

TANGGUNG JAWAB PLATFORM E-COMMERCE ATAS PENJUALAN BARANG PALSU TERHADAP PENJUALAN KOSMETIK DI INDONESIA

Khairani Alawiyah Matondang¹, Enjelika Simamora², Eva Ulina Br Hombing³,
Yosua Simanjuntak⁴

alawiyah@unimed.ac.id¹, angelsimamora07@gmail.com², evaulina855@gmail.com³,
josuabntang@gmail.com⁴

Universitas Negeri Medan

Abstrak

Perkembangan platform e-commerce di Indonesia telah membuka peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi digital, namun seiring dengan itu muncul permasalahan serius berupa maraknya peredaran kosmetik palsu yang dijual melalui marketplace digital. Produk kosmetik palsu tidak hanya menimbulkan kerugian ekonomi bagi konsumen, tetapi juga mengancam kesehatan karena kerap mengandung bahan berbahaya yang tidak memenuhi standar BPOM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab hukum platform e-commerce atas peredaran kosmetik palsu berdasarkan regulasi yang berlaku di Indonesia, mengkaji bentuk-bentuk pelanggaran yang umum terjadi terkait penjualan kosmetik palsu di platform digital, serta merumuskan konsep tanggung jawab yang ideal bagi platform e-commerce dalam upaya perlindungan konsumen. Kerangka hukum yang menjadi dasar analisis meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU ITE Nomor 19 Tahun 2016, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), UU Merek Nomor 20 Tahun 2016, serta regulasi teknis BPOM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform e-commerce tidak dapat dipandang sebatas perantara pasif, melainkan memiliki kewajiban aktif dalam pengawasan, verifikasi, dan pencegahan beredarnya barang palsu. Penguatan regulasi, penegakan hukum yang tegas, dan kerja sama lintas institusi menjadi kebutuhan mendasar agar e-commerce menjadi ekosistem perdagangan yang aman, transparan, dan berkeadilan bagi konsumen Indonesia.

Kata Kunci: E-Commerce, Kosmetik Palsu, Perlindungan Konsumen, Tanggung Jawab Hukum Platform, Marketplace.

Abstract

The development of e-commerce platforms in Indonesia has opened up significant opportunities for the growth of the digital economy, but along with this has emerged a serious problem in the form of the rampant circulation of counterfeit cosmetics sold through digital marketplaces. Counterfeit cosmetic products not only cause economic losses for consumers but also threaten their health because they often contain hazardous ingredients that do not meet BPOM standards. This study aims to analyze the legal responsibility of e-commerce platforms for the circulation of counterfeit cosmetics based on applicable regulations in Indonesia, examine common forms of violations related to the sale of counterfeit cosmetics on digital platforms, and formulate an ideal concept of responsibility for e-commerce platforms in consumer protection efforts. The legal framework that forms the basis of the analysis includes Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Law Number 19 of 2016 on Electronic Information and Transactions (ITE), Government Regulation Number 80 of 2019 concerning Commerce Through Electronic Systems (PMSE), Trademark Law Number 20 of 2016, and BPOM technical regulations. The results of the study indicate that e-commerce platforms cannot be viewed as merely passive intermediaries, but rather have an active obligation to supervise, verify, and prevent the circulation of counterfeit goods. Strengthening regulations, strict law enforcement, and cross-institutional cooperation are urgently needed to ensure e-commerce becomes a safe, transparent, and equitable trading ecosystem for Indonesian consumers.

Keywords: E-Commerce, Counterfeit Cosmetics, Consumer Protection, Platform Legal Liability, Marketplace.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah secara fundamental pola perdagangan di Indonesia. Kemunculan platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan berbagai marketplace lainnya telah menjadi sarana utama transaksi jual beli bagi jutaan konsumen Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan laporan berbagai lembaga riset, nilai transaksi e-commerce Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan dari tahun ke tahun, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara.

Di balik pertumbuhan yang menggembirakan tersebut, muncul persoalan serius yang mengancam kepentingan konsumen, yaitu maraknya peredaran barang palsu atau produk ilegal yang diperjualbelikan melalui platform digital. Salah satu sektor yang paling terdampak adalah industri kosmetik. Produk kosmetik palsu bukan sekadar merugikan secara ekonomi, tetapi juga membahayakan kesehatan konsumen karena kerap mengandung bahan-bahan berbahaya yang tidak memenuhi standar Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Kasus keracunan, iritasi kulit, hingga kerusakan organ akibat pemakaian kosmetik palsu telah banyak terjadi dan dilaporkan di berbagai daerah di Indonesia.

