

Analisis Hukum Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Bisnis E-Commerce di Indonesia

Gunardi Lie¹ Aiska Rahima Az-Zahra²

Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: gunardi.lie@untar.ac.id¹ aiska.205230255@stu.untar.ac.id²

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong pertumbuhan bisnis e-commerce di Indonesia. Namun, seiring dengan pertumbuhan ini, muncul berbagai masalah terkait perlindungan konsumen yang memerlukan perhatian khusus. Konsumen sering kali dihadapkan pada risiko penipuan, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, serta ketidakjelasan kebijakan pengembalian barang dan uang. Oleh karena itu, diperlukan analisis hukum yang komprehensif terhadap regulasi yang ada guna melindungi hak-hak konsumen di platform e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana peraturan perundang-undangan di Indonesia, khususnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dapat melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi implementasi dari regulasi tersebut dan hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan normatif dengan analisis terhadap berbagai peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta literatur terkait perlindungan konsumen di e-commerce. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki regulasi yang cukup untuk melindungi konsumen, masih terdapat kekurangan dalam hal penegakan hukum dan edukasi kepada konsumen. Beberapa aspek seperti ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen serta sulitnya akses konsumen untuk mendapatkan haknya menjadi tantangan utama dalam perlindungan konsumen di e-commerce.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, E-Commerce, Bisnis Online, Hukum, Indonesia

Abstract

The rapid development of information technology has driven the growth of e-commerce businesses in Indonesia. However, along with this growth, various issues related to consumer protection have emerged that require special attention. Consumers are often faced with the risk of fraud, goods that do not match the description, and unclear return and refund policies. Therefore, a comprehensive legal analysis of existing regulations is needed to protect consumer rights on e-commerce platforms. This study aims to examine the extent to which laws and regulations in Indonesia, especially the Consumer Protection Law, can protect consumers in e-commerce transactions. In addition, this study also evaluates the implementation of these regulations and the obstacles faced in their implementation. The research method used is a normative approach with an analysis of various laws and regulations, court decisions, and literature related to consumer protection in e-commerce. The results of the analysis show that although Indonesia has sufficient regulations to protect consumers, there are still shortcomings in terms of law enforcement and education for consumers. Several aspects such as the imbalance of information between business actors and consumers and the difficulty of consumer access to obtain their rights are the main challenges in consumer protection in e-commerce.

Keywords: Consumer Protection, E-Commerce, Online Business, Law, Indonesia



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di sektor ekonomi. Salah satu bentuk transformasi yang paling nyata adalah kemunculan dan

pertumbuhan pesat bisnis e-commerce. Di Indonesia, bisnis e-commerce menjadi salah satu sektor ekonomi yang mengalami perkembangan pesat, terutama sejak adanya akses internet yang lebih luas dan adopsi teknologi digital oleh masyarakat. Dengan berbagai platform e-commerce yang tersedia, konsumen kini dapat dengan mudah melakukan transaksi secara daring tanpa perlu bertemu langsung dengan penjual. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat berbagai risiko yang dapat merugikan konsumen. Konsumen sering kali dihadapkan pada situasi di mana mereka mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, menghadapi penipuan, atau bahkan kesulitan dalam proses pengembalian barang serta pengembalian dana (*refund*). Masalah-masalah ini menimbulkan kekhawatiran tentang bagaimana perlindungan konsumen diatur dan ditegakkan dalam konteks transaksi e-commerce di Indonesia. Dalam konteks hukum di Indonesia, perlindungan terhadap konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen). Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Lebih lanjut, Pasal 7 mengatur tentang kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dalam hal ini, platform e-commerce sebagai pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa informasi mengenai produk yang mereka tawarkan jelas dan dapat dipertanggungjawabkan, serta harus memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengajukan klaim jika terjadi ketidaksesuaian¹.

