

KONSTRUKSI TANGGUNG JAWAB HUKUM PLATFORM TIKTOK SHOP DAN PELAKU USAHA THRIFT DALAM PRAKTIK LIVE SELLING PERSPEKTIF HUKUM BISNIS INDONESIA

Feni Aryani¹, Hanifah Muthiah², Intisari Haryanti³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima ^{1,2,3}

e-mail: feniaryani76@gmail.com¹, hanifahmuthiah93@gmail.com²,
intisariharyanti@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi tanggung jawab hukum antara pelaku usaha thrift dan platform TikTok Shop dalam praktik live selling berdasarkan perspektif hukum bisnis Indonesia. Isu ini penting dikaji karena social commerce mempertemukan promosi, interaksi real-time, dan transaksi elektronik dalam satu ekosistem digital, tetapi belum diikuti pembagian tanggung jawab yang tegas ketika konsumen dirugikan akibat ketidaksesuaian informasi, cacat barang, atau sengketa pengembalian. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus. Bahan hukum primer, sekunder, dan tersier dianalisis secara kualitatif untuk menilai norma, doktrin, dan praktik yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama. Pertama, live selling thrift masih menyisakan asimetri informasi karena visualisasi siaran langsung tidak selalu mampu menggambarkan kondisi riil barang bekas secara utuh kepada konsumen. Kedua, terdapat ambiguitas pembagian tanggung jawab antara seller dan platform, meskipun platform memiliki peran aktif dalam arsitektur transaksi digital. Ketiga, transaksi sangat ditopang oleh kepercayaan digital yang memengaruhi keputusan beli konsumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa model tanggung jawab yang paling tepat adalah layered liability, yaitu primary liability pada pelaku usaha serta duty of care dan conditional co-liability pada platform berdasarkan tingkat keterlibatannya dalam transaksi. Implikasinya, diperlukan standar enhanced disclosure dan pembaruan regulasi social commerce yang lebih adaptif terhadap perlindungan konsumen.

Kata kunci: *tanggung jawab hukum, TikTok Shop, thrift, live selling, perlindungan konsumen.*

LATAR BELAKANG

Transformasi digital global telah mendorong pergeseran model perdagangan dari e-commerce konvensional menuju social commerce berbasis interaksi real-time melalui live streaming. Platform seperti TikTok Shop merepresentasikan model ini dengan mengintegrasikan media sosial, promosi visual, dan transaksi elektronik dalam satu ekosistem digital. Secara global, live

streaming commerce diketahui memengaruhi purchase intention melalui mekanisme pengurangan ketidakpastian, visualisasi produk, dan pembentukan kepercayaan konsumen (Lu & Chen, 2021; Wongkitrungrueng & Assarut, 2020). Dalam konteks Indonesia, studi juga menunjukkan bahwa interaktivitas, visualisasi, dan transfer kepercayaan dalam live streaming e-commerce berkaitan dengan purchase intention dan stickiness behavior konsumen (Chang et al., 2024), serta fitur-fitur promosi seperti live video, gratis ongkir, dan voucher bayar nanti terbukti memengaruhi minat beli online konsumen di platform seperti Shopee (Haryanti et al., 2024). Fenomena ini menandai perubahan struktur perdagangan digital yang tidak lagi sekadar berbasis katalog, tetapi juga berbasis pengalaman interaktif.

Dalam praktiknya, model ini menghadirkan problematika hukum yang kompleks, khususnya pada penjualan produk thrift atau barang bekas. Karakter barang thrift yang bervariasi, potensi cacat tersembunyi, serta kemungkinan perbedaan antara kondisi aktual barang dan representasi visual saat siaran langsung sering menimbulkan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam konteks seller thrift Indonesia, Yasser dan Gayatri (2023) menunjukkan bahwa nilai utilitarian dari live streaming berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada produk dan penjual, sedangkan engagement dan kepercayaan berkaitan dengan niat beli. Namun, ketergantungan pada kepercayaan digital tersebut justru memperbesar risiko ketidaksesuaian ekspektasi ketika informasi produk tidak disampaikan secara utuh. Dalam situasi demikian, muncul pertanyaan mendasar mengenai konstruksi tanggung jawab hukum antara pelaku usaha thrift sebagai penjual dan platform TikTok Shop sebagai penyelenggara sistem elektronik.

