

Tanggung Jawab Perdata Marketplace Terhadap Produk Ilegal Yang Dijual Oleh Penjual Pihak Ketiga

Vivi Otovian^{1*}

^{1*}Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia

* Email: vivinotovian345@gmail.com

Article Info	ABSTRAK
Article history: Received Month 06, 2025 Approved Month 07, 2025	Penelitian ini mengkaji tanggung jawab perdata yang dapat dibebankan kepada penyelenggara marketplace atas peredaran produk ilegal yang dijual oleh penjual pihak ketiga di platform digital. Fenomena meningkatnya transaksi e-commerce telah membuka peluang bagi pihak-pihak tertentu untuk memasarkan barang yang tidak memenuhi standar legalitas, seperti barang palsu, tanpa izin edar, atau melanggar hak kekayaan intelektual. Dalam sistem transaksi digital, marketplace kerap berperan sebagai perantara yang menyediakan sarana jual beli tanpa keterlibatan langsung dalam kepemilikan produk. Namun, posisi ini tidak serta merta membebaskan mereka dari tanggung jawab hukum. Berdasarkan analisis yuridis terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta regulasi turunan terkait transaksi elektronik, ditemukan bahwa marketplace memiliki kewajiban untuk memastikan keamanan dan legalitas produk yang diperdagangkan di platformnya. Kegagalan dalam melakukan verifikasi terhadap produk dan identitas penjual dapat dianggap sebagai bentuk kelalaian yang menimbulkan kerugian bagi konsumen, sehingga dapat menimbulkan tanggung jawab perdata berupa ganti rugi. Selain itu, putusan-putusan pengadilan serta praktik di berbagai yurisdiksi menunjukkan kecenderungan penguatan akuntabilitas platform digital sebagai bagian dari upaya perlindungan konsumen. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi dan mekanisme pengawasan internal oleh marketplace guna mencegah peredaran produk ilegal dan menjamin akuntabilitas dalam ekosistem digital yang semakin kompleks. Dengan demikian, perlindungan hukum bagi konsumen dapat diwujudkan secara lebih efektif dan berkeadilan. Kata Kunci: Marketplace, tanggung jawab perdata, produk ilegal.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Example: Otovian, V. (2025). Tanggung Jawab Perdata Marketplace Terhadap Produk Ilegal Yang Dijual Oleh Penjual Pihak Ketigz. *Indonesian JUKAHU: Jurnal Kajian Hukum* 1(1), 17-23

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam sistem perdagangan global, termasuk di Indonesia. Marketplace sebagai bagian dari e-commerce menjadi salah satu inovasi yang paling berpengaruh dalam perubahan perilaku konsumen dan

pelaku usaha. Model bisnis ini memungkinkan penjual pihak ketiga untuk menjajakan barang secara langsung kepada konsumen tanpa perlu memiliki toko fisik. Namun, kemudahan dan kecepatan transaksi ini sering kali disalahgunakan oleh oknum penjual yang menawarkan produk-produk ilegal, seperti barang palsu, barang tanpa izin edar, hingga barang yang melanggar hak kekayaan intelektual. Menurut Rachmawati (2021), perdagangan digital tidak hanya menghadirkan efisiensi ekonomi, tetapi juga menimbulkan risiko hukum baru, terutama dalam perlindungan konsumen.

Dalam konteks hukum, keberadaan marketplace menghadirkan dilema tanggung jawab perdata ketika terjadi kerugian terhadap konsumen akibat barang ilegal yang dibeli melalui platform tersebut. Marketplace sering kali menyatakan dirinya hanya sebagai perantara teknologi, bukan penjual langsung, untuk menghindari beban hukum. Padahal, dalam banyak kasus, konsumen tidak memiliki informasi yang cukup untuk membedakan apakah barang tersebut dijual langsung oleh platform atau pihak ketiga. Sebagaimana diungkap oleh Mulyadi (2020), terdapat kekosongan norma yang jelas dalam peraturan perundang-undangan Indonesia mengenai tanggung jawab hukum pelaku e-commerce, termasuk marketplace.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19 ayat (1) menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang diderita konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Namun, interpretasi atas siapa yang dimaksud dengan pelaku usaha dalam konteks marketplace masih menjadi perdebatan. Marketplace yang menyediakan ruang bagi penjual untuk bertransaksi dan memperoleh keuntungan dari komisi penjualan seharusnya dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha dalam rantai distribusi, bukan semata penyedia teknologi. Menurut Susanti dan Efendi (2005), prinsip tanggung jawab dalam hukum perdata dapat diperluas untuk mencakup pihak yang memperoleh manfaat ekonomis dari suatu aktivitas perdagangan, meskipun tidak terlibat langsung dalam pembuatan produk. Selain itu, penting untuk mencermati praktik marketplace dalam melakukan verifikasi terhadap produk yang dijual di platform mereka. Banyak marketplace yang hanya mewajibkan unggahan foto dan deskripsi produk tanpa verifikasi legalitas barang, seperti sertifikat BPOM, merek dagang, atau izin edar. Kondisi ini memperbesar risiko konsumen tertipu dan mengalami kerugian. Penelitian oleh Syafrida dan Rahayu (2022) menunjukkan bahwa 65% konsumen tidak menyadari bahwa produk yang mereka beli secara online tidak memiliki izin edar resmi. Hal ini menunjukkan adanya kelalaian sistematis oleh penyedia platform digital dalam menjamin keamanan konsumen.

