan kesehatan konsumen.

Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk kecantikan yang beredar di pasaran aman dan tidak mengandung bahan-bahan berbahaya hal ini diatur pada pasal 102 ayat 1. Namun, masih banyak produk kecantikan tanpa izin edar yang dijual secara bebas di marketplace karena kurangnya pengawasan yang ketat baik dari BPOM dan marketplace. Menurut laporan BPOM pada tahun 2019, terdapat sekitar 2.000 produk yang ditemukan tidak memiliki izin dari BPOM dan tersebar di berbagai marketplace. Menjamurnya barang kosmetik tidak memiliki izin edar tersebut dapat berasal dari pelaku industri kosmetik dalam negeri maupun luar negeri, termasuk China dan negara lain. sehingga pengawasan dan peredarannya tidak lagi terkendali sepenuhnya.⁹

Jumlah produk kecantikan yang tersedia di pasar online saat ini mengalami peningkatan, tetapi masih terdapat permasalahan yang terkait dengan produk kecantikan yang tidak terawasi BPOM yang perlu

² Jamaluddin Mukhtar Rifan Adi Nugraha and Hardika Fajar Ardianto, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online," *Serambi Hukum* 08, no. 02 (2015): 91–102.

³ Ikhsan, "15 Marketplace Online Terbesar Di Indonesia [Update 2022]" (Sasana Digital, April 2022).

⁴ Rifda Aufa Putri and Aldo Fenalosa, "[Laporan] Perusahaan E-Commerce Mana Yang Paling Berpengaruh Di Asia Tenggara Pada Q1 2022?," iPrice, 2022.

⁵ Vika Azkiya Dihni, "10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022," May 2022.

⁶ Erni Darmayanti et al., "Tinjauan Hukum Pajak Tentang E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Lex Justitia* 4, no. 2 (2022): 135–49.

⁷ Tengkok Lestari et al., "Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Penjualan Tas," *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 40–47, <https://doi.org/https://doi.org/10.25008/ahsana.v1i1.312>.

⁸ Ni Putu Suci Meinarni and Emmy Febriani Thalib, "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia," *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 7, no. 2 (July 2019): 194, <https://doi.org/10.29303/ius.v7i2.622>.

⁹ Neri Widya Ramailis, M Kirim, and Deki Putra Wandu, "Peran BPOM Kota Pekanbaru Dalam Mengawasi Perdagangan Kosmetik Ilegal," *Journal.Uir.Ac.Id* 3, no. 2 (2018): 20–39.

diwaspadai.¹⁰ Berdasarkan Peraturan Kepala Badan POM RI Nomor 2 Tahun 2014, yang merupakan perubahan kedua dari Peraturan kepala BPOM Nomor: HK.03.1.23.08.11.07517 Tahun 2011 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika, terdapat daftar bahan yang dilarang digunakan dalam pembuatan kosmetik karena berbahaya bagi kesehatan. Beberapa di antaranya termasuk Bahan Kimia Obat (BKO) seperti pewarna merah K10, pewarna merah K3, asam retinoat, merkuri, obat-obat jenis antibiotik, dekasametason, hingga hidrokuinon, yang dapat merusak jaringan kulit manusia. Oleh karena itu, penggunaan bahan kimia obat yang mengandung bahan berbahaya dalam pembuatan kosmetik perlu diawasi secara ketat.¹¹ Penggunaan bahan-bahan berbahaya ini secara terus-menerus dan dalam jangka waktu yang lama dapat menimbulkan masalah kesehatan. Bahan berbahaya dan zat warna yang dilarang digunakan dalam kosmetik yaitu merkuri (Hg), asam retinoat (retinoic acid), zat warna rhodamin (merah K. 10) dan merah K3. merkuri (Hg)/air raksa termasuk logam berat berbahaya, yang dalam konsentrasi kecil saja dapat bersifat racun. Pemakaian Merkuri (Hg) dapat menimbulkan berbagai hal, mulai dari perubahan warna kulit, yang akhirnya dapat menyebabkan bintik hitam, alergi, iritasi kulit, kerusakan permanen pada susunan saraf, otak, ginjal dan gangguan perkembangan janin. Bahkan paparan jangka pendek dalam dosis tinggi dapat menyebabkan diare muntah-muntah, kerusakan ginjal, bahkan dapat menyebabkan kanker.¹²

