

# Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Menurut Hukum Positif

Vincentius Patria Setyawan<sup>1</sup>, Itok Dwi Kurniawan<sup>2</sup>

Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia, Email: [vincentius.patria@uajy.ac.id](mailto:vincentius.patria@uajy.ac.id)

Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Indonesia, E-mail: [itokdwikurniawan@staff.uns.ac.id](mailto:itokdwikurniawan@staff.uns.ac.id)

## INFO ARTIKEL

### **Kata Kunci:**

perlindungan, konsumen, e-commerce

### **How to cite:**

Legal ADVICE, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Kendari.

### **Riwayat Artikel:**

Diterima: .....

Direview: .....

Direvisi: .....

Diterima: .....

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi di zaman serba modern ini telah merambah ke berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas jual-beli. Aktivitas jual-beli dapat dilakukan oleh penjual dan pembeli meskipun tidak bertemu secara langsung. Jual-beli melalui e-commerce menjadi alternatif belanja masyarakat yang menginginkan berbelanja secara praktis dan ekonomis. Kendati menjanjikan kemudahan, jual-beli melalui e-commerce memiliki problematik tersendiri khususnya mengenai perlindungan konsumen. Artikel ini akan membahas terkait dengan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi dengan e-commerce. Penulisan artikel ini menggunakan metode penelitian berjenis normative dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil dari penelitian ini adalah peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen yang ada saat ini belum efektif di dalam memberikan perlindungan bagi hak-hak konsumen terutama ketika terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh penjual.

Copyright © 2024 Legal ADVICE. All rights reserved.

## 1. Pendahuluan

Dewasa ini dunia telah mengalami era globalisasi yang membuat kehidupan masyarakat di era modern ini sangatlah dinamis. Era globalisasi menyebabkan laju informasi menjadi sangat cepat, di mana kita dapat mengetahui kejadian-kejadian yang terjadi di seluruh dunia. Laju informasi yang sedemikian cepat tentu didukung dengan kecanggihan teknologi informasi sebagai sarana utamanya<sup>1</sup>.

Kecanggihan teknologi informasi yang memiliki peran sangat signifikan adalah akses internet yang telah mengubah pola aktivitas manusia modern.

Salah satu aktivitas yang telah bergeser dari cara konvensional ke cara yang canggih adalah aktivitas berbelanja. Perkembangan teknologi yang pesat mempermudah para pengusaha untuk menjual barang dan jasa secara digital melalui internet, seperti yang terlihat dalam fenomena online shop. Kemudahan dalam melakukan transaksi online telah mendorong banyak

<sup>1</sup> Arsyawal, Hutapea, H. R., Shobrin, , Ma'as, & Raihana. (2023). Analisis Terhadap Hubungan Antara Globalisasi Dengan Pembaharuan Hukum di Indonesia. *Journal Of Social Science Research*, 3(2).

masyarakat untuk beralih ke e-commerce. Melalui e-commerce, aktivitas bisnis dapat dilakukan secara fleksibel dan tidak terbatas oleh waktu serta tempat. Ini memberikan dampak positif bagi toko-toko offline yang memanfaatkan platform online untuk memasarkan produk mereka, sehingga mereka dapat bergabung dalam pasar marketplace dan menjadi bagian dari ekosistem e-commerce<sup>2</sup>.

E-commerce atau perdagangan elektronik adalah kegiatan distribusi, penjualan, pembelian, dan pemasaran produk (barang dan jasa) menggunakan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya (Sugiharto, 2022). Contoh platform pasar e-commerce di Indonesia meliputi shopee, bukalapak, blibli, tokopedia, dan lain sebagainya. Menurut data dari Lembaga Survei e-commerce Jerman, ECDB menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan jumlah e-commerce tertinggi di tahun 2024 yakni mencapai 30,5% dibanding tahun sebelumnya<sup>3</sup>.

