

## Usaha Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Jasa E-Commerce

Fina Rustiwi

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta

[c100200117@student.ums.ac.id](mailto:c100200117@student.ums.ac.id)

**Abstract :** *Legal protection for consumers in online buying and selling transactions is very important for developing the community's economy. The increasingly widespread practice of online trading transactions (E-commerce) in Indonesia makes it easier for people who want to shop for goods and services needed, but there are many violations of consumer rights that open up opportunities for fraud from business actors or third parties regarding personal data security. guaranteed by the owner of the online shop so that it has implications for consumer protection. Online buying and selling transactions are basically the same as conventional buying and selling, the difference is the media used. The purpose of this study is to find out the protection for users of online buying and selling services (E-commerce) regarding the confidentiality of personal data and how shop owners resolve disputes related to consumer losses. The normative legal research method is used as a writing method which originates from laws and regulations and library materials. The results of this study indicate that consumer protection in buying and selling online using e-commerce is not clear because protection for consumers for losses received due to irresponsibility of E-Commerce business actors in paying off transactions has not been clearly regulated in the Consumer Protection Act (UUPK). ). However, business actors who can be contacted can be held responsible for compensation. In Indonesia, there are two legal remedies that consumers can take if they suffer a loss in an online trading transaction, namely by way of a lawsuit or external claim (consultation, negotiation, mediation, or expert judgment) according to the agreement of each party.*

**Keywords:** *Legal Protection, Consumers, E-Commerce*

**Abstrak :** Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* adalah hal yang sangat penting untuk berkembangnya ekonomi masyarakat. Semakin maraknya praktek transaksi perdagangan *online* (E-commerce) di Indonesia membuat masyarakat yang ingin berbelanja barang dan jasa yang dibutuhkan lebih mudah, namun banyak terdapat pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sehingga membuka kesempatan adanya kecurangan dari pelaku usaha ataupun pihak ketiga terkait keamanan data pribadi yang dijamin oleh pemilik toko *online* sehingga berimplikasi pada perlindungan konsumen. Transaksi jual beli *online* pada dasarnya sama dengan jual beli secara konvensional yang membedakan adalah media yang digunakan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perlindungan terhadap pengguna jasa jual-beli *online* (E-commerce) terkait kerahasiaan data pribadi dan bagaimana cara pemilik toko menyelesaikan sengketa terkait kerugian konsumen. Metode penelitian hukum normatif digunakan sebagai metode penulisan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan dan bahan kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan perlindungan konsumen dalam jual dan beli online menggunakan e-commerce tidak jelas karena perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang diterima akibat tidak bertanggungjawabnya para pelaku usaha E-Commerce dalam pelunasan transaksi belum diatur secara jelas dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Namun pelaku usaha yang dapat dihubungi maka dapat dimintai pertanggung jawaban ganti rugi. Di Indonesia terdapat dua upaya hukum yang konsumen dapat tempuh jika mendapat kerugian dalam transaksi perdagangan online yaitu dengan jalur pengadilan atau luar pengadilan (konsultasi, negosiasi, mediasi, atau penilaian para ahli) sesuai kesepakatan masing-masing pihak.

**Kata Kunci :** *Perlindungan Hukum, Konsumen, E-Commerce*

## PENDAHULUAN

Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksi online semakin banyak mendapatkan perhatian dari para peminat jual beli online seiring perkembangan teknologi yang memudahkan proses jual beli tersebut[1].

*E-commerce* ini merupakan satu diantara kegiatan perdagangan yang mencakup ruang informasi dan komunikasi dalam internet yang paling berkembang pada saat ini[2]. Adanya *E-commerce* ini dapat memberikan kemudahan kepada konsumennya, sebab dengan adanya *E-commerce* konsumen tidak perlu lagi berbelanja keluar rumah dan jenis barang/jasanya juga berbagai macam dan tentunya harganya relative lebih murah[3]. Namun hal tersebut memiliki sisi baik dan sekaligus sisi buruk. Dikatakan baik karena bermanfaat bagi pembeli untuk bebas memilih produk yang diinginkan pembeli. Pembeli pun dapat memilih kualitas maupun jenis produk dengan keinginan dan kebutuhannya. Dan dikatakan negatif karena dalam posisi tersebut menjadikan posisi pembeli berada dibawah tangan dari posisi penjual yang membuat adanya kerugian dan kekecewaan terhadap konsumen[4].

Praktik transaksi *online* banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *online*[5]. Perlu ditekankan bahwa *e-commerce* atau transaksi *online* adalah rangkaian set dinamis dari suatu teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang diselenggarakan secara elektronik[6].

