

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Analisis Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Olvi Amfoni

Universitas Stekom, Semarang, Indonesia

email : olfyamfoni629@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Article history:

Received Month 11, 2025

Revised Month 12, 2025

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi perdagangan dari konvensional menjadi sistem jual beli online (e-commerce). Namun, peningkatan transaksi ini diikuti dengan tingginya laporan mengenai penipuan, barang tidak sesuai deskripsi, hingga pelanggaran data pribadi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan analisis terhadap regulasi, literatur, serta studi kasus putusan pengadilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UUPK memberikan perlindungan preventif dan represif bagi konsumen, sementara pelaku usaha memiliki tanggung jawab ganti rugi jika terjadi wanprestasi atau pelanggaran hak konsumen. Meski demikian, implementasi perlindungan hukum belum optimal karena kurangnya kesadaran konsumen untuk melakukan penuntutan dan minimnya pengawasan platform e-commerce. Penelitian merekomendasikan peningkatan edukasi konsumen dan penguatan sistem keluhan (complaint handling system) pada marketplace.

Kata kunci: perlindungan hukum, konsumen, e-commerce,

Copyright © 2025, The Author(s).
This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Example: Amfoni, O. (2025) Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Analisis Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Indonesian Journal of Educational Research and Evaluation Global*, 1(1), 47–52. <https://doi.org/10.55681/ijereg.v1i1.33>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas ekonomi, termasuk cara manusia melakukan transaksi jual beli. Transformasi digital mendorong munculnya sistem perdagangan berbasis internet yang dikenal sebagai *e-commerce* atau transaksi jual beli online. Sistem ini memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi tanpa harus bertemu secara langsung, menghilangkan batas geografis dan waktu (Kotler & Keller, 2016). Di Indonesia, kemudahan akses internet serta peningkatan penggunaan smartphone menjadi faktor dominan yang mempercepat pertumbuhan transaksi digital. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023 menunjukkan

bahwa pengguna internet mencapai 215 juta jiwa, dan 89% di antaranya pernah melakukan transaksi jual beli online (APJII, 2023). Kondisi ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara.

Pertumbuhan e-commerce membawa banyak manfaat bagi konsumen, seperti kemudahan memperoleh barang, banyak pilihan produk, dan harga yang lebih kompetitif dibandingkan toko konvensional (Laudon & Traver, 2022). Model transaksi jarak jauh juga memungkinkan penjual untuk memperluas pangsa pasar tanpa harus membuka toko fisik, sehingga biaya operasional menjadi lebih efisien. Namun di sisi lain, transaksi online menghadirkan risiko baru yang tidak ditemui dalam transaksi konvensional, seperti penipuan, barang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, hingga penyalahgunaan data pribadi (Miru, 2011). Dengan naiknya jumlah transaksi online, laporan kasus kerugian konsumen juga meningkat secara signifikan.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat bahwa sepanjang tahun 2023, aduan mengenai transaksi jual beli online berada dalam posisi tiga besar aduan tertinggi yang diterima BPKN dari masyarakat (BPKN, 2023). Keluhan konsumen meliputi barang yang tidak dikirim, barang yang tidak sesuai deskripsi, hingga kesulitan mengajukan pengembalian dana (*refund*). Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen sebagai pihak yang paling lemah dalam transaksi masih belum mendapatkan perlindungan maksimal. Dalam perspektif hukum perdata, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan perikatan berdasarkan perjanjian. Pada transaksi online, perjanjian tersebut lazimnya dituangkan dalam bentuk *electronic contract* atau *click-wrap agreement* yang dianggap sah sepanjang memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Namun, posisi tawar konsumen dalam kontrak online cenderung lemah karena seluruh syarat ditentukan oleh pelaku usaha atau platform marketplace, tanpa adanya ruang negosiasi (Shidarta, 2006). Kondisi ini membuat konsumen berada dalam posisi yang rentan terhadap penyalahgunaan oleh pelaku usaha.