Merebaknya penggunaan e-commerce memberikan dampak positif bagi produsen dan konsumen. Bagi produsen, jual-beli secara online dengan e-commerce memiliki keuntungan tersendiri diantaranya ialah menghemat biaya sewa untuk penyediaan tempat berjualan, membayar pekerja, dan biaya-biaya yang dibutuhkan dalam perdagangan konvensional. Sedangkan bagi konsumen, berbelanja secara online dengan e-commerce tentu memberikan kemudahan tersendiri sehingga proses berbelanja menjadi lebih efisien.

Selain memiliki dampak positif yang menguntungkan, penggunaan e-commerce tentu juga memiliki kelemahan. Kelemahannya terutama disebabkan karena tidak bertemunya penjual dan pembeli pembeli tidak mengetahui secara langsung barang yang akan dibelinya<sup>4</sup>.

Hal tersebut dapat berpotensi menimbulkan pelanggaran-pelanggaran terhadap hak konsumen. Beberapa problematika yang sering terjadi dalam transaksi dengan e-commerce diantaranya: ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi pembayaran, dan lain sebagainya<sup>5</sup>.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka perlu adanya instrument hukum yang memadai dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli melalui e-commerce. Tentu saja tidak cukup dalam ranah hukum perlindungan konsumen saja, namun juga melibatkan ranah hukum teknologi informasi. Artikel ini akan membahas terkait dengan

---

<sup>2</sup> Aryani, A. P., & Susanti, L. E. (2022). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen. *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2(1). <https://doi.org/10.12928/adlp.v2i1.5610>

<sup>3</sup> Investor.id. (2024, July 4). *Gaya Hidup Semakin Digital Dorong E-Commerce Terus Bertumbuh*. <https://Investor.Id/Business/366063/Gaya-Hidup-Semakin-Digital-Dorong-Ecommerce-Terus-Bertumbuh>.

<sup>4</sup> Mazli, A. (2021). Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era E-Commerce. *Jurnal Lex Renaissance*, 6(2). <https://doi.org/10.20885/jlr.vol6.iss2.art6>

<sup>5</sup> Fista, Y. L., Aris Machmud, & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1). <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>

perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli dengan e-commerce menurut hukum positif di Indonesia.

## **2. Metodologi**

Penulisan artikel ini menggunakan metode penelitian hukum normatif atau yang sering disebut juga sebagai penelitian hukum doctrinal. Penelitian hukum normative mengkonsepkan hukum sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum dikonsepsikan sebagai sebuah norma atau kaidah yang mengatur perilaku manusia<sup>6</sup>

Pendekatan yang dipergunakan di dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan, yakni pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang ditangani<sup>7</sup>.

Isu hukum yang ditangani dalam penulisan artikel ini adalah berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce yang akan ditinjau dari aturan mengenai perlindungan konsumen maupun aturan mengenai transaksi elektronik.

## **3. Analisis dan Hasil**

### **3.1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen**

Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsumen sebagai setiap individu yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen umumnya diartikan sebagai pengguna terakhir dari produk yang diberikan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang menerima barang untuk digunakan dan bukan untuk tujuan perdagangan atau jual-beli<sup>8</sup>.

Sementara itu, pelaku usaha merujuk kepada individu atau badan usaha, termasuk badan hukum yang didirikan dan beroperasi di wilayah hukum Republik Indonesia, baik secara mandiri maupun melalui perjanjian, yang menjalankan kegiatan usaha dalam berbagai sektor ekonomi.<sup>9</sup>

Kegiatan bisnis merupakan interaksi yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Untuk mempertahankan dan menjamin keseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha ini, diperlukan perangkat hukum yang dapat memberikan perlindungan kepada

---

<sup>6</sup> Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim. (2018). Metode penelitian hukum: normatif dan empiris / Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim. *Kencana*, 2(Hukum).

<sup>7</sup> Peter Mahmud Marzuki. (2016). Penelitian Hukum. In *Kencana*, 2017 (Vol. 17, Issue 2).