Isu ini penting diteliti dari perspektif hukum bisnis Indonesia karena menyangkut kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan keseimbangan tanggung jawab dalam transaksi elektronik. Perkembangan social commerce menimbulkan kebutuhan pembaruan regulasi agar selaras dengan dinamika teknologi digital. Kajian nasional menegaskan bahwa regulasi perlindungan konsumen Indonesia belum sepenuhnya adaptif terhadap karakter social commerce yang menggabungkan fungsi media sosial dan marketplace dalam satu platform (Andriansyah & Maizaroh, 2023). Selain itu, kajian mengenai secondary liability dan safe harbor menunjukkan bahwa batas tanggung jawab platform digital di Indonesia masih menyisakan ruang multitafsir, terutama ketika platform berperan aktif dalam memfasilitasi transaksi (Hermawan & Pramana, 2022; Wijayanto et al., 2023). Dengan demikian, permasalahan ini tidak hanya berdampak pada konsumen, tetapi juga pada kepastian usaha dan stabilitas ekosistem perdagangan digital nasional.

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas pengaruh live streaming terhadap kepercayaan, engagement, dan purchase intention konsumen (Lu & Chen, 2021; Wongkitrungrueng & Assarut, 2020; Yasser & Gayatri, 2023), serta sebagian lain mengkaji tanggung jawab penyedia platform dalam konteks e-commerce secara umum (Hermawan & Pramana, 2022; Wijayanto et al., 2023), belum banyak kajian normatif yang secara khusus mengkonstruksi pembagian tanggung jawab hukum antara platform TikTok Shop dan pelaku usaha thrift dalam praktik live selling. Keterbatasan penelitian sebelumnya terletak pada pendekatan yang cenderung terfragmentasi antara studi pemasaran digital dan studi hukum tanpa integrasi komprehensif dalam kerangka hukum bisnis Indonesia. Padahal, karakteristik live commerce yang berbasis interaksi real-time, algoritma distribusi

konten, dan sistem pembayaran terintegrasi memerlukan analisis normatif yang mempertimbangkan teori kepastian hukum, teori perlindungan konsumen, dan konsep intermediary liability secara simultan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkonstruksi model tanggung jawab hukum platform TikTok Shop dan pelaku usaha thrift dalam praktik live selling berdasarkan perspektif hukum bisnis Indonesia. Fokus kajian diarahkan pada analisis norma hukum yang relevan, identifikasi celah pengaturan, serta perumusan model tanggung jawab berbasis tingkat keterlibatan platform dalam transaksi digital. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan konsep intermediary liability dalam konteks social commerce Indonesia, serta kontribusi praktis bagi pembentuk kebijakan dan pelaku usaha dalam menciptakan sistem perdagangan digital yang berkeadilan, transparan, dan berlandaskan kepastian hukum.

TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan live streaming commerce sebagai bentuk mutakhir social commerce telah mengubah pola interaksi antara pelaku usaha, konsumen, dan platform digital. Dalam literatur sistem informasi dan pemasaran digital, live commerce dipahami sebagai mekanisme transaksi yang mengintegrasikan promosi visual, komunikasi dua arah, dan keputusan pembelian dalam waktu nyata. Lu dan Chen (2021) menjelaskan bahwa siaran langsung berfungsi sebagai instrumen uncertainty reduction, yaitu ketika demonstrasi produk dan respons instan penjual bertindak sebagai sinyal kualitas yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Kerangka ini relevan dalam konteks penjualan thrift karena karakter barang bekas memiliki variabilitas kualitas yang tinggi dan tidak seragam.

Dalam perspektif hukum bisnis, hubungan hukum antara pelaku usaha thrift, platform TikTok Shop, dan konsumen harus dibaca melalui teori kepastian hukum (*rechtszekerheid*) dan teori perlindungan konsumen. Kepastian hukum menghendaki adanya norma yang jelas, tidak multitafsir, dan dapat memberikan prediktabilitas dalam praktik perdagangan digital. Sementara itu, teori perlindungan konsumen menekankan hak atas informasi yang benar, jujur, dan tidak menyesatkan, serta keseimbangan posisi tawar dalam transaksi. Kajian nasional menunjukkan bahwa regulasi perlindungan konsumen Indonesia masih menghadapi tantangan adaptasi terhadap karakter social commerce, terutama karena model transaksi digital kini menyatukan fungsi media sosial dan marketplace dalam satu ekosistem (Andriansyah & Maizaroh, 2023).

