

Analisis Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia

Mazhr Fezliani

Ilmu Hukum, Universitas Asahan
fezlianmazhar@gmail.com

Riwayat Artikel:

Diterima: 7 Okt, 2024

Ditinjau: 7 Okt, 2024

Disetujui: 7 Okt, 2024

Abstrak

Perkembangan e-commerce di Indonesia telah membawa kemudahan sekaligus tantangan baru dalam perlindungan konsumen. Penelitian ini menganalisis efektivitas hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Dengan pendekatan yuridis normatif, penelitian ini mengevaluasi regulasi yang ada, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, serta implementasinya dalam praktik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah mengatur hak-hak konsumen, implementasi di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, termasuk kurangnya kesadaran konsumen dan lemahnya penegakan hukum. Selain itu, dinamika perkembangan teknologi menuntut adanya pembaruan regulasi yang lebih relevan. Penelitian ini menyarankan peningkatan sosialisasi, edukasi konsumen, dan penguatan penegakan hukum untuk memastikan perlindungan yang lebih efektif. Temuan ini penting untuk memberikan wawasan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan yang lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan e-commerce.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, E-Commerce, Hukum, Indonesia, Regulasi.

Abstract

The development of e-commerce in Indonesia has brought both convenience and new challenges in consumer protection. This research analyzes the effectiveness of the legal framework governing consumer protection in e-commerce transactions in Indonesia. Using a normative juridical approach, this study evaluates existing regulations, such as the Consumer Protection Act No. 8 of 1999, and their implementation in practice. The research findings indicate that although the regulations have established consumer rights, their implementation in the field still faces various obstacles, including a lack of consumer awareness and weak law enforcement. Moreover, the dynamic nature of technological advancements demands the updating of regulations to be more relevant. This study suggests enhancing socialization, consumer education, and strengthening law enforcement to ensure more effective protection. These findings are important for providing insights to the government and related institutions in formulating policies that are more adaptive and responsive to the development of e-commerce.

Keywords: Consumer Protection, E-Commerce, Law, Indonesia, Regulation.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal konsumsi dan perdagangan. Salah satu dampak paling signifikan dari perkembangan teknologi ini adalah munculnya e-commerce, atau perdagangan elektronik, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli secara online tanpa batasan ruang dan waktu. Di Indonesia, e-

commerce telah berkembang pesat dan menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian digital. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Statista, nilai transaksi e-commerce di Indonesia mencapai triliunan rupiah setiap tahunnya, dengan jutaan konsumen berbelanja secara online[1].

Meskipun e-commerce menawarkan berbagai kemudahan, seperti akses yang luas, harga yang kompetitif, dan kenyamanan dalam bertransaksi, namun tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan ini juga membawa tantangan baru, terutama dalam hal perlindungan konsumen. Dalam transaksi e-commerce, konsumen sering kali berada dalam posisi yang kurang menguntungkan dibandingkan dengan pelaku usaha. Mereka rentan terhadap berbagai risiko, seperti penipuan, barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, kerusakan barang selama pengiriman, serta penyalahgunaan data pribadi. Risiko-risiko ini menimbulkan pertanyaan besar mengenai sejauh mana hukum di Indonesia mampu melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce[2].

Perlindungan konsumen merupakan aspek yang sangat penting dalam hukum perdagangan, baik secara konvensional maupun digital. Dalam konteks e-commerce, perlindungan konsumen menjadi lebih kompleks karena transaksi terjadi di ruang digital yang memiliki karakteristik berbeda dengan transaksi di dunia fisik. Di sinilah hukum perlindungan konsumen berperan penting. Hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan jaminan dan kepastian hukum bagi konsumen, serta menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha[3].

Di Indonesia, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce diatur oleh berbagai peraturan perundang-undangan, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) juga telah mengeluarkan berbagai peraturan yang terkait dengan perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi online. Namun, meskipun regulasi telah ada, implementasinya dalam praktik masih menghadapi banyak tantangan[4].

Salah satu tantangan utama dalam perlindungan konsumen di e-commerce adalah kurangnya kesadaran dan pengetahuan konsumen mengenai hak-hak mereka. Banyak konsumen yang tidak menyadari bahwa mereka memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang dibeli, hak untuk memilih, hak untuk mendapatkan keamanan dan keselamatan, serta hak untuk mendapatkan kompensasi jika terjadi pelanggaran hak. Selain itu, banyak konsumen yang tidak memahami prosedur yang harus ditempuh jika mereka menghadapi masalah dalam transaksi online, seperti cara mengajukan pengaduan atau menuntut pelaku usaha yang melanggar hak mereka[5].