<sup>8</sup> Asri Agustiwi, S. A. D. (2016). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ELEKTRONIK DI INDONESIA. *UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2). <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>

<sup>9</sup> Pramono, S. B., & Kurniati, G. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Online di Indonesia. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1(2). <https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037>

konsumen. Perlindungan terhadap konsumen diperlukan karena pada umumnya konsumen berada dalam posisi yang kurang menguntungkan dalam hubungannya dengan pelaku usaha (produsen), baik dari segi ekonomi, tingkat pendidikan atau kemampuan, daya saing, maupun dalam negosiasi harga<sup>10</sup>.

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen<sup>11</sup>.

### **3.2. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce**

Majunya teknologi, terutama internet, telah mengubah cara jual beli, di mana sekarang transaksi dapat dilakukan antara penjual dan pembeli tanpa perlu berjumpa langsung<sup>12</sup>.

Jual beli secara online melalui internet dikenal sebagai e-commerce. Secara sederhana, e-commerce dapat diartikan sebagai transaksi elektronik<sup>13</sup>.

Transaksi perdagangan elektronik adalah kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengalihkan hak. Kontrak ini dilakukan melalui media elektronik (digital) tanpa kehadiran fisik para pihak yang terlibat dalam transaksi. Media ini beroperasi dalam jaringan publik dengan sistem terbuka, seperti internet atau World Wide Web, yang memungkinkan transaksi terjadi tanpa terikat oleh batas wilayah atau ketentuan nasional<sup>14</sup>.

E-commerce adalah aktivitas bisnis yang melibatkan pertukaran data melalui internet, di mana penjual dan pembeli barang atau jasa dapat melakukan negosiasi dan transaksi. Transaksi

---

<sup>10</sup> Rahman, I., Sahrul, Mayasari, R. E., Nurapriyanti, T., & Yuliana. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2(08). <https://doi.org/10.58812/jhws.v2i08.605>

<sup>11</sup> Nasution, A. (2017). Sekilas Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 16(6). <https://doi.org/10.21143/jhp.vol16.no6.1231>

<sup>12</sup> Saprida, S., Umari, Z. F., & Raya, F. (2023). LEGALITAS TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI INDONESIA. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 8(2). <https://doi.org/10.36908/esha.v8i2.668>

<sup>13</sup> Haryani Putri, A., & Endang Hadrian. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan Jual Beli Online. *KRTHA BHAYANGKARA*, 16(1). <https://doi.org/10.31599/krtha.v16i1.1018>

<sup>14</sup> Apriliani, I. N., Salsabila, N., & Wijaya, P. R. (2023). PROBLEMATIKA IMPLEMENTASI KHIYAR DALAM JUAL BELI ONLINE. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 9(1). <https://doi.org/10.37567/shar-e.v9i1.1539>

e-commerce mencakup tiga jenis, yaitu: a) Business to Business (bisnis ke bisnis); b) Business to Consumer (bisnis ke konsumen); dan c) Consumer to Consumer (konsumen ke konsumen)<sup>15</sup>

Transaksi e-commerce melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung, tergantung pada kompleksitas transaksi yang dilakukan. Ini berarti ada kemungkinan apakah seluruh proses transaksi dilakukan secara online atau hanya sebagian tahap saja. Jika seluruhnya dilakukan secara online, mulai dari proses terjadinya transaksi hingga pembayaran. Perjanjian yang digunakan dalam e-commerce pada dasarnya sama dengan perjanjian dalam transaksi konvensional, namun perjanjian dalam e-commerce dibuat secara elektronik atau kontrak elektronik. Johannes Gunawan menjelaskan bahwa kontrak elektronik adalah kontrak baku yang dirancang, dibuat, ditetapkan, digandakan, dan disebarluaskan secara digital melalui situs web di internet oleh pembuat kontrak (biasanya pelaku usaha) tanpa kesepakatan dari pihak lain, seperti konsumen<sup>16</sup>.