Yurisprudensi di Indonesia juga mulai menunjukkan arah penguatan tanggung jawab perdata bagi penyelenggara marketplace. Dalam beberapa kasus, hakim mulai mempertimbangkan peran aktif dan pasif marketplace dalam peredaran barang ilegal sebagai dasar penentuan tanggung jawab. Misalnya, apabila marketplace tidak segera menurunkan produk setelah laporan konsumen, maka dianggap melakukan kelalaian yang mengakibatkan kerugian. Menurut Fatkhurohman (2019), konsep tanggung jawab perdata dapat mencakup "culpa in omittendo", yaitu kelalaian dalam bertindak yang seharusnya dilakukan untuk mencegah kerugian.

Secara komparatif, beberapa negara seperti Jerman dan Prancis telah menerapkan model tanggung jawab bersama antara marketplace dan penjual. Marketplace dianggap sebagai bagian dari rantai distribusi, sehingga memiliki kewajiban proaktif dalam melakukan pengawasan dan penarikan produk ilegal. Ini sejalan dengan prinsip kehati-hatian (*duty of care*) dalam hukum perdata yang menuntut adanya langkah preventif terhadap risiko yang dapat diprediksi. Di Indonesia, pendekatan semacam ini masih belum diadopsi secara eksplisit dalam peraturan perundang-undangan.

Selain aspek normatif, faktor etika bisnis juga harus menjadi perhatian. Marketplace sebagai pelaku usaha seharusnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga menjalankan prinsip tanggung jawab sosial korporat (CSR). Menurut Sutedi (2008), perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial wajib melindungi hak-hak konsumen, termasuk memastikan bahwa produk yang dijual melalui platformnya tidak melanggar hukum atau membahayakan konsumen. Dalam konteks ini, penguatan sistem verifikasi dan pengawasan internal menjadi hal yang tidak bisa ditawar.

Penelitian ini penting untuk dilakukan guna memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai batas-batas tanggung jawab marketplace dalam perspektif hukum perdata. Dengan pendekatan yuridis-normatif dan studi kasus, penelitian ini akan mengulas posisi marketplace dalam konstruksi hukum perlindungan konsumen, bentuk tanggung jawab perdata yang dapat dibebankan, serta strategi regulasi yang dapat diterapkan untuk memperkuat peran marketplace dalam mencegah peredaran produk ilegal. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi konkret bagi pembuat kebijakan dalam merespons dinamika transaksi digital yang semakin kompleks.

Dengan demikian, pendahuluan ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen di era digital tidak cukup hanya mengandalkan peraturan konvensional. Marketplace sebagai simpul penting dalam rantai distribusi digital harus turut bertanggung jawab atas praktik dagang yang terjadi di platformnya. Reformasi regulasi dan penguatan akuntabilitas digital menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem perdagangan yang adil, aman, dan berorientasi pada perlindungan konsumen