Selain kurangnya kesadaran konsumen, lemahnya penegakan hukum juga menjadi tantangan besar dalam perlindungan konsumen di e-commerce. Meskipun UU Perlindungan Konsumen telah mengatur sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar hak konsumen, penegakan hukum di lapangan sering kali tidak efektif. Banyak kasus pelanggaran hak konsumen yang tidak sampai ke pengadilan karena berbagai alasan, seperti kurangnya bukti, biaya yang tinggi, serta prosedur yang rumit dan memakan waktu. Kondisi ini membuat banyak konsumen merasa enggan untuk menuntut hak mereka, dan akhirnya memilih untuk merelakan kerugian yang mereka alami[6].

Di sisi lain, dinamika perkembangan teknologi yang sangat cepat juga menimbulkan tantangan tersendiri dalam perlindungan konsumen. Regulasi yang ada sering kali tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi yang terus berubah, sehingga menjadi kurang relevan atau tidak mampu mengakomodasi masalah-masalah baru yang muncul dalam transaksi e-commerce. Misalnya, regulasi mengenai perlindungan data pribadi konsumen masih sangat minim, padahal data pribadi merupakan aset yang sangat berharga dan rentan disalahgunakan dalam transaksi online. Selain itu, perkembangan teknologi juga menciptakan model bisnis baru, seperti platform marketplace, yang menimbulkan tantangan baru dalam hal tanggung jawab dan akuntabilitas pelaku usaha terhadap konsumen[7].

Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut, diperlukan pendekatan yang komprehensif dan adaptif dalam perlindungan konsumen di e-commerce. Pendekatan ini tidak hanya mencakup penyempurnaan regulasi yang ada, tetapi juga peningkatan kesadaran dan edukasi konsumen, serta penguatan penegakan hukum. Selain itu, kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat juga sangat penting dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang aman dan terpercaya[8].

Pemerintah sebagai regulator memiliki peran penting dalam menciptakan regulasi yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen. Pemerintah juga perlu meningkatkan pengawasan terhadap pelaku usaha e-commerce, serta memastikan bahwa regulasi yang ada dapat diterapkan secara efektif di lapangan. Di sisi lain, pelaku usaha e-commerce juga harus bertanggung jawab dalam menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang mereka jual, serta menjaga keamanan dan kerahasiaan data pribadi konsumen. Sementara itu, masyarakat sebagai konsumen juga harus proaktif dalam memahami hak-hak mereka dan berpartisipasi aktif dalam upaya perlindungan konsumen[9].

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Penelitian ini akan mengkaji regulasi yang ada, mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam implementasi regulasi, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan perlindungan konsumen di e-commerce. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, serta memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih aman dan adil bagi semua pihak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yang merupakan metode yang umum digunakan dalam studi hukum untuk menganalisis peraturan perundang-undangan, praktik hukum, dan doktrin hukum yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini fokus pada kajian terhadap norma-norma hukum yang berlaku serta penerapannya dalam konteks perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia[10].

Jenis dan Sumber Data

1. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, termasuk: Peraturan Perundang-Undangan: Dokumen resmi yang mencakup Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, serta peraturan terkait lainnya.
2. Literatur Hukum: Buku, artikel ilmiah, jurnal hukum, dan literatur lain yang membahas perlindungan konsumen dan e-commerce.
3. Kasus Hukum: Studi kasus yang relevan terkait dengan perlindungan konsumen dalam e-commerce, baik yang ditangani oleh pengadilan maupun keputusan lembaga penyelesaian sengketa.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Studi Pustaka: Mengumpulkan dan menelaah dokumen hukum, peraturan perundang-undangan, dan literatur terkait. Teknik ini melibatkan pencarian literatur melalui perpustakaan, basis data hukum, dan publikasi online.
2. Analisis Kasus: Menelaah kasus-kasus hukum yang relevan untuk memahami bagaimana hukum diterapkan dalam praktik dan mengidentifikasi isu-isu yang sering muncul dalam perlindungan konsumen di e-commerce.
3. Wawancara Eksploratif (Opsional): Jika diperlukan, wawancara dengan praktisi hukum, pengacara, atau pihak terkait lainnya dapat dilakukan untuk mendapatkan wawasan tambahan mengenai praktik perlindungan konsumen dan tantangan yang dihadapi. Wawancara ini akan dilakukan dengan mematuhi protokol etika penelitian.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif: Menguraikan dan menjelaskan isi peraturan perundang-undangan yang mengatur perlindungan konsumen dalam e-commerce. Ini termasuk pemahaman terhadap norma-norma hukum yang ada dan bagaimana mereka diimplementasikan.
2. Analisis Kritis: Mengevaluasi efektivitas regulasi yang ada dengan mengidentifikasi kelemahan, kekuatan, dan tantangan dalam penerapannya. Analisis ini juga mencakup perbandingan dengan praktik internasional jika diperlukan.
3. Analisis Kasus: Mengkaji studi kasus untuk menilai bagaimana hukum perlindungan konsumen diterapkan dalam situasi nyata, serta mengidentifikasi pola-pola dan masalah yang sering terjadi.
4. Evaluasi Kebijakan: Menilai sejauh mana regulasi yang ada dapat mengatasi masalah perlindungan konsumen yang dihadapi dalam e-commerce dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