Namun demikian, meskipun BPOM telah melakukan berbagai cara dalam tugas pengawasannya tapi sampai sekarang masih banyak produk kecantikan tidak memiliki izin edar yang masih beredar diberbagai platform marketplace yang ada di indonesia dan berpotensi merugikan konsumen. Maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan hukum marketplace dalam pengawasan produk kecantikan yang tidak memiliki izin edar dan untuk mengetahui efektivitas pengawsan produk kecantikan tanpa izin edar di marketplace.

2. METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan undang-undang (statute approach). Selain itu, bahan penelitian meliputi data primer dan data skunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara sedangkan data skunder diperoleh melalui studi pustaka yang meliputi bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Selanjutnya, data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dan disajikan secara deskriptif, kemudian diambil kesimpulan secara induktif.

3. PEMBAHASAN

3.1. Kedudukan Hukum *Marketplace* dalam Pengawasan Produk Kecantikan yang Tidak Memiliki Izin Edar

Dalam sebuah wawancara dengan Ibu Kestri Harjanti, seorang perwakilan dari Shopee, beliau menjelaskan mengenai kedudukan hukum marketplace dalam transaksi produk kecantikan tanpa izin edar. Ibu Kestri Harjanti menjelaskan bahwa kedudukan hukum marketplace di Indonesia diatur oleh beberapa

¹⁰ Emia Harinda Sinulingga, Asih Budiastuti, and Aryoko Widodo, "Efektivitas Madu Dalam Formulasi Pelembap Pada Kulit Kering," *Diponegoro Medical Journal (Jurnal Kedokteran Diponegoro)* 7, no. 1 (2018): 146–57.

¹¹ Riba Amanda Dera, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Produk Kosmetik Berbahaya," *Lex Privatum* 7, no. 1 (2019): 14–22.

¹² Ilyas Indra, "Akibat Hukum Terhadap Produk Kosmetik Kecantikan Yang Tidak Didaftarkan Menurut Ketentuan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM)," *Jurnal Ilmiah Hukum Dan Keadilan* 3, no. 1 (2016): 17–38.

undang-undang dan peraturan, antara lain Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 (PP 80/2019), dan peraturan pelaksanaannya.

Marketplace dapat dianggap sebagai perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya, yang menyediakan sarana untuk transaksi online dan menyediakan tempat berjualan serta fasilitas pembayaran. Dalam hal ini, marketplace berperan sebagai platform yang menghubungkan penjual dengan pembeli, sehingga memungkinkan terjadinya transaksi jual beli secara elektronik. Namun, terkait dengan produk kecantikan tanpa izin edar, Ibu Kestri Harjanti menjelaskan bahwa marketplace memiliki tanggung jawab tertentu. Sebagai perantara, marketplace memiliki tugas dan fungsi untuk memfilter dan mengatur produk-produk yang dilarang oleh undang-undang untuk diperdagangkan. Dalam hal ini, marketplace wajib membuat ketentuan berlaku di dalam platform marketplace untuk mengedukasi penjual guna mewujudkan sinergitas antara BPOM, IDEA, dan Marketplace terkait pengawasan terhadap penjual-penjual yang berjualan di platform mereka.