METODE

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan yang bertumpu pada analisis terhadap norma-norma hukum positif yang berlaku, baik dalam bentuk undang-undang, peraturan pelaksana, maupun doktrin hukum yang relevan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menelaah tanggung jawab perdata marketplace dalam peredaran produk ilegal berdasarkan aturan hukum yang berlaku di Indonesia. Menurut Soekanto dan Mamudji (2006), pendekatan yuridis normatif digunakan untuk meneliti data sekunder, yakni bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, yang kemudian dianalisis secara sistematis guna menemukan jawaban atas isu hukum yang diangkat.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yakni dengan menelaah peraturan perundang-undangan terkait, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah dan regulasi Otoritas Jasa Keuangan yang berkaitan dengan transaksi elektronik. Selain itu, dianalisis pula literatur-literatur hukum, jurnal akademik nasional, dan putusan-putusan pengadilan yang memiliki relevansi terhadap kasus tanggung jawab perdata marketplace atas produk ilegal yang dijual oleh pihak ketiga. Pendekatan ini membantu untuk menggali prinsip-prinsip hukum yang telah ada maupun yang berkembang dalam praktik.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis, yaitu dengan mendeskripsikan secara rinci peraturan hukum yang berlaku dan menganalisis hubungan antar norma, prinsip, dan konsep hukum yang ditemukan. Analisis dilakukan dengan mengkaji secara kritis bagaimana ketentuan peraturan perundang-undangan diterapkan dalam konteks marketplace digital, khususnya terkait tanggung jawab perdata terhadap konsumen. Menurut Marzuki (2005), pendekatan deskriptif-analitis memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menjelaskan apa adanya isi aturan hukum, tetapi juga mengevaluasi efektivitasnya dalam merespons

perkembangan sosial dan ekonomi yang dinamis, seperti transformasi digital dalam perdagangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Marketplace sebagai platform digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas perdagangan modern. Dalam praktiknya, marketplace tidak hanya memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga menjadi aktor penting dalam rantai distribusi. Berdasarkan hasil analisis dokumen perundang-undangan dan putusan pengadilan, ditemukan bahwa posisi marketplace yang menampung ribuan penjual pihak ketiga memiliki peran strategis dalam mencegah peredaran produk ilegal. Marketplace tidak bisa semata-mata beralasan sebagai "penyedia tempat" (hosting platform), melainkan memiliki tanggung jawab dalam memverifikasi legalitas produk yang dijual di platformnya.

Hasil kajian terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menunjukkan bahwa marketplace dapat digolongkan sebagai pelaku usaha. Pasal 1 angka 3 UU tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa. Karena marketplace mendapatkan keuntungan dari transaksi yang terjadi melalui platformnya, maka marketplace termasuk dalam kategori pelaku usaha. Sebagaimana dijelaskan oleh Susanti dan Efendi (2005), dalam hukum perlindungan konsumen, penjual tidak harus merupakan produsen langsung, tetapi bisa juga pihak yang memperdagangkan atau menyediakan sarana perdagangan. Temuan dari jurnal Rahayu (2021) menyatakan bahwa 72% konsumen mengaku tidak mengetahui apakah produk yang mereka beli di marketplace legal atau tidak. Sebagian besar konsumen berasumsi bahwa jika produk muncul di platform besar, maka produk tersebut pasti telah melalui proses verifikasi. Ini menunjukkan adanya *implied trust* dari konsumen terhadap marketplace. Oleh karena itu, marketplace seharusnya bertanggung jawab ketika terjadi kerugian akibat produk ilegal yang dijual oleh pihak ketiga melalui platform mereka. Dalam hal tanggung jawab perdata, marketplace dapat dikenai tanggung jawab atas dasar kelalaian (negligence) atau tanggung jawab atas dasar risiko (strict liability). Jika marketplace tidak memiliki sistem pengawasan yang memadai untuk menyaring produk ilegal atau tidak segera menghapus produk setelah ada laporan konsumen, maka marketplace dapat dianggap lalai. Menurut Fatkhurohman (2019), tanggung jawab perdata atas kelalaian timbul jika pelaku usaha seharusnya dapat mencegah terjadinya kerugian namun tidak melakukannya. Dengan demikian, marketplace dapat dimintai pertanggungjawaban perdata berupa ganti rugi terhadap konsumen.

Studi kasus dari Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan No. 672/Pdt.G/2021/PN.JKT.SEL menunjukkan bahwa seorang konsumen menggugat marketplace karena menerima produk kosmetik tanpa izin BPOM dari penjual pihak ketiga. Dalam pertimbangannya, hakim menyatakan bahwa marketplace tidak memiliki sistem verifikasi izin edar terhadap penjual, sehingga dianggap lalai dalam menjalankan fungsi pengawasan. Hakim mengabulkan sebagian gugatan konsumen dan menghukum marketplace untuk membayar ganti rugi. Ini menjadi preseden penting bahwa tanggung jawab perdata marketplace bukan sekadar retorika hukum, melainkan telah diakui dalam praktik pengadilan.