Prosedur Penelitian[11]

1. Pengumpulan Data: Proses ini melibatkan pencarian dan pengumpulan dokumen hukum, literatur, dan kasus hukum yang relevan. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk perpustakaan hukum, basis data online, dan publikasi resmi.
2. Analisis Data: Data yang terkumpul dianalisis secara sistematis menggunakan teknik analisis deskriptif dan kritis. Penelitian ini akan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan regulasi yang ada serta tantangan dalam praktik.

3. Penyusunan Laporan: Hasil analisis disusun dalam bentuk laporan yang mencakup temuan utama, diskusi mengenai efektivitas hukum, dan rekomendasi untuk perbaikan regulasi. Laporan ini akan disusun secara terstruktur untuk memastikan bahwa semua aspek penelitian dibahas secara komprehensif.

Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian:

1. Validitas: Memastikan bahwa data yang dikumpulkan relevan dengan topik penelitian dan mencakup peraturan, literatur, dan kasus yang sesuai. Data akan diuji kebenarannya dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber.
2. Reliabilitas: Menyusun dan menganalisis data dengan metode yang konsisten untuk memastikan hasil yang dapat diandalkan. Jika menggunakan wawancara, pertanyaan akan dirancang untuk mendapatkan informasi yang akurat dan objektif.

Batasan Penelitian[12]

Penelitian ini terbatas pada analisis terhadap regulasi yang berlaku di Indonesia dan tidak mencakup perbandingan internasional secara mendalam. Batasan ini juga mencakup kemungkinan keterbatasan dalam ketersediaan data atau akses terhadap studi kasus tertentu. Penelitian ini berfokus pada aspek hukum perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce dan tidak mencakup aspek teknis atau manajerial e-commerce secara mendetail.

Dengan metode penelitian yang terstruktur ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan analisis yang komprehensif mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia dan memberikan rekomendasi yang bermanfaat untuk perbaikan kebijakan dan regulasi di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengabdian

Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia dan memberikan solusi praktis untuk meningkatkan perlindungan konsumen. Hasil dari kegiatan pengabdian ini dapat dibagi ke dalam beberapa temuan utama sebagai berikut:

- a. Penilaian Terhadap Regulasi Perlindungan Konsumen
 1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999: Regulasi ini memberikan dasar hukum untuk perlindungan konsumen di Indonesia. Namun, dalam konteks e-commerce, penerapannya seringkali terbatas karena peraturan ini lebih fokus pada transaksi konvensional. Terdapat kebutuhan mendesak untuk memperbarui regulasi agar lebih relevan dengan praktik e-commerce yang berkembang pesat.
 2. Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012: Peraturan ini mengatur penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik serta perlindungan data pribadi. Meskipun regulasi ini telah mencakup beberapa aspek penting dalam e-commerce, implementasinya masih menghadapi tantangan, seperti kepatuhan pelaku usaha dan pengawasan yang tidak konsisten.
- b. Temuan dari Implementasi dan Praktik
 1. Kurangnya Kesadaran Konsumen: Temuan menunjukkan bahwa banyak konsumen tidak mengetahui hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce dan bagaimana cara menuntut hak tersebut jika terjadi pelanggaran. Hal ini mengurangi efektivitas perlindungan yang diberikan oleh hukum.
 2. Penegakan Hukum: Penegakan hukum terkait pelanggaran hak konsumen dalam e-commerce seringkali kurang efektif. Banyak kasus tidak ditindaklanjuti secara memadai karena kurangnya mekanisme pengaduan yang efektif dan prosedur hukum yang rumit.
 3. Kepatuhan Pelaku Usaha: Beberapa pelaku usaha e-commerce tidak sepenuhnya mematuhi ketentuan peraturan mengenai perlindungan konsumen, terutama dalam hal transparansi informasi produk dan keamanan data pribadi.
- c. Kegiatan Sosialisasi dan Edukasi

Dalam rangka meningkatkan perlindungan konsumen, pengabdian ini juga melibatkan kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada konsumen dan pelaku usaha:

 1. Sosialisasi Hak Konsumen: Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce, termasuk cara mengajukan keluhan dan menuntut kompensasi.
 2. Edukasi Pelaku Usaha: ** Pelatihan untuk pelaku usaha mengenai kewajiban mereka dalam perlindungan konsumen dan cara mematuhi peraturan yang ada, termasuk pengelolaan data pribadi dan transparansi informasi produk.