Secara normatif, perlindungan terhadap konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau UUPK. Pasal 1 angka 1 UUPK mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen. UUPK juga memberikan hak-hak fundamental bagi konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4, yaitu hak untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa serta hak untuk didengar pendapat dan keluhannya. Hak ini menegaskan bahwa konsumen tidak boleh dirugikan secara sepihak dalam transaksi barang ataupun jasa yang ditawarkan pelaku usaha (UUPK, 1999).

Selain UUPK, transaksi online juga berada di bawah pengaturan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya. Pasal 9 UU ITE secara tegas mengatur bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar terkait syarat kontrak, spesifikasi produk, dan prosedur transaksi (UU ITE, 2008). Kewajiban ini menjadi penting mengingat salah satu penyebab utama kerugian konsumen adalah informasi yang tidak lengkap atau menyesatkan dari pelaku usaha.

Akan tetapi, meskipun pengaturan regulasi telah cukup komprehensif, implementasi perlindungan hukum masih menghadapi banyak tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya. Banyak konsumen tidak mengetahui bahwa mereka memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi jika produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau rusak (Miru & Yodo, 2014). Selain itu, konsumen enggan mengajukan pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan karena dianggap rumit, membutuhkan biaya, dan memerlukan waktu yang panjang. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Sari (2021) yang menyatakan bahwa sebagian besar

konsumen yang dirugikan lebih memilih mengikhlaskan kerugian daripada menempuh proses penyelesaian sengketa.

Dari sisi pelaku usaha, masih banyak yang belum memahami atau bahkan mengabaikan kewajibannya sesuai dengan UUPK dan UU ITE. Padahal, Pasal 19 UUPK menyatakan secara tegas bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab memberikan ganti rugi jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian. Pertanggungjawaban pelaku usaha juga mencakup *product liability*, yaitu tanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh produk yang cacat (*defective product*), baik cacat desain, cacat produksi, maupun cacat informasi (Shidarta, 2006). Namun, dalam praktiknya banyak pelaku usaha menghindari tanggung jawab dengan alasan bahwa kesalahan berada pada pihak penyedia jasa pengiriman atau pada konsumen.

Selain persoalan tanggung jawab, muncul pula isu perlindungan data pribadi. Banyak platform e-commerce meminta informasi pribadi seperti nomor telepon, alamat, dan bahkan akses ke data privasi lainnya. Dalam beberapa kasus ditemukan kebocoran data pribadi konsumen akibat serangan siber ataupun penyalahgunaan oleh pihak ketiga. Menurut Ahmad (2022), kebocoran data pribadi merupakan bentuk pelanggaran hak fundamental konsumen karena data tersebut dapat digunakan untuk tindakan kejahatan seperti penipuan atau pencurian identitas. Oleh sebab itu, perlindungan data pribadi menjadi bagian tak terpisahkan dari perlindungan konsumen dalam transaksi online.

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut melalui pendekatan yuridis normatif dengan menelaah peraturan perundang-undangan serta literatur yang relevan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum, khususnya terkait perlindungan konsumen pada era perdagangan digital. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan efektivitas perlindungan hukum bagi konsumen, serta bagi masyarakat agar lebih memahami hak-hak mereka sebagai konsumen.