Marketplace juga memiliki peran konstitutif dalam menciptakan keamanan hukum dalam transaksi digital. Marketplace yang tidak menerapkan standar verifikasi ketat dapat membuka peluang terjadinya *fraud*, *misrepresentation*, dan *consumer loss*. Seperti dikemukakan oleh Rachmawati (2021), prinsip kehati-hatian dalam hukum perdata mengharuskan pelaku usaha untuk memprediksi dan mencegah segala bentuk kerugian

konsumen. Oleh karena itu, marketplace yang secara aktif memperoleh keuntungan dari transaksi harus bertanggung jawab atas aktivitas yang terjadi di platformnya.

Aspek lain yang turut diperhitungkan adalah standar pengawasan internal yang dimiliki oleh marketplace. Marketplace seperti Tokopedia dan Shopee memiliki fitur pelaporan barang ilegal, namun efektivitasnya masih dipertanyakan. Penelitian oleh Syafrida dan Rahayu (2022) menyebutkan bahwa hanya 43% laporan konsumen yang ditindaklanjuti dalam waktu 7 hari. Hal ini menunjukkan adanya kelemahan struktural dalam sistem kontrol internal marketplace, yang dapat dianggap sebagai bentuk kelalaian sistematis.

Sistem penyaringan produk yang hanya berbasis laporan pengguna (user report-based mechanism) tanpa verifikasi administratif atau hukum juga menimbulkan risiko tinggi bagi konsumen. Marketplace seharusnya tidak hanya mengandalkan laporan pengguna, tetapi juga membangun *compliance mechanism* melalui kerja sama dengan lembaga pengawas seperti BPOM, DJKI, atau lembaga perlindungan konsumen. Menurut Wahyuni (2020), kemitraan hukum antara sektor privat dan publik merupakan salah satu strategi untuk mengatasi kejahatan digital dan perdagangan ilegal.

Model tanggung jawab perdata terhadap marketplace juga telah diterapkan di berbagai negara. Di Uni Eropa, Direktif E-Commerce mewajibkan penyedia platform digital untuk segera menghapus konten ilegal begitu mereka mengetahuinya. Jika tidak, mereka dapat dimintai pertanggungjawaban hukum. Indonesia sebenarnya memiliki peluang untuk mengadopsi prinsip yang sama melalui penguatan ketentuan dalam UU ITE maupun pembentukan Peraturan Pemerintah khusus yang mengatur tanggung jawab digital platform secara rinci.

Dalam praktik bisnis yang etis, marketplace seharusnya menjalankan prinsip *corporate responsibility* dengan memastikan bahwa setiap barang yang dijual di platform mereka telah memenuhi persyaratan hukum. Menurut Sutedi (2008), dalam etika bisnis, keuntungan ekonomi tidak boleh didapat dengan mengorbankan hak dan keamanan konsumen. Ini berarti bahwa marketplace tidak dapat melepaskan tanggung jawab begitu saja kepada pihak ketiga yang menjual barang ilegal.

Selain tanggung jawab perdata, marketplace juga memiliki tanggung jawab sosial untuk memberikan edukasi kepada konsumen dan penjual. Marketplace dapat menyediakan notifikasi peringatan hukum saat penjual mengunggah produk yang termasuk dalam kategori pengawasan, seperti kosmetik, obat, atau barang bermerek. Ini sejalan dengan prinsip pencegahan (*preventive principle*) dalam perlindungan konsumen, yang menekankan pentingnya edukasi dan transparansi dalam transaksi.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, disimpulkan bahwa posisi marketplace dalam transaksi digital bukanlah netral. Marketplace tidak bisa lagi berdalih hanya sebagai fasilitator teknologi. Dalam konteks tanggung jawab perdata, marketplace memiliki peran aktif untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian akibat produk ilegal yang dijual di platformnya. Dengan kata lain, marketplace wajib membangun sistem verifikasi, pengawasan, dan respon cepat terhadap laporan konsumen.

Dengan meningkatnya literasi digital dan kesadaran hukum masyarakat, marketplace akan semakin dituntut untuk bertanggung jawab atas semua aktivitas dagang yang terjadi dalam sistemnya. Oleh karena itu, reformasi regulasi sangat diperlukan untuk menegaskan tanggung jawab hukum marketplace. Regulasi ini harus mencakup kewajiban verifikasi legalitas produk, transparansi identitas penjual, dan tanggung jawab ganti rugi terhadap kerugian konsumen. Langkah ini penting untuk menjaga kepercayaan publik terhadap ekosistem e-commerce Indonesia yang terus berkembang.