Dalam hal produk kecantikan tanpa izin edar pengawasan utama dilakukan oleh BPOM. Kewenangan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam mengawasi produk-produk yang beredar didasarkan pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Dengan dasar UU kesehatan diatas maka BPOM membuat Peraturan Badan POM Nomor 8 Tahun 2020 tentang Pengawasan Obat dan Makanan diedarkan secara Daring. Pengawasan dilakukan oleh BPOM dan marketplace. Marketplace menetapkan persyaratan yang harus dipenuhi oleh penjual yang akan memperdagangkan kosmetika salah satunya harus memiliki izin edar. Agar dapat ter implementasi aturan tersebut maka BPOM bekerjasama dengan IDEA selaku Asosiasi E-commerce Indonesia yang mewadahi seluruh karketplace yang ada di Indonesia yang tertuang dalam Kesepakatan bersama antara BPOM dan IDEA Nomor: 732/IDEA/BPOM/MOU/MEI/2022 dimana aturan tersebut menyepakati terkait pengawasan peredaran, pengiriman, promosi, dan iklan penjualan obat dan makanan pada peedagangan melalui sistem elektromik (e-commerce).

Lebih lanjut, dijelaskan bahwa persyaratan produk obat dan makanan yang diedarkan secara offline juga berlaku untuk produk obat dan makanan yang diedarkan secara daring melalui marketplace. Dalam hal ini, marketplace memiliki kewajiban untuk memfilter penjual yang menjual produk obat dan makanan melalui platform mereka.

Dengan demikian, berdasarkan penjelasan Ibu Kestri Harjanti, dapat disimpulkan bahwa marketplace memiliki kedudukan hukum sebagai perantara dalam transaksi produk kecantikan tanpa izin edar. Marketplace memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memfilter dan mengatur produk-produk yang dilarang oleh undang-undang serta melakukan edukasi terhadap penjual-penjual yang berjualan di platform mereka. Melalui kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku, marketplace berperan dalam menjaga keamanan dan kualitas transaksi produk kecantikan secara online.

Dilihat dari wawancara dan aturan yang telah di paparkan dapat dilihat kedudukan hukum Marketplace hanya sebagai perantara antara penjual atau pembeli dimana kewajiban marketplace adalah melakukan edukasi terhadap calon penjulanya untuk tidak berjualan produk yang ilegal atau dilarang oleh UU melalui aturan dan ketentuan yang berlaku yang dibuat di dalam platform Shopee serta mengedukasi konsumennya melalui aturan sebelum membuat akun di platform marketplace tersebut, serta marketplace bisa melakukan takedown atas temuan BPOM. Rekomendasi tersebut diberikan melalui IDEA dan IDEA meneruskan ke marketplace untuk melakukan takedown. Tugas pokok pengawasan tetap berada pada BPOM sementara marketplace hanya membantu dari BPOM dalam tugas pengawasan terhadap produk tanpa izin edar. Dengan membuat syarat ketentuan yang berlaku.

3.2. Efektivitas Pengawasan Marketplace Terhadap Produk Kecantikan yang Tidak Memiliki Izin Edar

Ibu Kestri Harjanti selaku perwakilan dari Shopee Yogyakarta mengakui sampai saat ini masih banyak iklan mengenai produk kecantikan tanpa izin edar di marketplace Shopee yang menyesatkan. Berbagai upaya pengawasanpun sudah dilakukan. Dari memberi aturan kepada calon penjual untuk memahami serta membaca aturan sebelum mulai berjualan di platform Shopee terkait barang yang dilarang atau boleh diiklankan melalui Shopee serta memberi keterangan dan informasi se jelas jelasnya terhadap barang yang hendak diiklankan melalui Shopee agar konsumen dapat kejelasan informasi atas barang yang hendak dibeli. Hingga upaya penindakan berupa takedown terhadap iklan produk menyesatkan. Berulang kali Shopee men-takedown iklan-iklan produk yang menyesatkan baik dilakukan atas temuan dari pengawas Shopee maupun takedown yang dilakukan oleh KOMINFO atas rekomendasi dari BPOM atas pengawasan yang dilakukan terhadap temuan iklan produk kecantikan menyesatkan agar melindungi para calon konsumen

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sugeng Riyanto selaku PFM Ahli Muda BBPOM di Yogyakarta, menyatakan bahwa pengawasan obat dan makanan memiliki aspek permasalahan berdimensi luas dan kompleks. Oleh karena itu, diperlukan sistem pengawasan yang komprehensif, semenjak awal proses suatu produk hingga produk tersebut beredar di tengah masyarakat.