Dengan demikian, pendahuluan ini menjelaskan bahwa meskipun perkembangan transaksi digital memberikan banyak keuntungan, posisi konsumen tetap harus menjadi prioritas. Regulasi harus mampu memberikan kepastian dan perlindungan hukum, sementara pelaku usaha perlu bertanggung jawab jika terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen. Pada akhirnya, perlindungan konsumen dalam transaksi online bukan hanya soal hukum, melainkan juga menyangkut etika bisnis dan keadilan dalam hubungan transaksi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian yang bertumpu pada penelusuran terhadap asas, kaidah, norma, dan aturan hukum yang berlaku dalam peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online. Metode yuridis normatif dipilih karena fokus penelitian ini adalah menganalisis ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya sebagai instrumen hukum utama yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Penelitian ini tidak melakukan pengumpulan data lapangan melalui wawancara atau survei, melainkan mengkaji bahan hukum melalui penelusuran dokumen dan literatur. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) digunakan untuk mengkaji norma hukum yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha dan hak-hak konsumen. Selain itu, penelitian juga menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) untuk memahami konsep dan prinsip hukum perlindungan konsumen berdasarkan pendapat ahli, teori hukum, serta literatur yang relevan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan seperti UUPK, UU ITE, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), serta peraturan terkait lainnya. Bahan hukum sekunder meliputi buku teks hukum perlindungan konsumen, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, artikel akademik, dan putusan pengadilan yang berkaitan dengan sengketa transaksi online. Sementara itu, bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia, dan indeks yang digunakan untuk membantu penelusuran sumber hukum utama. Semua bahan hukum dikumpulkan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan cara mengidentifikasi, membaca, dan menginterpretasi sumber yang relevan.

Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif, yaitu dengan menguraikan dan menginterpretasikan muatan normatif dalam peraturan perundang-undangan serta membandingkannya dengan praktik di lapangan berdasarkan literatur dan data sekunder yang ditemukan. Analisis dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil analisis ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah terkait bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli online di Indonesia. Dengan demikian, metode penelitian ini memberikan dasar argumentasi hukum yang kuat dan sistematis dalam memahami implementasi perlindungan konsumen dalam transaksi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Indonesia Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online pada dasarnya berada dalam ruang lingkup hukum perdata dan hukum perlindungan konsumen. UUPK merupakan instrumen hukum utama yang bertujuan menjamin hak-hak konsumen sekaligus memberikan kepastian hukum dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Perlindungan hukum tersebut meliputi perlindungan preventif (pencegahan) dan perlindungan represif (penyelesaian sengketa).

Perlindungan hukum preventif

Perlindungan hukum preventif diberikan melalui pengaturan kewajiban pelaku usaha sebelum terjadinya transaksi. Dalam transaksi online, kewajiban ini diwujudkan melalui penyediaan informasi yang jelas mengenai produk, harga, spesifikasi, kualitas barang, prosedur pengiriman, serta kebijakan pengembalian barang (*return/refund*). Pasal 4 huruf c UUPK menegaskan bahwa konsumen berhak atas “informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa” (UUPK, 1999). Dengan demikian, pelaku usaha wajib memastikan bahwa deskripsi produk online tidak menyesatkan atau bertentangan dengan kondisi barang yang sebenarnya.

Perlindungan preventif juga ditegaskan dalam Pasal 9 UU ITE, yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar mengenai kondisi produk. Hal ini relevan karena salah satu penyebab kerugian konsumen dalam transaksi online adalah informasi produk yang tidak dapat diverifikasi secara langsung. Dalam praktiknya, masih banyak pelaku usaha yang mencantumkan informasi secara berlebihan atau tidak akurat untuk menarik konsumen.

Marketplace sebagai intermediari juga memiliki tanggung jawab preventif untuk memastikan keamanan platform dan memberikan akses bagi konsumen untuk memverifikasi identitas penjual. Banyak platform menyediakan fitur penilaian penjual (*rating system*) dan kolom ulasan yang memungkinkan konsumen mengevaluasi reputasi penjual sebelum membeli barang. Bentuk perlindungan preventif ini sejalan dengan asas niat baik (*good faith*) yang diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata dan merupakan prinsip dasar perlindungan konsumen.

1. Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum represif dilakukan setelah terjadi pelanggaran hak konsumen. Bentuknya meliputi mekanisme penyelesaian sengketa baik melalui jalur nonlitigasi maupun litigasi, termasuk:

1. Pengaduan ke marketplace (penanganan keluhan internal),
2. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK),
3. Gugatan perdata ke pengadilan.