Perlindungan konsumen merupakan usaha untuk menjamin kepastian hukum guna melindungi hak-hak konsumen. Definisi perlindungan konsumen yang tercantum dalam Pasal 1 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen dianggap memadai dan diharapkan berfungsi sebagai penghalang terhadap perilaku sewenang-wenang yang dapat merugikan konsumen oleh pelaku usaha demi kepentingan perlindungan konsumen itu sendiri. A.Z. Nasution menjelaskan bahwa hukum perlindungan konsumen mencakup prinsip-prinsip dan norma-norma yang mengatur serta melindungi konsumen dalam konteks penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam masyarakat. Menurut Johannes Gunawan, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan sebelum terjadinya transaksi (pra-pembelian/tanpa konflik) dan/atau setelah terjadinya transaksi (pasca-pembelian/dengan konflik)<sup>17</sup>.

UU Perlindungan Konsumen mengatur bahwa perlindungan konsumen adalah segala usaha untuk menjamin kepastian hukum demi melindungi hak-hak konsumen. Kepastian hukum ini mencakup perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang diperkuat oleh undang-undang khusus, dengan harapan agar pelaku usaha tidak melakukan tindakan sewenang-wenang yang merugikan hak-hak konsumen secara berulang-ulang<sup>18</sup>.

Berkaitan dengan problematik di dalam aktivitas belanja secara elektronik melalui e-commerce sebenarnya sudah terakomodir di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Misalnya ketika terjadi ketidaksesuaian antara foto/gambar produk di dalam marketplace dengan barang yang diterima oleh konsumen. Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang

---

<sup>15</sup> Wijaya, I. G. K. W., & Dananjaya, N. S. (2018). Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 6(8).

<sup>16</sup> Dianta, D. (2023). Urgensi Penegakan Hukum E-Commerce di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(1). <https://doi.org/10.57250/ajsh.v3i1.173>

<sup>17</sup> Anjani, M. R., & Santoso, B. (2018). URGENSI REKONSTRUKSI HUKUM E-COMMERCE DI INDONESIA. *LAW REFORM*, 14(1). <https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20239>

<sup>18</sup> Susanto, H. (2008). Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan. *Transmedia Pustaka*, 3.

dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Ketika konsumen tidak mendapatkan barang sesuai dengan yang tertera dalam iklan maka konsumen berhak mendapatkan perlindungan sesuai Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan pelaku usaha yang melanggar larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai janji dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen dengan pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp2 miliar.

Selain Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Hakikatnya proses jual beli secara elektronik sama dengan perjanjian pada umumnya. Persetujuan untuk membeli barang secara online dengan cara melakukan klik persetujuan atas transaksi merupakan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik (Pasal 1 angka 17 PP PSTE). Selanjutnya untuk keabsahan sebuah kontrak transaksi elektronik adalah jika memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: terdapat kesepakatan para pihak; dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; terdapat hal tertentu; dan objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum. Kemudian dalam hal pelaku usaha atau penjual ternyata melakukan penipuan, misalnya menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli online, maka ia dapat juga dipidana berdasarkan Pasal 378 KUHP *jo.* Pasal 28 ayat (1) UU ITE.

#### **4. Kesimpulan**

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang cepat telah mengakibatkan perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, yang juga mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru. Pemanfaatan teknologi informasi memiliki peran kunci dalam perdagangan dan pertumbuhan ekonomi di era globalisasi saat ini. Dengan adanya layanan digital, sistem perdagangan di negara ini telah berubah menjadi lebih mudah, di mana penjual dan pembeli tidak lagi harus bertemu langsung saat melakukan transaksi. Fenomena ini dikenal sebagai transaksi e-commerce. Meskipun demikian, meskipun sudah ada undang-undang yang mengatur perdagangan dan transaksi elektronik, masih ada aspek yang perlu disesuaikan.