Meskipun peraturan perundang-undangan telah tersedia, dalam praktiknya terdapat banyak tantangan dalam pelaksanaannya. Masalah seperti ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen serta kurangnya edukasi mengenai hak-hak konsumen menjadi faktor yang menghambat perlindungan konsumen secara efektif. Selain itu, masih ada kekurangan dalam penegakan hukum terhadap pelanggaran hak-hak konsumen dalam e-commerce, terutama dalam hal pengawasan dan tindakan hukum terhadap pelaku usaha yang tidak mematuhi ketentuan yang berlaku. Salah satu kasus yang cukup menonjol terkait perlindungan konsumen dalam e-commerce adalah kasus yang melibatkan platform e-commerce yang tidak memberikan akses yang memadai bagi konsumen untuk melakukan pengaduan atau mengajukan klaim. Kondisi ini memperlihatkan bahwa konsumen sering kali berada dalam posisi yang lemah ketika berhadapan dengan pelaku usaha, terutama platform besar yang memiliki pengaruh kuat di pasar. Oleh karena itu, pemerintah perlu memperkuat pengawasan dan penegakan hukum, termasuk memberikan sanksi yang tegas kepada pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Untuk memastikan efektivitas perlindungan konsumen dalam e-commerce, selain penegakan hukum yang lebih baik, diperlukan juga kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran tentang hak-hak konsumen. Selain UU Perlindungan Konsumen, aturan lain seperti Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Berusaha, Iklan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga menjadi landasan hukum penting dalam mengatur aspek e-commerce, termasuk kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis hukum terhadap perlindungan konsumen dalam bisnis e-commerce di Indonesia. Penelitian ini juga mengevaluasi implementasi regulasi yang ada,

¹ Undang-undang, "Undang-undang_No_8_tahun_1999_tentang_Pe" 3, no. 8 (2020): 1-220.

serta hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaannya, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi peningkatan perlindungan konsumen di era digital².

Rumusan Masalah

1. Permasalahan Penegakan Hukum terhadap Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce. Meskipun telah terdapat regulasi seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020, terdapat kendala dalam implementasi dan penegakan hukum. Konsumen sering kali masih mengalami kesulitan dalam mendapatkan hak-hak mereka ketika terjadi pelanggaran, seperti penipuan atau barang yang tidak sesuai dengan deskripsi. Bagaimana efektivitas penegakan hukum dalam melindungi konsumen di sektor e-commerce ini?
2. Ketidakseimbangan Informasi antara Pelaku Usaha dan Konsumen. Dalam bisnis e-commerce, terdapat ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen, di mana pelaku usaha memiliki kendali lebih besar atas informasi terkait produk atau layanan. Hal ini menyebabkan konsumen rentan terhadap penyalahgunaan, seperti informasi yang tidak akurat atau kebijakan pengembalian yang tidak transparan. Bagaimana regulasi yang ada mengatasi ketidakseimbangan informasi ini dan melindungi hak konsumen?

METODE PENELITIAN

Dalam tulisan ini penulis menggunakan metode penulisan yuridis normatif. Metode penelitian yuridis normatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada norma hukum baik yang tertulis maupun tidak tertulis, untuk menganalisis, memahami, dan menyelesaikan isu-isu hukum. Metode ini sering digunakan dalam ilmu hukum untuk mengeksplorasi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam perundang-undangan, putusan pengadilan, serta prinsip-prinsip hukum yang berlaku.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penegakan Hukum terhadap Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce

Perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek penting dalam perkembangan ekonomi digital, terutama dalam konteks e-commerce. Di Indonesia, regulasi mengenai perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Undang-undang ini bertujuan untuk memberikan jaminan kepada konsumen agar hak-hak mereka terlindungi, termasuk hak atas informasi yang benar, hak atas kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi, serta hak untuk mendapatkan kompensasi jika terjadi kerugian. Namun, meskipun regulasi ini telah ada, penerapan dan penegakan hukum di lapangan masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu permasalahan utama dalam penegakan hukum terkait perlindungan konsumen di e-commerce adalah kurangnya pengawasan yang efektif terhadap pelaku usaha. Dalam banyak kasus, konsumen sering kali dihadapkan pada situasi di mana mereka sulit mendapatkan akses untuk menyampaikan keluhan atau klaim, terutama ketika terjadi penipuan atau produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Hal ini diperburuk dengan ketidaktahuan konsumen mengenai hak-hak mereka berdasarkan undang-undang yang berlaku, sehingga banyak dari mereka yang tidak mengambil langkah hukum untuk memperjuangkan hak-haknya^{3 4}.

² Elis Sulistiani, Achmad Restu Adiansyah, and Ahmad Kautsari Khotimi, "Dampak Yang Dialami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Akibat Perubahan Peraturan Menteri Dagang Nomor 50 Tahun 2020" 7 (2023): 32468-76.

³ Irsan Rahman et al., "Hukum Perlindungan Konsumen Di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen Dalam Lingkungan Perdagangan Digital," *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 2, no. 08 (2023): 704-12, <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.