Pasal 45 UUPK menegaskan bahwa konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui BPSK atau pengadilan. BPSK merupakan lembaga khusus yang dibentuk untuk menangani sengketa konsumen dengan proses yang cepat dan biaya yang ringan. Namun, kenyataannya masih banyak konsumen enggan membawa kasus ke BPSK karena kurangnya sosialisasi mengenai keberadaan lembaga ini. Sementara itu, mekanisme penyelesaian sengketa melalui marketplace seringkali lebih cepat, tetapi hasilnya tidak selalu memberikan kepastian hukum sebagaimana proses litigasi.

Dalam transaksi online yang menggunakan *e-contract*, perlindungan represif memungkinkan konsumen menuntut ganti rugi atas kerugian yang diderita, baik berbentuk pengembalian barang maupun pengembalian uang. Pasal 19 UUPK secara tegas menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang timbul akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab pelaku usaha bersifat mutlak (*strict liability*), yaitu pelaku usaha tetap bertanggung jawab meskipun tidak ada unsur kesalahan.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli Online

Tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi online meliputi tanggung jawab kontraktual (*wanprestasi*) dan tanggung jawab berdasarkan kerugian produk (*product liability*).

a. Tanggung jawab kontraktual (*wanprestasi*)

Dalam perspektif hukum perdata, transaksi jual beli online merupakan suatu perjanjian elektronik (*e-contract*) yang sah apabila memenuhi syarat sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Jika salah satu pihak melanggar kesepakatan tersebut, maka terjadi *wanprestasi*. Contoh wanprestasi dalam transaksi online di antaranya:

- barang tidak dikirim,
- barang dikirim tidak sesuai deskripsi,
- keterlambatan pengiriman barang,
- pengembalian dana tidak diproses.

Apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi, maka Konsumen berhak mengajukan tuntutan ganti rugi sesuai Pasal 1267 KUHPerdata. Hal ini diperkuat oleh Pasal 19 ayat (1) UUPK, yang menyatakan bahwa pelaku usaha wajib mengganti kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian.

Dengan demikian, pelaku usaha dalam transaksi online tidak dapat menghindar dari pertanggungjawaban hanya dengan menyalahkan pihak ketiga seperti jasa pengiriman.

b. Tanggung jawab berdasarkan *product liability*

Product liability diterapkan apabila kerugian konsumen terjadi bukan karena kesalahan kontrak, tetapi karena produk yang cacat atau membahayakan. Cacat produk dapat berupa:

1. **Cacat desain** – barang sejak awal tidak memenuhi standar keamanan.
2. **Cacat produksi** – proses produksi menyebabkan barang rusak.
3. **Cacat informasi** – pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar mengenai produk.

Dalam UUPK, *product liability* diatur dalam Pasal 8 yang melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar, tidak sesuai janji, atau tidak memberikan informasi yang benar kepada konsumen. Hal ini relevan pada transaksi online

karena konsumen tidak dapat melihat atau memeriksa barang secara langsung sebelum membeli. Banyak kasus menunjukkan bahwa ketidakjujuran pelaku usaha dalam memberikan informasi menyebabkan kerugian konsumen. Oleh karena itu, *product liability* merupakan dasar yang penting untuk menuntut pelaku usaha secara hukum.