Teori pertanggungjawaban hukum (*liability theory*) menjadi landasan utama dalam mengkonstruksi kewajiban pelaku usaha thrift. Dalam praktik transaksi konsumen, tanggung jawab umumnya didasarkan pada prinsip kesalahan (*fault-based liability*) yang mewajibkan pelaku usaha bertindak dengan kehati-hatian dan itikad baik. Pada penjualan thrift melalui live streaming, kewajiban ini dapat berkembang menjadi *enhanced disclosure obligation*, yaitu kewajiban pengungkapan yang lebih rinci mengenai kondisi barang bekas. Penelitian Yasser dan Gayatri (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dalam live streaming thrift dipengaruhi oleh nilai utilitarian, transparansi informasi, dan keterlibatan interaktif antara penjual dan pembeli.

Selain tanggung jawab pelaku usaha, posisi platform TikTok Shop harus dianalisis melalui konsep intermediary liability dan secondary liability. Secara

teoretis, platform digital dapat diposisikan sebagai perantara pasif yang dilindungi prinsip safe harbor, tetapi perkembangan layanan digital menunjukkan bahwa banyak platform menjalankan fungsi aktif dalam memfasilitasi transaksi. Hermawan dan Pramana (2022) menegaskan bahwa pengaturan mengenai safe harbor di Indonesia masih memerlukan penguatan, terutama dalam menentukan batas tanggung jawab platform atas aktivitas pengguna di dalam sistemnya. Sejalan dengan itu, Wijayanto et al. (2023) menunjukkan bahwa perlindungan safe harbor dapat melemah ketika penyedia layanan terlibat aktif atau tidak segera mengambil tindakan atas aktivitas yang melanggar hukum.

Penelitian terdahulu dalam lima tahun terakhir menunjukkan kecenderungan dualisme pendekatan: studi pemasaran digital berfokus pada hubungan antara live streaming, trust, engagement, dan purchase intention konsumen (Lu & Chen, 2021; Wongkitrungrueng & Assarut, 2020; Yasser & Gayatri, 2023), sedangkan studi hukum lebih banyak membahas tanggung jawab platform dalam konteks e-commerce secara umum tanpa spesifikasi pada praktik live selling thrift. Kekosongan inilah yang menjadi dasar urgensi penelitian ini, yaitu mengintegrasikan teori reduksi ketidakpastian, teori pertanggungjawaban hukum, dan konsep intermediary liability dalam satu kerangka analisis terhadap praktik live selling thrift di TikTok Shop.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian hukum normatif digunakan karena fokus utama penelitian terletak pada pengkajian norma hukum positif, asas hukum, doktrin, serta konstruksi tanggung jawab hukum yang mengatur hubungan antara platform digital, pelaku usaha, dan konsumen dalam praktik perdagangan melalui sistem elektronik (Marzuki, 2017; Soekanto & Mamudji, 2015). Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami makna, struktur, serta hubungan antara norma hukum, konsep tanggung jawab, dan praktik live selling di TikTok Shop.

Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif-analitis. Deskriptif berarti penelitian berupaya menggambarkan secara sistematis aturan hukum, konsep hukum, dan praktik yang berkaitan dengan live selling pada platform TikTok Shop dan kegiatan usaha thrift. Analitis berarti seluruh bahan hukum yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis secara kritis untuk menemukan dasar, bentuk, batas, dan distribusi tanggung jawab hukum antara platform dan pelaku usaha.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga pendekatan, yaitu: (1) pendekatan perundang-undangan (statute approach), dilakukan dengan menelaah seluruh peraturan perundang-undangan yang relevan terutama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, PP Nomor 80 Tahun 2019, Permendag Nomor 31 Tahun 2023, serta Permendag Nomor 40 Tahun 2022; (2)

pendekatan konseptual (conceptual approach), digunakan untuk menelaah konsep-konsep hukum yang menjadi landasan analisis seperti tanggung jawab hukum, perlindungan konsumen, dan kedudukan platform digital sebagai perantara; serta (3) pendekatan kasus (case approach), dilakukan dengan mengkaji kasus, praktik, dan fenomena hukum yang berkaitan dengan transaksi live selling, sengketa konsumen digital, dan persoalan tanggung jawab antara platform dan merchant.