Untuk menekan sekecil mungkin risiko yang bisa terjadi, dilakukan SISPOM tiga lapis yakni:

a. Sub-sistem pengawasan produsen

Sistem pengawasan internal oleh produsen melalui pelaksanaan cara-cara produksi yang baik atau *good manufacturing practices* agar setiap bentuk penyimpangan dari standar mutu dapat dideteksi sejak awal. Secara hukum produsen bertanggung jawab atas mutu dan keamanan produk yang dihasilkannya. Apabila terjadi penyimpangan dan pelanggaran terhadap standar yang telah ditetapkan maka produsen dikenakan sanksi, baik administratif maupun *pro-justicia*.

b. Sub-sistem pengawasan konsumen

Sistem pengawasan oleh masyarakat konsumen sendiri melalui peningkatan kesadaran dan peningkatan pengetahuan mengenai kualitas produk yang digunakannya dan cara-cara penggunaan produk yang rasional. Pengawasan oleh masyarakat sendiri sangat penting dilakukan karena pada akhirnya masyarakatlah yang mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan suatu produk. Konsumen dengan kesadaran dan tingkat pengetahuan yang tinggi terhadap mutu dan kegunaan suatu produk, di satu sisi dapat membentengi dirinya sendiri terhadap penggunaan produk-produk yang tidak memenuhi syarat dan tidak dibutuhkan sedang pada sisi lain akan mendorong produsen untuk ekstra hati-hati dalam menjaga kualitasnya.

c. Sub-sistem pengawasan pemerintah/BPOM

Sistem pengawasan oleh pemerintah melalui pengaturan dan standarisasi; penilaian keamanan, khasiat dan mutu produk sebelum diijinkan beredar di Indonesia; inspeksi, pengambilan sampel dan pengujian laboratorium produk yang beredar serta peringatan kepada publik yang didukung penegakan hukum. Untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat konsumen terhadap mutu, khasiat dan keamanan produk maka pemerintah juga melaksanakan kegiatan komunikasi, informasi dan edukasi.

Terkait dengan adanya peredaran kosmetika ilegal di peredaran, merupakan tanggung jawab bersama dalam melakukan pengawasan baik pemerintah (BPOM), pelaku usaha, dan masyarakat. BPOM melakukan pengawasan dan penindakan terhadap kosmetika ilegal, dan jika ditemukan akan diberikan

tindak lanjut sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku. BPOM juga memiliki beberapa kesulitan dalam melakukan pengawasan di marketplace:

- a. Kesulitan dalam menelusuri alamat dan identitas seller yang menjual produk tanpa izin edar adalah bukan hal yang mudah, karena sering seller menggunakan alamat palsu.
- b. Sanksi hukum yang tidak menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha yang mengedarkan kosmetika ilegal.
- c. Kesadaran Masyarakat masih kurang terkait dengan kosmetika ilegal sebagai akibat dari iklan kosmetika ilegal yang menyesatkan.

Dari pemaparan yang telah responden berikan jika di analisis BPOM telah menjalankan tugas dan fungsinya dalam mengawasi. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memiliki kewenangan dalam mengawasi produk-produk yang beredar berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

BPOM dan IDEA bekerja sama dalam implementasi aturan terkait pengawasan produk kecantikan tanpa izin edar yang diperdagangkan melalui marketplace di Indonesia. Kerjasama ini diatur dalam Kesepakatan Nomor: 732/IDEA/BPOM/MOU/MEI/2022. Dalam kesepakatan tersebut, BPOM dan IDEA sepakat untuk saling berbagi informasi, melakukan sosialisasi, dan melakukan tindak lanjut terhadap pelanggaran terkait peredaran, pengiriman, promosi, dan iklan penjualan produk kecantikan yang tidak memiliki izin edar.