3. Hambatan Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Online

Meskipun hukum perlindungan konsumen telah cukup lengkap, implementasinya masih menghadapi beberapa hambatan, antara lain:

a. Rendahnya awareness konsumen terhadap hak-haknya

Banyak konsumen yang dirugikan dalam transaksi online memilih untuk diam atau mengikhaskan kerugian karena tidak mengetahui haknya (Sari, 2021). Konsumen cenderung malas atau merasa proses pengaduan terlalu sulit dan memakan waktu.

b. Minimnya penegakan hukum oleh marketplace

Sebagian marketplace hanya bertindak sebagai perantara dan tidak ikut bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Padahal, marketplace memiliki kapasitas untuk menerapkan kontrol yang lebih ketat terhadap verifikasi penjual.

c. Yurisdiksi yang kompleks

Jika penjual berada di luar negeri, penyelesaian sengketa menjadi lebih sulit. UUPK dan UU ITE tidak memberikan aturan yang jelas terkait yurisdiksi internasional dalam transaksi e-commerce lintas negara.

d. Perlindungan data pribadi belum optimal

Selain kerugian barang atau uang, konsumen juga berpotensi mengalami penyalahgunaan data pribadi. Banyak kasus kebocoran data pada platform digital yang menyebabkan konsumen menjadi korban penipuan berikutnya.

4. Solusi dan Upaya Perbaikan

Untuk memaksimalkan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online, beberapa langkah yang dapat dilakukan adalah:

1. Pemerintah meningkatkan sosialisasi terkait hak-hak konsumen dan prosedur pengaduan.
2. Marketplace wajib memperketat verifikasi penjual serta memperkuat sistem pengembalian dana.
3. Konsumen harus proaktif meminta hak ganti rugi dan tidak membiarkan kerugian begitu saja.

Diperlukan regulasi khusus mengenai perlindungan data pribadi yang terintegrasi dengan transaksi digital.

Dengan adanya kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat, maka keadilan dan keseimbangan dalam transaksi digital dapat terwujud.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi digital telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi, namun di sisi lain menciptakan kerentanan terhadap pelanggaran hak-hak konsumen. Praktik penjualan yang tidak jujur, ketidaksesuaian informasi, penipuan, hingga kelalaian pelaku usaha dalam pengiriman barang merupakan bentuk permasalahan yang sering terjadi dalam e-commerce. Dalam konteks ini, negara melalui sistem hukum perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memiliki dasar kuat untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, baik melalui hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak atas keamanan, maupun hak untuk mengajukan gugatan dan memperoleh ganti rugi.

Selain itu, UU ITE turut mempertegas keberlakuan perjanjian elektronik (e-contract) sebagai bentuk perjanjian sah yang mengikat para pihak. Dengan demikian, setiap transaksi

online secara hukum memiliki kekuatan yang sama dengan transaksi konvensional. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang jelas, bertanggung jawab atas kualitas barang, serta menyelesaikan keluhan konsumen secara adil. Konsumen juga diberikan akses penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun melalui jalur pengadilan jika mediasi tidak menghasilkan kesepakatan.

Dengan semakin meningkatnya intensitas transaksi online, dibutuhkan juga edukasi bagi konsumen agar lebih cermat dalam memilih platform terpercaya dan memahami hak-haknya. Perlindungan konsumen akan semakin efektif apabila didukung oleh kesadaran hukum dari pelaku usaha, penegakan hukum yang tegas oleh pemerintah, serta literasi digital yang baik dari masyarakat. Dengan demikian, keadilan dan kepastian hukum dalam transaksi jual beli online dapat tercapai secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2021). *Laporan Tahunan Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: BPKN.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2023). *Laporan tahunan pengaduan konsumen*. BPKN Indonesia.

Hanafiah, A. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Rahardjo, S. (2020). E-Commerce dan Tantangan Regulasi. *Jurnal Hukum & Teknologi Digital*, 15(2), 45–56.

Santoso, B. (2022). Perlindungan konsumen di era transaksi digital. *Jurnal Hukum Modern*, 7(1), 12–25.

Sembiring, E. (2021). Penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK. *Jurnal Penegakan Hukum*, 6(4), 77–91.

Simanjuntak, M. (2021). Pengaruh digitalisasi terhadap pola konsumsi masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 13(3), 32–40.

Suharnoko. (2020). *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digitalisasi Perdagangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya dalam UU Nomor 19 Tahun 2016.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta perubahannya (Indonesia).