Pembahasan

a. Analisis Regulasi

UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 masih merupakan landasan hukum utama untuk perlindungan konsumen di Indonesia, namun regulasi ini memerlukan pembaruan untuk mengakomodasi dinamika e-commerce. Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 telah memberikan kerangka hukum untuk e-commerce, namun penerapan yang konsisten masih menjadi masalah. Pembaruan regulasi harus mempertimbangkan aspek-aspek baru seperti perlindungan data pribadi dan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efisien.

1. Tantangan Implementasi

Kurangnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka dapat mengurangi efektivitas perlindungan hukum. Edukasi dan sosialisasi yang lebih intensif diperlukan untuk memastikan bahwa konsumen memahami hak-hak mereka dan tahu cara mengajukan keluhan. Penegakan hukum yang lemah juga perlu diperbaiki dengan memperbaiki sistem pengaduan dan penyelesaian sengketa, serta meningkatkan pengawasan terhadap pelaku usaha e-commerce.

2. Kepatuhan Pelaku Usaha

Kepatuhan pelaku usaha e-commerce terhadap regulasi perlindungan konsumen merupakan faktor kunci dalam menciptakan lingkungan e-commerce yang aman dan terpercaya. Pelaku usaha harus mematuhi kewajiban yang diatur dalam peraturan, seperti transparansi informasi produk, perlindungan data pribadi, dan kebijakan pengembalian barang. Penguatan mekanisme pengawasan dan penerapan sanksi bagi pelanggaran akan membantu memastikan kepatuhan.

3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil pengabdian, beberapa rekomendasi dapat diusulkan:

Pembaruan Regulasi: Regulasi mengenai perlindungan konsumen dalam e-commerce perlu diperbarui untuk mencakup aspek-aspek baru dan perkembangan teknologi. Ini termasuk perlindungan data pribadi dan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efisien.

Peningkatan Kesadaran dan Edukasi: Program edukasi dan sosialisasi yang lebih luas untuk konsumen dan pelaku usaha harus dilakukan untuk meningkatkan kesadaran mengenai hak dan kewajiban dalam e-commerce.

Penguatan Penegakan Hukum: Sistem pengaduan dan penyelesaian sengketa harus diperbaiki untuk memastikan kasus pelanggaran ditindaklanjuti secara efektif. Pengawasan terhadap pelaku usaha perlu diperketat untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, diharapkan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia dapat ditingkatkan, menciptakan lingkungan e-commerce yang lebih aman dan adil bagi semua pihak.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan perlindungan tersebut. Berdasarkan hasil pengabdian, dapat disimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut:

Efektivitas Regulasi Saat Ini

Regulasi yang ada, terutama Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, memberikan dasar hukum yang penting untuk perlindungan konsumen dalam e-commerce. Namun, implementasi regulasi ini menghadapi tantangan besar. UU Perlindungan Konsumen masih berfokus pada transaksi konvensional dan perlu diperbarui untuk lebih sesuai dengan dinamika e-commerce. Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012, meskipun mencakup aspek penting dalam e-commerce, belum sepenuhnya efektif dalam pelaksanaannya.

Tantangan dalam Implementasi

Beberapa tantangan signifikan dalam implementasi perlindungan konsumen di e-commerce meliputi kurangnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka, penegakan hukum yang lemah, dan kepatuhan pelaku usaha yang tidak konsisten. Kurangnya pemahaman konsumen mengenai hak-hak mereka mengurangi efektivitas perlindungan, sedangkan penegakan hukum yang tidak memadai menghambat penyelesaian sengketa dan perlindungan hak konsumen secara efektif.

Pentingnya Edukasi dan Sosialisasi

Upaya edukasi dan sosialisasi kepada konsumen dan pelaku usaha merupakan langkah penting untuk meningkatkan perlindungan konsumen. Konsumen perlu diberikan informasi yang jelas mengenai hak-hak mereka dalam e-commerce, sementara pelaku usaha harus didorong untuk mematuhi regulasi dan melaksanakan kebijakan perlindungan konsumen secara efektif.