Akhirnya, hasil dan pembahasan ini memperlihatkan bahwa tanggung jawab perdata marketplace atas produk ilegal bukan hanya persoalan teknis, melainkan berkaitan erat dengan

keadilan konsumen, etika bisnis, dan tata kelola digital. Maka dari itu, ke depan, peran marketplace harus diatur secara lebih tegas dan komprehensif agar hak-hak konsumen terlindungi dalam ekosistem perdagangan digital yang berkeadilan dan aman.

KESIMPULAN

Marketplace sebagai pelaku usaha digital memiliki tanggung jawab perdata atas barang atau produk ilegal yang dijual oleh pihak ketiga melalui platformnya. Dalam kerangka hukum positif Indonesia, khususnya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, marketplace tidak hanya bertindak sebagai fasilitator teknologi, tetapi juga sebagai pihak yang ikut menikmati keuntungan ekonomi dari transaksi yang terjadi di dalam sistemnya. Oleh karena itu, marketplace berkewajiban untuk memastikan bahwa barang-barang yang diperdagangkan tidak melanggar ketentuan hukum, seperti izin edar, hak kekayaan intelektual, atau keaslian produk. Jika marketplace lalai dalam melakukan pengawasan dan tidak segera menindaklanjuti laporan dari konsumen terhadap produk ilegal, maka ia dapat dimintai pertanggungjawaban secara perdata berupa penggantian kerugian konsumen, baik berdasarkan prinsip kelalaian (*negligence*) maupun tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Lebih jauh, perkembangan ekosistem perdagangan digital menuntut pembaruan terhadap sistem tanggung jawab hukum bagi marketplace. Tidak cukup hanya dengan sistem laporan pasif dari konsumen, marketplace perlu memiliki mekanisme verifikasi yang aktif dan komprehensif, bekerja sama dengan lembaga pengawas seperti BPOM dan Kementerian Perdagangan. Langkah-langkah preventif ini diperlukan untuk memberikan perlindungan maksimal kepada konsumen serta menciptakan lingkungan transaksi digital yang adil dan aman. Oleh karena itu, ke depan diperlukan reformulasi regulasi yang lebih tegas dalam menempatkan marketplace sebagai entitas yang memiliki tanggung jawab hukum utuh atas semua produk yang dipasarkan dalam sistemnya, termasuk produk ilegal yang dijual oleh pihak ketiga. Hal ini penting untuk menjamin keberlangsungan perdagangan elektronik yang menjunjung prinsip perlindungan konsumen dan kepastian hukum.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatkhurohman, M. (2019). *Tanggung Jawab Perdata dalam Transaksi Online*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fatkhurohman, M. (2019). *Tanggung Jawab Perdata dalam Transaksi Online*. Yogyakarta: Deepublish.
- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyadi, L. (2020). *Hukum Kontrak Elektronik dan Transaksi Digital*. Jakarta: Kencana.
- Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan No. 672/Pdt.G/2021/PN.JKT.SEL
- Rachmawati, D. (2021). *Aspek Hukum E-Commerce dalam Perlindungan Konsumen*. Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi, 9(2), 101–115.
- Rachmawati, D. (2021). *Aspek Hukum E-Commerce dalam Perlindungan Konsumen*. Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi, 9(2), 101–115.

- Rahayu, T. (2021). Tanggung Jawab Marketplace Terhadap Produk Ilegal. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Digital*, 9(1), 34–47.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2006). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Susanti, E., & Efendi, J. (2005). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Syafrida, L., & Rahayu, T. (2022). Perlindungan Konsumen terhadap Produk Ilegal di Marketplace. *Jurnal Hukum & Teknologi*, 11(1), 45–58.
- Susanti, E., & Efendi, J. (2005). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sutedi, A. (2008). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Etika Bisnis*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sutedi, A. (2008). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Etika Bisnis*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Syafrida, L., & Rahayu, T. (2022). Perlindungan Konsumen terhadap Produk Ilegal di Marketplace. *Jurnal Hukum & Teknologi*, 11(1), 45–58.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Wahyuni, S. (2020). Kemitraan Hukum dalam Penanggulangan Kejahatan Siber. *Jurnal Transformasi Hukum*, 5(1), 77–89.