Selain itu, kurangnya mekanisme penegakan hukum yang memadai juga menjadi hambatan dalam melindungi konsumen secara efektif. Menurut peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020, pemerintah berupaya untuk meningkatkan pengawasan dan pembinaan terhadap pelaku usaha e-commerce. Namun, dalam praktiknya, pengawasan ini masih lemah, terutama dalam hal pengawasan terhadap pelaku usaha yang beroperasi melalui platform online yang sulit dilacak secara fisik. Banyak pelaku usaha yang tidak terdaftar secara resmi atau beroperasi tanpa izin yang jelas, sehingga sulit untuk dilakukan penindakan ketika terjadi pelanggaran. Kondisi ini mencerminkan masih adanya kesenjangan antara regulasi dan implementasi di lapangan. Data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menunjukkan bahwa pengaduan konsumen terkait e-commerce terus meningkat setiap tahunnya, menunjukkan adanya masalah sistemik dalam penegakan hukum. Konsumen yang merasa dirugikan sering kali enggan untuk melanjutkan proses hukum karena kompleksitas proses, biaya yang mahal, dan waktu yang lama. Penegakan hukum juga mengalami kendala di bidang teknologi, di mana banyak transaksi e-commerce melibatkan pihak-pihak yang tersebar di berbagai wilayah, bahkan lintas negara. Hal ini menyebabkan sulitnya menegakkan hukum secara menyeluruh, terutama dalam hal melacak pelaku usaha yang melakukan pelanggaran. Pemerintah perlu bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk platform e-commerce, untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam perdagangan online. Implementasi sistem pengawasan berbasis teknologi dapat menjadi solusi yang membantu mengidentifikasi dan menindak pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen^{5 6}.

Dalam konteks hukum, Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen secara jelas menyatakan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Namun, untuk mewujudkan hak-hak ini, pemerintah perlu memperkuat regulasi yang ada dengan sistem penegakan hukum yang lebih tegas dan efektif. Ini dapat dilakukan melalui pembaruan regulasi yang lebih relevan dengan perkembangan teknologi dan ekonomi digital, serta peningkatan kerja sama antarinstansi untuk memastikan bahwa setiap pelanggaran yang merugikan konsumen dapat segera ditindak. Dengan adanya tantangan-tantangan ini, sudah saatnya penegakan hukum terhadap perlindungan konsumen di e-commerce diperkuat melalui regulasi yang lebih tegas, pengawasan yang lebih baik, serta pemberdayaan konsumen melalui edukasi yang komprehensif tentang hak-hak mereka. Selain itu, perlu ada kerja sama yang lebih erat antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang adil dan aman⁷.

Ketidakseimbangan Informasi antara Pelaku Usaha dan Konsumen dalam E-Commerce

Ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen adalah salah satu permasalahan utama yang sering muncul dalam transaksi e-commerce. Dalam bisnis e-commerce, pelaku usaha memiliki kendali lebih besar atas informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, sementara konsumen sering kali bergantung sepenuhnya pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha untuk membuat keputusan pembelian. Kondisi ini membuat konsumen rentan terhadap penyalahgunaan informasi atau bahkan penipuan, terutama jika informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha tidak lengkap, tidak jelas, atau

⁴ Undang-undang, "Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Pe."

⁵ Sulistiani, Adiansyah, and Khotimi, "Dampak Yang Dialami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Akibat Perubahan Peraturan Menteri Dagang Nomor 50 Tahun 2020."

⁶ Roy Eka Perkasa, Nyoman Serikat P, and Bambang Eko Turisno, "Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia," *Diponegoro Law Journal* 5, no. 4 (2016): 3, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/13361>.

⁷ A Juita, "... Hak Dan Kewajiban Konsumen Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 Dan 5 Ditinjau Menurut Hukum Islam," no. 8 (2011), <http://repository.uin-suska.ac.id/1898/>.

bahkan menyesatkan⁸. Ketidakseimbangan ini sangat terlihat dalam kasus di mana konsumen membeli barang berdasarkan deskripsi produk yang diberikan di platform e-commerce, namun saat barang tiba, konsumen mendapati bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan deskripsi. Hal ini melanggar Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang diperdagangkan. Ketentuan ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan informasi yang dapat merugikan hak-hak mereka⁹.