Kerjasama ini memungkinkan BPOM untuk mendapatkan data dan informasi yang relevan mengenai produk yang beredar di marketplace. Selain itu, IDEA juga berperan dalam menyampaikan data dan rekomendasi hasil pengawasan kepada BPOM, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk tindak lanjut yang diperlukan, seperti pembatalan izin edar atau tindakan penegakan hukum lainnya.

4. KESIMPULAN

Kedudukan hukum marketplace adalah sebagai perantara penjual dan pembeli, marketplace hanya membantu BPOM dalam pengawasannya, marketplace memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan di platform mereka mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk dalam hal produk kecantikan tanpa izin edar. Fungsi pengawasan adalah tugas dari BPOM sementara marketplace hanya membantu pengawasan melalui takedown iklan berdasarkan rekomendasi BPOM. Belum efektifnya pengawasan yang dilakukan oleh BPOM dan marketplace dengan banyaknya produk tanpa izin edar yang masih dijual di marketplace Shopee, karena seller yang melanggar tidak diberikan hukuman yang membikin jera dan dengan mudahnya bisa membuat akun baru lagi meskipun akun lama di-banned.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Darmayanti, Erni, Muhsin Lambok Ilvira, Siti Nurhalisa, Edy Kristianta Tarigan, and Tiopan Siagian. "Tinjauan Hukum Pajak Tentang E-Commerce Di Indonesia." Jurnal Lex Justitia 4, no. 2 (2022): 135–49.*
- Dera, Riba Amanda. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Produk Kosmetik Berbahaya." Lex Privatum 7, no. 1 (2019): 14–22.*
- Dihni, Vika Azkiya. "10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022," May 2022.*
- Ikhsan. "15 Marketplace Online Terbesar Di Indonesia [Update 2022]." Sasana Digital, April 2022.*
- Indra, Ilyas. "Akibat Hukum Terhadap Produk Kosmetik Kecantikan Yang Tidak Didaftarkan Menurut Ketentuan Badan Pengawas Obat Dan Makan (BPOM)." Jurnal Ilmiah Hukum*

- Dan Keadilan* 3, no. 1 (2016): 17–38.
- Lestari, Tengkok, Di Masa, Mila Nur Fitriana, and Uus Uswatusholihah. "Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Penjualan Tas." *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 40–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.25008/ahsana.v1i1.312>.
- Meinarni, Ni Putu Suci, and Emmy Febriani Thalib. "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Terkait Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia." *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 7, no. 2 (July 2019): 194. <https://doi.org/10.29303/ius.v7i2.622>.
- Putri, Rifda Aufa, and Aldo Fenalosa. "[Laporan] Perusahaan E-Commervie Mana Yang Paling Berpengaruh Di Asia Tenggara Pada Q1 2022?" *iPrice*, 2022.
- Ramailis, Neri Widya, M Kirim, and Deki Putra Wandu. "Peran BPOM Kota Pekanbaru Dalam Mengawasi Perdagangan Kosmetik Illegal." *Journal.Uir.Ac.Id* 3, no. 2 (2018): 20–39.
- Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, and Hardika Fajar Ardianto. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online." *Serambi Hukum* 08, no. 02 (2015): 91–102.
- Sinulingga, Emia Harinda, Asih Budiastuti, and Aryoko Widodo. "Efektivitas Madu Dalam Formulasi Pelembap Pada Kulit Kering." *Diponegoro Medical Journal (Jurnal Kedokteran Diponegoro)* 7, no. 1 (2018): 146–57.
- Tantimin, Tantimin. "Legal Liability of Minors as Perpetrators of Online Buying and Selling Fraud in Indonesia." *LAW REFORM* 17, no. 2 (September 2021): 145–56. <https://doi.org/10.14710/lr.v17i2.41738>.