Menurut Amelia, Ekenina, dan Aprylia Yusmintia (2026), marketplace tidak hanya berperan sebagai perantara dalam transaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga memiliki kedudukan sebagai pelaku usaha sekaligus penyelenggara sistem elektronik yang memiliki kewajiban pengawasan. Dengan demikian, platform e-commerce dapat dimintai pertanggungjawaban hukum apabila terbukti lalai dan menimbulkan kerugian bagi konsumen. Pandangan ini memperkuat argumen bahwa tanggung jawab platform e-commerce bukan sekadar passive hosting, melainkan mencakup kewajiban aktif untuk memastikan bahwa produk yang beredar di platformnya telah memenuhi ketentuan hukum yang berlaku.

Secara normatif, tanggung jawab platform e-commerce di Indonesia diatur dalam sejumlah regulasi. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) mengatur kewajiban penyelenggara sistem elektronik, sedangkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) secara khusus mengatur ekosistem perdagangan digital di Indonesia. Namun demikian, implementasi regulasi-regulasi tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, terutama berkaitan dengan lemahnya mekanisme pengawasan dan penegakan hukum terhadap platform e-commerce.

Produk kosmetik merupakan salah satu komoditas yang paling rentan terhadap pemalsuan. Kemudahan akses produksi dan rendahnya biaya operasional menjadikan industri kosmetik palsu terus berkembang. Di sisi lain, platform e-commerce yang bersifat terbuka memungkinkan siapa pun untuk menjual produk tanpa verifikasi mendalam terhadap legalitas dan keaslian produk. Kondisi ini diperburuk oleh minimnya literasi konsumen dalam mengenali produk kosmetik palsu, serta keterbatasan kapasitas BPOM dalam mengawasi jutaan transaksi digital yang terjadi setiap hari.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis tanggung jawab hukum platform e-commerce atas peredaran kosmetik palsu berdasarkan regulasi yang berlaku di Indonesia; (2) mengkaji bentuk-bentuk pelanggaran yang umum terjadi terkait

penjualan kosmetik palsu di platform digital; serta (3) merumuskan konsep tanggung jawab yang ideal bagi platform e-commerce dalam upaya perlindungan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis maupun praktis dalam memperkuat kerangka hukum perlindungan konsumen di era digital.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif (normative legal research), yaitu metode penelitian hukum yang berfokus pada analisis terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin, asas-asas hukum, dan literatur ilmiah yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

Sumber bahan hukum yang digunakan terdiri dari tiga jenis:

1. Bahan hukum primer, meliputi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, antara lain UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE, PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang PMSE, UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, UU Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, serta Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2020.
2. Bahan hukum sekunder, meliputi buku-buku hukum, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan tanggung jawab hukum platform e-commerce, perlindungan konsumen, dan peredaran barang palsu di Indonesia maupun perbandingannya dengan negara lain seperti Singapura.
3. Bahan hukum tersier, meliputi kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber referensi lainnya yang digunakan untuk memperjelas istilah-istilah hukum yang digunakan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan menelaah berbagai regulasi, putusan, dan literatur hukum yang relevan. Data kemudian dianalisis secara kualitatif deskriptif, yakni dengan mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menyimpulkan hubungan antara norma hukum yang berlaku dengan fakta peredaran kosmetik palsu di platform e-commerce Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan platform e-commerce telah membawa perubahan besar dalam pola perdagangan di Indonesia, tetapi di sisi lain juga menimbulkan permasalahan serius berupa maraknya penjualan kosmetik palsu yang berpotensi merugikan konsumen secara ekonomi, hukum, dan kesehatan. Dalam konteks ini, platform e-commerce tidak lagi dapat dipahami semata-mata sebagai ruang netral yang hanya mempertemukan penjual dan pembeli, melainkan memiliki peran aktif sebagai penyelenggara sistem elektronik sekaligus bagian dari ekosistem perdagangan yang memperoleh manfaat ekonomi dari setiap transaksi yang terjadi. Oleh karena itu, platform tanggung jawab seharusnya tidak berhenti pada penyediaan sarana transaksi, tetapi juga mencakup kewajiban pengawasan, verifikasi, dan pencegahan terhadap beredarnya barang ilegal atau palsu, khususnya pada produk kosmetik yang memiliki risiko langsung terhadap tubuh manusia.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki dasar hukum yang cukup jelas melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU ITE, PP PMSE, UU Merek, dan regulasi BPOM, implementasinya masih belum berjalan optimal karena pengawasan di dunia digital sangat kompleks dan tidak sebanding dengan cepatnya pertumbuhan transaksi yang berani. Kondisi ini diperburuk oleh mekanisme penggunaan penindakan yang cenderung reaktif, seperti notice and takedown, yang baru bekerja setelah terjadi laporan atau kerugian, padahal dalam