Sumber dan Jenis Bahan Hukum

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan dan dokumen hukum resmi), bahan hukum sekunder (buku, artikel jurnal, hasil penelitian, dan pendapat ahli hukum), serta bahan hukum tersier (kamus hukum, ensiklopedia, dan bahan referensi lain yang relevan). Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi kepustakaan. Analisis bahan hukum dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif, sistematis, dan preskriptif mencakup inventarisasi, klasifikasi, penafsiran, sinkronisasi antaraturan, dan penarikan kesimpulan secara deduktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketimpangan Informasi dalam Live Selling Thrift

Temuan mengenai ketimpangan informasi menunjukkan bahwa live selling memang dapat berfungsi sebagai mekanisme uncertainty reduction, tetapi efektivitasnya dalam perdagangan barang thrift bersifat terbatas. Lu dan Chen (2021) menjelaskan bahwa live streaming commerce mengurangi ketidakpastian produk melalui demonstrasi visual dan interaksi instan yang kemudian membangun kepercayaan konsumen. Penelitian Haryanti et al. (2024) juga menunjukkan bahwa fitur live video bersama insentif promosi seperti gratis ongkir dan voucher bayar nanti secara signifikan memengaruhi minat beli online konsumen di platform e-commerce, yang mengindikasikan bahwa keputusan pembelian dalam live commerce tidak hanya dipengaruhi oleh konten visual semata, melainkan juga oleh stimulus promosi yang menyertainya. Namun, dalam transaksi thrift, objek yang diperdagangkan adalah barang bekas yang heterogen, unik, dan sering memiliki cacat minor yang tidak selalu tertangkap kamera atau terjelaskan secara utuh dalam durasi siaran yang singkat. Cao et al. (2024) menemukan bahwa ketidakpastian nilai utilitarian produk dan overload informasi dalam live commerce justru dapat memicu mekanisme proteksi diri konsumen, sehingga memperparah risiko ketidaksesuaian ekspektasi. Karena itu, visualisasi langsung tidak dapat disamakan begitu saja dengan keterbukaan informasi yang substantif.

Secara normatif, batas minimum keterbukaan tersebut telah ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang memberikan hak kepada konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi demikian, serta secara eksplisit melarang perdagangan barang bekas tanpa informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban ini juga dipertegas dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 yang mewajibkan pelaku usaha menyediakan informasi yang lengkap

dan benar mengenai syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Dengan demikian, live selling thrift lebih tepat dipahami sebagai instrumen pengurangan ketidakpastian yang bersifat parsial: ia dapat meningkatkan persepsi transparansi, tetapi belum tentu memenuhi standar transparansi hukum secara penuh.

Ambiguitas Tanggung Jawab Platform dan Pelaku Usaha

Temuan mengenai ambiguitas tanggung jawab memperlihatkan bahwa platform tidak lagi dapat diposisikan semata-mata sebagai perantara pasif. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mendefinisikan PPMSE sebagai penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi perdagangan dan membebankannya kewajiban untuk menjaga sistem yang aman, andal, dan bertanggung jawab, menyediakan layanan pengaduan, menyimpan bukti transaksi, serta bertindak cepat ketika mengetahui adanya konten ilegal.

Pola ini menunjukkan adanya rezim tanggung jawab terbatas yang menyerupai safe harbor, yakni perlindungan bagi platform hanya dapat dipertahankan sepanjang platform segera mengambil tindakan setelah memperoleh pengetahuan yang relevan dan tidak membiarkan pelanggaran berlangsung. Secara faktual, TikTok Shop juga tidak beroperasi hanya sebagai ruang iklan, melainkan sebagai ekosistem e-commerce berbasis discovery dengan in-app checkout serta kebijakan SNAD dan return-refund yang memperlihatkan adanya fungsi kurasi, fasilitasi, dan penegakan aturan. Oleh sebab itu, temuan ini lebih tepat dibaca melalui model tanggung jawab berbasis tingkat keterlibatan (*involvement-based liability*): tanggung jawab utama atas kondisi dan deskripsi barang tetap berada pada penjual, sedangkan platform memikul tanggung jawab normatif dan operasional sejauh ia mengendalikan arsitektur transaksi, distribusi konten, mekanisme pengaduan, dan remediasi.