Meskipun UU Perlindungan Konsumen telah mengatur seluruh aspek yang berkaitan dengan pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi jual beli, implementasi UU ITE yang mengatur transaksi elektronik masih belum optimal. Masih terjadi tindak kejahatan yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, dan banyak konsumen yang belum mendapatkan hak-hak mereka terutama terkait keselamatan dan perlindungan hukum saat menjadi korban kelalaian dalam transaksi elektronik. Kurangnya sosialisasi dan pemahaman di kalangan konsumen juga menjadi faktor yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk memperoleh perlindungan hukum dari lembaga yang berwenang. Dengan perkembangan teknologi yang terus berlangsung, diharapkan semua pihak, termasuk pelaku usaha, konsumen,

dan badan terkait, semakin meningkatkan kesadaran akan pentingnya perlindungan hukum bagi semua pihak.

## References

- Anjani, M. R., & Santoso, B. (2018). URGENSI REKONSTRUKSI HUKUM E-COMMERCE DI INDONESIA. *LAW REFORM*, 14(1). <https://doi.org/10.14710/lr.v14i1.20239>
- Apriliani, I. N., Salsabila, N., & Wijaya, P. R. (2023). PROBLEMATIKA IMPLEMENTASI KHIYAR DALAM JUAL BELI ONLINE. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 9(1). <https://doi.org/10.37567/shar-e.v9i1.1539>
- Arsyawal, Hutapea, H. R., Shobrin, , Ma'as, & Raihana. (2023). Analisis Terhadap Hubungan Antara Globalisasi Dengan Pembaharuan Hukum di Indonesia. *Journal Of Social Science Research*, 3(2).
- Aryani, A. P., & Susanti, L. E. (2022). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen. *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2(1). <https://doi.org/10.12928/adlp.v2i1.5610>
- Asri Agustiwi, S. A. D. (2016). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ELEKTRONIK DI INDONESIA. *UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2). <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v3i2.409>
- Dianta, D. (2023). Urgensi Penegakan Hukum E-Commerce di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(1). <https://doi.org/10.57250/ajsh.v3i1.173>
- Fista, Y. L., Aris Machmud, & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1). <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Haryani Putri, A., & Endang Hadrian. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan Jual Beli Online. *KRTHA BHAYANGKARA*, 16(1). <https://doi.org/10.31599/krtha.v16i1.1018>
- Investor.id. (2024, July 4). *Gaya Hidup Semakin Digital Dorong E-Commerce Terus Bertumbuh*. <https://Investor.Id/Business/366063/Gaya-Hidup-Semakin-Digital-Dorong-Ecommerce-Terus-Bertumbuh>.
- Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim. (2018). Metode penelitian hukum: normatif dan empiris / Jonaedi Efendi, Johnny Ibrahim. *Kencana*, 2(Hukum).
- Mazli, A. (2021). Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era E-Commerce. *Jurnal Lex Renaissance*, 6(2). <https://doi.org/10.20885/jlr.vol6.iss2.art6>
- Nasution, A. (2017). Sekilas Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 16(6). <https://doi.org/10.21143/jhp.vol16.no6.1231>
- Peter Mahmud Marzuki. (2016). Penelitian Hukum. In *Kencana*, 2017 (Vol. 17, Issue 2).
- Pramono, S. B., & Kurniati, G. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Online di Indonesia. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1(2). <https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1037>

Rahman, I., Sahrul, Mayasari, R. E., Nurapriyanti, T., & Yuliana. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2(08). <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>

Saprida, S., Umari, Z. F., & Raya, F. (2023). LEGALITAS TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI INDONESIA. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 8(2). <https://doi.org/10.36908/esha.v8i2.668>

Sugiharto. (2022, December 30). *Manfaatkan E-Commerce dengan Benar*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/memanfaatkan-e-commerce-dengan-benar.html>.

Susanto, H. (2008). Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan. *Transmedia Pustaka*, 3.

Wijaya, I. G. K. W., & Dananjaya, N. S. (2018). Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 6(8).