praktiknya barang palsu dapat dengan mudah menyebar, mengubah identitas tokonya, atau muncul kembali dengan akun lain. Selain itu, sistem internal marketplace seperti rating, ulasan, garansi toko, dan fitur pengaduan memang membantu, tetapi belum cukup kuat untuk mencegah peredaran kosmetik palsu yang sering kali dipasarkan secara meyakinkan dengan harga murah, kemasan serupa produk asli, dan klaim yang beredar.

Dari sisi perlindungan konsumen, situasi ini menunjukkan adanya ketimpangan yang cukup tajam antara posisi penawaran konsumen dan pelaku usaha, karena pembeli di platform digital tidak dapat memeriksa barang secara langsung sebelum transaksi terjadi, sehingga sangat bergantung pada kejujuran penjual dan kehati-hatian platform dalam melakukan kurasi produk. Dalam konteks kosmetik, risiko ini menjadi jauh lebih serius karena produk palsu tidak hanya menimbulkan kerugian material, tetapi juga dapat mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokinon dosis tinggi, atau zat lain yang berpotensi menimbulkan iritasi, kerusakan kulit, gangguan organ, bahkan dampak kesehatan jangka panjang. Oleh karena itu, hasil kajian dalam dokumen tersebut menegaskan bahwa platform e-commerce idealnya menerapkan verifikasi yang lebih ketat sebelum produk ditampilkan kepada publik, terutama untuk kategori produk yang sensitif dan berisiko tinggi, misalnya dengan mewajibkan bukti notifikasi BPOM, memeriksa legalitas merek, melakukan verifikasi identitas penjual, serta memanfaatkan sistem deteksi otomatis terhadap listing yang mencurigakan. Jika platform tetap membiarkan penjualan kosmetik tanpa pengawasan memadai, maka secara moral maupun hukum platform dapat dipandang turut berkontribusi terhadap terjadinya kerugian konsumen, setidaknya melalui kelalaian dalam menjalankan fungsi pengawasan yang seharusnya.

Dalam perspektif hukum perdata, kelalaian tersebut dapat dikaitkan dengan perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kewajiban ganti rugi, sedangkan dalam perspektif perlindungan konsumen, platform berkewajiban memastikan bahwa barang yang diperdagangkan aman, benar, dan sesuai ketentuan. Sementara itu, penjual yang secara sadar menjual kosmetik palsu harus dianggap sebagai pelaku pelanggaran utama karena tindakan tersebut tidak hanya melanggar hak merek, tetapi juga menipu konsumen dan mengancam keselamatan masyarakat. Namun, dokumen ini juga menunjukkan bahwa penyelesaian permasalahan tidak cukup hanya dengan menempatkan tanggung jawab pada penjual, karena dalam ekosistem e-commerce modern, platform memiliki kekuasaan teknis dan ekonomis untuk menyaring, membatasi, atau menghapus produk bermasalah. Inilah sebabnya mengapa platform tanggung jawab perlu dipahami secara lebih progresif, bukan lagi semata-mata sebagai tanggung jawab perantara yang pasif, melainkan sebagai tanggung jawab aktif yang menuntut kehati-hatian, kepatuhan, dan pencegahan.

Dengan demikian, pembahasan dalam penelitian ini mengarah pada kesimpulan bahwa perlindungan konsumen di era digital memerlukan pendekatan hukum yang lebih tegas, mekanisme pengawasan yang lebih ketat, dan kerja sama yang lebih kuat antara platform, BPOM, pemegang merek, dan aparat penegak hukum. Pengaturan mandiri oleh platform tetap penting, tetapi tidak dapat dijadikan alasan untuk mengurangi tanggung jawab hukum yang lebih luas. Secara keseluruhan, dokumen ini menegaskan bahwa penguatan regulasi dan penegakan hukum adalah keharusan agar e-commerce benar-benar menjadi sarana perdagangan yang aman, transparan, dan berkeadilan, bukan justru ruang subur bagi peredaran barang palsu yang merugikan dan membahayakan konsumen.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penyelesaian masalah tidak cukup hanya