Dimensi Kepercayaan Digital dalam Live Selling Thrift

Dimensi kepercayaan dalam live selling thrift juga memiliki signifikansi teoretis yang kuat. Wongkitrungrueng dan Assarut (2020) menunjukkan bahwa live streaming membentuk kepercayaan terhadap produk dan penjual yang kemudian mendorong engagement konsumen. Dalam konteks thrift Indonesia, Yasser dan Gayatri (2023) menemukan bahwa nilai utilitarian dari live streaming berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada produk dan penjual, sedangkan engagement, nilai simbolik, dan kepercayaan berkaitan dengan niat beli. Sejalan dengan itu, Chang et al. (2024) menunjukkan bahwa interaktivitas, visualisasi, dan hiburan dalam live streaming e-commerce berperan dalam pembentukan *cognitive trust* dan *affective trust*. Kholifah dan Trifiyanto (2024) secara spesifik membuktikan bahwa fitur live streaming TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen online, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui keputusan pembelian. Lebih lanjut, Haryanti et al. (2024) memperluas temuan ini dengan menunjukkan bahwa efek kepercayaan tersebut semakin diperkuat oleh kehadiran insentif promosi seperti fitur live, gratis ongkir, dan voucher bayar nanti, yang secara bersama-sama mendorong minat beli konsumen di platform e-commerce Indonesia.

Oleh karena itu, keputusan membeli barang thrift saat siaran langsung tidak semata-mata merupakan keputusan rasional berbasis spesifikasi barang, melainkan juga keputusan sosial yang dibentuk oleh interaksi sinkron, kedekatan emosional, dan transfer kepercayaan dari host kepada produk. Konsekuensinya, ketika barang yang diterima tidak sesuai, kerugian yang muncul bukan hanya bersifat ekonomis, tetapi juga berupa keretakan kepercayaan digital yang dapat mengganggu keberlanjutan ekosistem social commerce.

Rekomendasi Model Normatif: Layered Liability

Model normatif yang paling tepat untuk praktik live selling thrift di TikTok Shop adalah model tanggung jawab berlapis (layered liability) yang menempatkan pelaku usaha sebagai penanggung jawab utama atas kualitas barang dan kebenaran informasi, sedangkan platform bertanggung jawab menurut tingkat keterlibatannya dalam transaksi. Secara preskriptif perlu dibentuk kewajiban enhanced disclosure bagi seller thrift, yaitu kewajiban untuk mengungkapkan secara eksplisit status barang bekas, asal barang, ukuran riil, material, tingkat cacat (minor/major defect), kondisi kebersihan, dan kebijakan pengembalian sebelum transaksi terjadi. Konstruksi ini selaras dengan Pasal 4 huruf c, Pasal 7 huruf b, dan Pasal 8 ayat (2) UUPK, serta Pasal 48 ayat (1) PP Nomor 71 Tahun 2019.

Pada level platform, model yang paling relevan bukan safe harbor absolut, melainkan duty of care plus conditional co-liability. TikTok Shop perlu dibebani kewajiban verifikasi dan identifikasi seller, pelabelan khusus untuk barang bekas, penyimpanan arsip live, pemetaan seller berisiko tinggi, serta kanal komplain yang cepat dan mudah diakses. Conditional co-liability patut diberlakukan ketika platform telah melampaui fungsi penyedia ruang digital dan secara nyata ikut menentukan visibilitas penjual, tata kelola bukti transaksi, mekanisme pemulihan, atau bentuk kontrol lain yang memengaruhi posisi hukum konsumen. Model ini menggeser titik berat dari tanggung jawab individual menuju tata kelola tanggung jawab digital yang lebih kolektif, sehingga dapat menekan moral hazard, memperkuat kepastian hukum, dan menjaga keberlanjutan bisnis thrift yang legal dalam ekosistem social commerce.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik live selling thrift melalui TikTok Shop menimbulkan persoalan hukum bisnis digital yang khas, terutama berupa ketimpangan informasi, tingginya ketergantungan konsumen pada kepercayaan digital, dan belum tegasnya pembagian tanggung jawab antara pelaku usaha dan platform. Pelaku usaha thrift tetap harus ditempatkan sebagai pihak yang bertanggung jawab utama atas kualitas barang dan kebenaran informasi yang disampaikan saat siaran langsung. Namun, TikTok Shop juga tidak dapat diposisikan hanya sebagai perantara pasif, sebab keterlibatannya dalam penyediaan fitur live, sistem pembayaran, distribusi konten, dan mekanisme pengaduan menunjukkan adanya peran aktif dalam pembentukan dan pelaksanaan transaksi. Oleh karena itu, model tanggung jawab yang paling tepat adalah tanggung jawab berlapis, yaitu primary liability pada pelaku usaha serta

duty of care dan conditional co-liability pada platform berdasarkan tingkat keterlibatannya.

Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan perlunya standar enhanced disclosure dalam penjualan barang thrift melalui live selling, termasuk kewajiban menjelaskan kondisi riil barang, cacat, ukuran, dan kebijakan pengembalian secara jelas sebelum transaksi terjadi. Dari sisi kebijakan, penelitian ini merekomendasikan pembaruan regulasi yang lebih adaptif terhadap karakter social commerce, khususnya dalam memperjelas batas tanggung jawab platform dan memperkuat mekanisme perlindungan konsumen. Ke depan, penelitian lanjutan perlu dikembangkan melalui pendekatan empiris, analisis putusan, atau studi komparatif agar model tanggung jawab hukum dalam perdagangan digital dapat dirumuskan secara lebih operasional dan aplikatif.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Literatur

- Andriansyah, A., & Maizaroh, M. (2023). Pembaharuan hukum perlindungan konsumen: Kesiapan Indonesia menyambut kehadiran social commerce. *Jurnal RechtsVinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2). <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v12i2.1267>
- Chang, Y.-H., Silalahi, A. D. K., Eunike, I. J., & Riantama, D. (2024). Socio-technical systems and trust transfer in live streaming e-commerce: Analyzing stickiness and purchase intentions with SEM-fsQCA. *Frontiers in Communication*, 9, Article 1305409. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1305409>
- Cao, J., Zhong, L., Liu, D., Zhang, G., & Shang, M. (2024). Offense and defense between streamers and customers in live commerce marketing: Protection motivation and information overload. *PLoS ONE*, 19(9), e0305585. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0305585>
- Haryanti, I., Aryani, F., & Mulya, K. H. S. (2024). The impact of live video, the impact of live and free shipping and pay later voucher on online buying interest at Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)*, 7(2), 432-441.
- Hermawan, A. W., & Pramana, Y. (2022). Secondary liability and safe harbors for platform providers in Indonesian e-commerce law. *Scientium Law Review*, 1(3), 101-108. <https://doi.org/10.56282/slr.v1i3.335>
- Lu, B., & Chen, Z. (2021). Live streaming commerce and consumers' purchase intention: An uncertainty reduction perspective. *Information & Management*, 58(7), Article 103509. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103509>
- Kholifah, K., & Trifiyanto, K. (2024). The effect of TikTok live streaming shopping on online consumer trust. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1813-1820. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2532>
- Marzuki, P. M. (2017). Penelitian hukum (Edisi revisi). Kencana.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2015). Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat. Rajawali Pers.

- Tian, B., Chen, J., Zhang, J., Wang, W., & Zhang, L. (2023). Antecedents and consequences of streamer trust in livestreaming commerce. *Behavioral Sciences*, 13(4), Article 308. <https://doi.org/10.3390/bs13040308>
- Wijayanto, I., Wulandari, C., & Rasdi, R. (2023). Safe harbor principle, exclusion of criminal liability for platform service providers. *Indonesian Journal of Criminal Law Studies*, 8(2), 187-208. <https://doi.org/10.15294/ijcls.v8i2.36738>
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of Business Research*, 117, 543-556. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.032>
- Yasser, A. S., & Gayatri, G. (2023). The role of live streaming in building consumer trust, engagement, and purchase intention in Indonesian social commerce thrift clothes sellers. *ASEAN Marketing Journal*, 15(2), 1-13. <https://doi.org/10.21002/amj.v15i2.1224>

Peraturan Perundang-undangan

- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. (2023). JDIH Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. <https://jdih.kemendag.go.id>
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor. (2022). JDIH Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. <https://jdih.kemendag.go.id>
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. (2019). JDIH BPK RI. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/122030/pp-no-71-tahun-2019>
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. (2019). JDIH BPK RI. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/126143/pp-no-80-tahun-2019>
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (1999). JDIH BPK RI. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>