Salah satu contoh kasus yang relevan dalam konteks ini adalah putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat No. 90/Pdt.G/2019/PN.Jkt.Pst di mana seorang konsumen menggugat pelaku usaha yang beroperasi melalui platform e-commerce karena produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi yang ditampilkan di situs web. Dalam putusannya, pengadilan menyatakan bahwa pelaku usaha telah melanggar hak konsumen berdasarkan UU Perlindungan Konsumen, dan mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen. Kasus ini menyoroti pentingnya transparansi informasi dalam perdagangan e-commerce dan menunjukkan bagaimana ketidakseimbangan informasi dapat berdampak langsung pada kerugian konsumen. Selain itu, ketidakseimbangan informasi juga dapat diperburuk oleh fakta bahwa banyak konsumen di Indonesia belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka berdasarkan UU Perlindungan Konsumen. Hal ini diperparah dengan minimnya edukasi konsumen mengenai risiko yang mungkin mereka hadapi dalam transaksi e-commerce. Akibatnya, konsumen sering kali tidak menyadari bahwa mereka dapat menuntut pelaku usaha atas informasi yang tidak akurat atau menyesatkan. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dalam laporannya menyatakan bahwa pengaduan konsumen terkait informasi yang menyesatkan di e-commerce mengalami peningkatan, dengan banyak konsumen merasa tertipu oleh deskripsi produk yang tidak sesuai dengan kenyataan^{10 11}.

Untuk mengatasi masalah ketidakseimbangan informasi ini, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 telah mengatur bahwa pelaku usaha yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) wajib menyampaikan informasi yang benar, jujur, dan tidak menyesatkan tentang barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Namun, dalam praktiknya, pengawasan terhadap pelaksanaan ketentuan ini masih lemah, terutama karena jumlah transaksi di platform e-commerce sangat besar dan sulit dipantau secara individual. Pemerintah dan platform e-commerce perlu bekerja sama untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada konsumen jelas dan transparan. Salah satu cara untuk memperbaiki ketidakseimbangan informasi adalah dengan menerapkan sistem penilaian dan ulasan konsumen yang lebih ketat di platform e-commerce, sehingga calon pembeli dapat memiliki gambaran yang lebih akurat mengenai produk yang akan mereka beli. Selain itu, Pasal 9 UU Perlindungan Konsumen juga menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan keterangan, label, atau iklan yang diiklankan. Penerapan pasal ini perlu ditegakkan lebih ketat untuk mencegah pelaku usaha dari memberikan informasi yang tidak sesuai dengan produk sebenarnya.

⁸ Acep Rohendi, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional," *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, No. 2 (2015): 474–88, <https://doi.org/10.31294/Jeco.V3i2.34>.

⁹ Q Adar Bakhshbaloch, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspedisi Menurut Uu Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" 11, No. 1 (2017): 92–105.

¹⁰ "Direktori Putusan," accessed October 10, 2024, <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/>.

¹¹ Yanci Libria Fista, Aris Machmud, and Suartini Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023): 177–89, <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.

Kasus lain yang relevan adalah putusan Pengadilan Negeri Surabaya No. 432/Pdt.G/2020/PN.Sby di mana konsumen memenangkan gugatan atas pelaku usaha yang memberikan informasi tidak lengkap tentang kebijakan pengembalian barang. Konsumen, dalam hal ini, tidak mendapatkan informasi yang memadai terkait pengembalian barang yang tidak sesuai dengan pesanan, dan pengadilan memutuskan bahwa pelaku usaha harus memperbaiki kebijakan informasi dan memberikan kompensasi kepada konsumen. Secara keseluruhan, ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen dalam e-commerce menimbulkan berbagai tantangan hukum yang harus segera diatasi. Pemerintah perlu memperkuat pengawasan, dan konsumen harus didorong untuk lebih aktif mengetahui hak-hak mereka agar dapat mengambil tindakan jika mengalami penipuan atau ketidaksesuaian informasi. Dengan penegakan hukum yang lebih ketat, serta edukasi yang lebih baik kepada konsumen dan pelaku usaha, diharapkan ketidakseimbangan informasi dalam e-commerce dapat diminimalisir, dan transaksi yang adil serta transparan dapat tercipta¹².