dengan menempatkan tanggung jawab pada penjual, karena dalam ekosistem e-commerce modern, platform memiliki kekuasaan teknis dan ekonomis untuk menyaring, membatasi, atau menghapus produk bermasalah. Inilah sebabnya mengapa platform tanggung jawab perlu dipahami secara lebih progresif, bukan lagi semata-mata sebagai tanggung jawab perantara yang pasif, melainkan sebagai tanggung jawab aktif yang menuntut kehati-hatian, kepatuhan, dan pencegahan. Dengan demikian, pembahasan dalam penelitian ini mengarah pada kesimpulan bahwa perlindungan konsumen di era digital memerlukan pendekatan hukum yang lebih tegas, mekanisme pengawasan yang lebih ketat, dan kerja sama yang lebih kuat antara platform, BPOM, pemegang merek, dan aparat penegak hukum. Pengaturan mandiri oleh platform tetap penting, tetapi tidak dapat dijadikan alasan untuk mengurangi tanggung jawab hukum yang lebih luas. Secara keseluruhan, dokumen ini menegaskan bahwa penguatan regulasi dan penegakan hukum adalah keharusan agar e-commerce benar-benar menjadi sarana perdagangan yang aman, transparan, dan berkeadilan, bukan justru ruang subur bagi peredaran barang palsu yang merugikan dan membahayakan konsumen.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penyelesaian masalah tidak cukup hanya dengan menempatkan tanggung jawab pada penjual, karena dalam ekosistem e-commerce modern, platform memiliki kekuasaan teknis dan ekonomis untuk menyaring, membatasi, atau menghapus produk bermasalah. Inilah sebabnya mengapa platform tanggung jawab perlu dipahami secara lebih progresif, bukan lagi semata-mata sebagai tanggung jawab perantara yang pasif, melainkan sebagai tanggung jawab aktif yang menuntut kehati-hatian, kepatuhan, dan pencegahan.

Dengan demikian, pembahasan dalam penelitian ini mengarah pada kesimpulan bahwa perlindungan konsumen di era digital memerlukan pendekatan hukum yang lebih tegas, mekanisme pengawasan yang lebih ketat, dan kerja sama yang lebih kuat antara platform, BPOM, pemegang merek, dan aparat penegak hukum. Pengaturan mandiri oleh platform tetap penting, tetapi tidak dapat dijadikan alasan untuk mengurangi tanggung jawab hukum yang lebih luas. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa penguatan regulasi dan penegakan hukum adalah keharusan agar e-commerce benar-benar menjadi sarana perdagangan yang aman, transparan, dan berkeadilan, bukan justru ruang subur bagi peredaran barang palsu yang merugikan dan membahayakan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, platform e-commerce di Indonesia tidak dapat lagi dipandang semata-mata sebagai perantara pasif dalam transaksi digital. Secara hukum, platform memiliki kedudukan ganda, yaitu sebagai penyelenggara sistem elektronik sekaligus sebagai pelaku usaha, sehingga tunduk pada kewajiban yang diatur dalam UU ITE, PP PMSE, maupun Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, platform bertanggung jawab secara aktif untuk memastikan produk yang beredar di platformnya, termasuk kosmetik, telah memenuhi ketentuan hukum yang berlaku.

Kedua, meskipun Indonesia telah memiliki kerangka hukum yang cukup memadai melalui berbagai regulasi, implementasinya masih belum optimal. Mekanisme penegakan hukum yang bersifat reaktif seperti notice and takedown terbukti tidak cukup efektif dalam mencegah peredaran kosmetik palsu yang dapat dengan mudah muncul kembali dengan identitas baru di platform yang sama.

Ketiga, konsep tanggung jawab platform e-commerce yang ideal mencakup tiga dimensi: (a) preventif, melalui penguatan sistem verifikasi penjual dan produk, termasuk mewajibkan bukti notifikasi BPOM dan legalitas merek; (b) represif, melalui penegakan sanksi yang tegas terhadap penjual dan platform yang lalai; serta (c) restoratif, melalui mekanisme ganti rugi yang efektif bagi konsumen yang dirugikan.