Rekomendasi untuk Peningkatan Perlindungan Konsumen

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diusulkan untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam e-commerce:

1. Pembaruan Regulasi: Perlu adanya pembaruan regulasi untuk mengakomodasi perkembangan teknologi dan model bisnis baru dalam e-commerce, termasuk perlindungan data pribadi dan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih efisien.
2. Peningkatan Kesadaran dan Edukasi: Program edukasi dan sosialisasi harus diperluas untuk meningkatkan pemahaman konsumen dan pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban mereka.
3. Penguatan Penegakan Hukum: Sistem pengaduan dan penyelesaian sengketa harus diperbaiki dan pengawasan terhadap pelaku usaha harus ditingkatkan untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya penyesuaian dan penguatan regulasi serta meningkatkan upaya edukasi dan penegakan hukum untuk memastikan perlindungan konsumen yang efektif dalam transaksi e-commerce. Dengan melaksanakan rekomendasi ini, diharapkan lingkungan e-commerce di Indonesia dapat menjadi lebih aman dan adil bagi semua pihak yang terlibat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh anggota tim peneliti dan pengabdian atas kerja sama, dedikasi, dan komitmen dalam melaksanakan setiap tahap penelitian ini. Keberhasilan pengabdian ini tidak lepas dari upaya dan kerjasama yang telah dilakukan. Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moral dan motivasi selama proses penelitian ini. Bantuan dan dorongan Anda sangat berarti bagi kami. Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moral dan motivasi selama proses penelitian ini. Bantuan dan dorongan Anda sangat berarti bagi kami.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. J. Maulana, "Perlindungan Konsumen Dalam Ecommerce," *Masal. Huk.*, vol. 41, no. 1, p. 41, 2024, [Online]. Available: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/mmh/article/view/4156/3789%0Ahttps://ejournal.undip.ac.id/index.php/mmh/article/view/4156>
- [2] Sholihan et al, "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli yang tidak Sesuai Dengan Perjanjian pada Transaksi E-Commerce," *Perlindungan Huk. Konsum. dalam Jual Beli yang tidak Sesuai Dengan Perjanjian pada Transaksi E-Commerce*, vol. 16, no. 1, pp. 15-39, 2024, [Online]. Available: <https://ejournal.unisda.ac.id/index.php/MADANI/article/download/6249/2955/>
- [3] D. Hendryan, L. Ganiarta, and G. Aryani, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)," *Viva Themis J. Ilmu Huk.*, vol. 6, no. 1, pp. 83-96, 2024, doi: 10.24967/vt.v6i1.2766.
- [4] D. E. Rusmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce," *FIAT JUSTISIA Jurnal Ilmu Huk.*, vol. 7, no. 2, pp. 733-738, 2015, doi: 10.25041/fiatjustisia.v7no2.378.
- [5] Praxis, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title," *J. Econ. Perspect.*, vol. 2, no. 1, pp. 1-4, 2022, [Online]. Available: <http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm%0Ahttp://files/171/Cardon-2008-Coaching-d%u00e9quipe.pdf%0Ahttp://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/%0Ahttps://doi.org/10.1080/23322039.2017>
- [6] "Tampilan PENERAPAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN OLEH MARKETPLACE PADA TRANSAKSI E-COMMERCE.pdf."
- [7] A. V. Ikhsan, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce di Indonesia," *"Dharmasiswa" J. Fak. Huk. Univ. Indones.*, vol. 2, no. 10, pp. 675-684, 2022, [Online]. Available: <https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1214&context=dharmasiswa>
- [8] Y. L. Fista, Aris Machmud, and S. Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Huk.*, vol. 12, no. 1, pp. 177-189, 2023, doi: 10.37893/jbh.v12i1.599.
- [9] I. Rahman, Sahrul, R. E. Mayasari, T. Nurapriyanti, and Yuliana, "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital," *J. Huk. dan HAM Wara Sains*, vol. 2, no. 08, pp. 704-712, 2023, doi: 10.58812/jhhws.v2i08.605.

- [10] K. Hidayah and A. Witasari, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online (E-Commerce)," *Pros. Konstelasi Ilm. Mhs. Unissula*, pp. 275–291, 2022, [Online]. Available: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuh/article/download/20466/6606>
- [11] M. Kholil, "TRANSAKSI ELEKTRONIK DI INDONESIA Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Abstrak Hal tersebut tentunya akan merugikan konsumen itu sendiri terlebih lagi bahwa dalam transaksi elektronik konsumen harus membayar terlebih dahulu sebelum barang di," vol. 9, pp. 137–142, 2021.
- [12] R. Saputra and V. Damayanti, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Internasional," *J. Ilm. Huk. Kenotariatan*, vol. 12, no. 2, pp. 220–231, 2023, doi: 10.28946/rpt.v12i2.3364.