KESIMPULAN

Dari hasil analisis terhadap perlindungan konsumen dalam bisnis e-commerce di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa meskipun regulasi sudah tersedia melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020, masih terdapat berbagai tantangan dalam implementasinya. Permasalahan utama yang dihadapi adalah ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen, serta lemahnya penegakan hukum dan pengawasan terhadap pelanggaran hak-hak konsumen. Konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah, terutama terkait akses untuk mengajukan keluhan atau klaim jika terjadi pelanggaran. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam hal pengawasan, edukasi konsumen, serta penegakan hukum yang lebih tegas guna menciptakan ekosistem e-commerce yang adil dan aman bagi semua pihak. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan memperkuat perlindungan konsumen di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adar Bakhsh Baloch, Q. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekpedisi Menurut Uu Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" 11, no. 1 (2017): 92-105.
- Ady, E. N. S., Nisrina, F. B., Ramadhani, F., & Irawan, F. (2022). Urgensi KUHD Dalam Menangani Risiko Kejahatan Siber Pada Transaksi E-Commerce: Pentingnya Kodifikasi Ketentuan Umum Hukum Dagang sebagai respon pemerintah terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 2(1), 45-55.
- Bernada, T. (2017). Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Peradilan*, 6(1), 1-24.
- Fajrillah, R. N., & Sipahutar, A. A. (2023). Analisis Konsumen Terhadap Jual Beli Di E-Commerce Dalam Hukum Islam. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital*, 3(2), 12-20.
- Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, and Suartini Suartini. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan

¹² "Direktori Putusan."

- Konsumen." *Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023): 177-89. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.
- Hidayag, K., & Witasari, A. (2022). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce). *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Hukum*.
- Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8-14.
- Juita, A. "... Hak Dan Kewajiban Konsumen Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 Dan 5 Ditinjau Menurut Hukum Islam," no. 8 (2011). <http://repository.uin-suska.ac.id/1898/>.
- Maulana, M. J. (2024). Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce Terkait Kerugian. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(2), 265-275.
- Mulyawati, P., & Shafira, N. (2022). Analisis Perlindungan Data Konsumen pada E-commerce oleh Pelaku Usaha. *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum*, 21(1), 35-42.
- Nainggolan, I. (2021, November). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 1060-1067).
- Novera, A., & Turatmiyah, S. (2020, September). Analisis Hukum Kekuatan Mengikat Jual Beli Online (E-Commerce) dalam Perspektif Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak. In *Sriwijaya Law Conference* (Vol. 1, No. 1).
- Novita, Y. E., & Darsono, S. H. (2022). Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi E-Commerce Pada Situs Belanja Online Shopee (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Perkasa, Roy Eka, Nyoman Serikat P, and Bambang Eko Turisno. "Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia." *Diponegoro Law Journal* 5, no. 4 (2016): 3. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/13361>.
- Poernomo, S. L. (2023). Analisis Kepatuhan Regulasi Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia. *UNES Law Review*, 6(1), 1772-1782.
- Rahman, Irsan, Sahrul, Riezka Eka Mayasari, Tia Nurapriyanti, and Yuliana. "Hukum Perlindungan Konsumen Di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen Dalam Lingkungan Perdagangan Digital." *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 2, no. 08 (2023): 704-12. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.
- Rohendi, Acep. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional." *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, No. 2 (2015): 474-88. <https://doi.org/10.31294/Jeco.V3i2.34>.
- Saputra, Ricky, And Viola Damayanti. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Internasional." *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 12, no. 2 (November 29, 2023): 240-51. <https://doi.org/10.28946/RPT.V12i2.3364>.
- Saragih, A. E., & Bagaskara, M. F. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1), 145-155.
- Sulistiani, Elis, Achmad Restu Adiansyah, and Ahmad Kautsari Khotimi. "Dampak Yang Dialami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Akibat Perubahan Peraturan Menteri Dagang Nomor 50 Tahun 2020" 7 (2023): 32468-76.

- Suryadi, R. J., & Gultom, E. R. (2023). Analisis Hukum Terkait Melindungi Konsumen dalam Bertransaksi Digital di E-Commerce Shopee. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 328-334.
- Undang-undang. "Undang_undang_No_8_tahun_1999_tentang_Pe" 3, no. 8 (2020): 1-220.
- Wariati, A., & Susanti, N. I. (2014). E-commerce dalam perspektif perlindungan konsumen. *ProBank*, 1(1), 162105.
- Wulandari, Yudha Sri. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce." *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 2 (2018): 199. <https://doi.org/10.30656/ajudikasi.v2i2.687>.