Keempat, penyelesaian permasalahan peredaran kosmetik palsu di e-commerce memerlukan kerja sama sinergis antara platform, BPOM, pemegang merek, aparat penegak hukum, dan konsumen itu sendiri. Penguatan regulasi yang lebih tegas serta peningkatan literasi konsumen menjadi prasyarat utama agar e-commerce benar-benar menjadi sarana perdagangan yang aman, transparan, dan berkeadilan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, K., Ekenina, E., & Yusmintia, A. (2026). Tanggung jawab hukum platform e-commerce dalam perdagangan produk ilegal dan palsu di Indonesia. *Jurnal Riset dan Inovasi Global*, 2 (2), 32–44.
- Arkan, M., & Rahaditya, R. (2023). Pertanggungjawaban hukum penyedia platform terhadap pelanggaran merek di marketplace. *Literasi Sintaks: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8 (1), 1–11.
- Athallah, RM, & Gunadi, A. (2025). Tanggung jawab marketplace atas kerugian konsumen dalam transaksi e-commerce. *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum*, 13 (9), 2120–2133.
- Bhagaskara, KA, & Tarina, DDY (2024). Perlindungan konsumen dalam transaksi pasar. *Tinjauan Hukum Jurnal USM*, 7 (1), 393–411.
- Halim, A. (2023). Tanggung jawab penyedia platform e-commerce dalam melindungi transaksi jual beli melalui platform e-commerce. *Jurnal Notarius*, 2 (1).
- Melati, A., Amalia, P., & Muchtar, HN (2022). Tanggung jawab platform marketplace terhadap penjualan ponsel ilegal berdasarkan hukum nasional. *Masalah-Masalah Hukum*, 51 (4), 378–389.
- Kristiyanti, CTS (2017). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Mahfuzzah, Z., Siagian, PR, & Yuswar, CP (2025). Pertanggungjawaban platform e-commerce terhadap penjualan produk tiruan oleh pelaku usaha di Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 11 (2), 465–475.
- Miru, A., & Sutarman, Y. (2008). *Hukum perlindungan konsumen*. PT RajaGrafindo Persada.
- Muttaqin, A. (2010). Transaksi e-commerce dalam refleksi hukum jual beli. *Ulumuddin*, 6 (4), 457–467.
- Nasution, AZ (1995). *Konsumen dan hukum*. Pustaka Sinar Harapan.
- Purnama, IR, Purnama, AR, Hardiansyah, R., Rahman, A., & Dimiyati, A. (2025). Tanggung jawab hukum pasar atas kerugian konsumen akibat produk palsu: Studi perbandingan Indonesia dan Singapura. *Jurnal Internasional Pelayanan Sosial dan Penelitian*, 5 (5), 2351–2366.
- Putra, S. (2014). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli melalui e-commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 4 (2), 55–73.
- Rani, M., Sibarani, HAR, Swastiwi, AW, & Haryanti, D. (2025). Tanggung jawab hukum situs e-commerce terhadap penjualan produk merek dagang palsu. *Mercatoria*, 18 (1), 45–58.
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, DH, Purba, DW, Iswahyudi, F., Banjarnahor, AR, Fadhli, M., Simarmata, J., Lifchatullaillah, E., & Tambunan, MM (2019). *E-commerce: Implementasi, strategi dan inovasinya*. Kita Menulis.
- Shidarta. (2000). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. PT Grasindo.
- Winarsih, I., & Oktaviarni, F. (2021). Tanggung jawab penyedia layanan aplikasi marketplace terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di Provinsi Jambi. *Zaaken: Jurnal Hukum Perdata dan Bisnis*, 2 (2), 347–366.

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek). Staatsblad 1847 Nomor 23.
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetika. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 656.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 220, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6402.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5952.
- Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 105, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6887.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 252, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5953.
- Kristiyanti, C. T. S. (2017). Hukum perlindungan konsumen. Sinar Grafika.
- Miru, A., & Sutarman, Y. (2008). Hukum perlindungan konsumen. PT RajaGrafindo Persada.
- Nasution, A. Z. (1995). Konsumen dan hukum. Pustaka Sinar Harapan.
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, F., Banjarnahor, A. R., Fadhli, M., Simarmata, J., Lifchatullaillah, E., & Tambunan, M. M. (2019). E-commerce: Implementasi, strategi dan inovasinya. Kita Menulis.
- Shidarta. (2000). Hukum perlindungan konsumen Indonesia. PT Grasindo.
- Amelia, K., Ekenina, E., & Aprylia Yusmintia, L. (2026). Tanggung jawab hukum platform e-commerce dalam perdagangan produk ilegal dan palsu di Indonesia. *Global Research and Innovation Journal*, 2(2), 32-44.
<https://journaledutech.com/index.php/great/article/view/1195>