Perlindungan hukum merupakan perlindungan untuk kepentingan manusia yang dilindungi oleh hukum atau perlindungan hak pengguna transaksi *E-commerce*. Dalam hal ini, perlindungan hukum terhadap konsumen bias diartikan sebagai perlindungan terhadap hak-hak konsumen pengguna transaksi *E-commerce*. Saat ini *E-commerce* banyak bermunculan dan sudah dapat dilakukan transaksi jual-beli melalui jejaring sosial (*social network*), yang menyebabkan hal tersebut banyak dimanfaatkan untuk melakukan penipuan demi keuntungan pribadi[7]. Maka dengan adanya perlindungan hukum tersebut dimaksudkan sebagai upaya untuk menjamin kepastian hukum dan dapat melindungi konsumen. Berbagai hal negatif akibat konsumsi produk baik barang maupun jasa harus disingkirkan dari perdagangan sebab itulah tujuan dari perlindungan konsumen [5]. Biasanya dalam praktek terdapat permasalahan misalnya penjual meminta kepada pembeli untuk mentransfer setengah pembayaran diawal dan barang dijanjikan akan dikirim lebih awal, akan tetapi dihari berikutnya dengan alasan masalah administrasi mereka meminta pelunasan pada pembeli. Setelah pembeli melakukan pelunasan,

pihak penjual menghilang dan langsung tidak mengaktifkan nomor telepon yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pembeli. Permasalahan lain yang sering dijumpai yaitu seringkali kualitas barang yang dipesan tidak sama dengan yang dijanjikan oleh pelaku usaha di awal, waktu pengiriman barang juga kerap tidak sesuai dengan waktu yang disepakati [8]. Sehingga penulis akan membahas mengenai perlindungan konsumen akibat menghilangnya pelaku usaha dari tanggung jawabnya sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen.

## TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan internet juga membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang populer dikenal dengan istilah ekonomi digital (*digital economics* [9]). Eksistensinya ditandai dengan banyaknya aktivitas perekonomian yang memanfaatkan media internet, seperti jual beli secara *online* (*e-commerce*). Berkembangnya perekonomian ke arah *digital economics* atau ekonomi digital sebagai akibat perkembangan teknologi informasi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang yang diperolehnya dari transaksi secara elektronik.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan *e-commerce* atau *online* yaitu:

1. *E-commerce* mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dalam pendistribusian informasi yang disampaikan secara periodik.
2. *E-commerce* dapat menciptakan efisiensi waktu yang tinggi, murah dan informatif.
3. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan cepat, mudah, aman, dan akurat.
4. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat informasinya dapat diakses secara up to date dan terus-menerus.

Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli melalui media internet atau *online*, masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban. Penjual (*merchant*) merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran dari konsumen. Atas barang yang dijualnya, juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan konsumen yang beritikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli secara transaksi *online*. Dalam penyelenggaraan *e-commerce*, penyelenggara wajib memperhatikan prinsip:

1. Prinsip kehati-hatian;
2. Pengamanan dan terintegrasinya sistem teknologi informasi;
3. Pengendalian pengamanan atas aktivitas transaksi elektronik;

4. Efektivitas dan efisiensi biaya; dan perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Prosedur transaksi jual beli *e-commerce* atau *online*, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara internet ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, akan tetapi berhubungan melalui internet. Perjanjian dapat dilakukan via sms, dan mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penulisan jurnal ini ialah jenis penelitian hukum empiris dengan menggunakan objek kajian membandingkan ketentuan hukum normatif (undang-undang) dengan implementasinya pada setiap peristiwa hukum yang terjadi di lingkungan masyarakat sehingga penelitian ini meliputi kesenjangan dalam teori dengan prakteknya dalam masyarakat, Dengan menggunakan pendekatan fakta (*The Fact Approach*) artinya pendekatan ini melihat fakta yang ada di masyarakat dan kemudian dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan [10] [11].

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pertanggungjawaban Dari Pihak Yang Terlibat Dalam Transaksi *E-commerce***

Pasal 1 angka (1), UU no.8 Tahun 1999 yang berisi tentang Perlindungan terhadap Konsumen (UUPK), “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Dalam pelaksanaan transaksi elektronik terdapat dua belah pihak yang akan saling berhubungan, yaitu pihak penjual jasa atau barang serta pihak konsumen jasa atau barang tersebut. Dimana seharusnya terdapat efek saling mendapatkan keuntungan dalam terjadinya proses transaksi *online*, tetapi akibat ketidaktahuan terkait apa yang seharusnya menjadi hak atau kewajiban dari semua pihak yang terlibat, kemudian menjadi faktor pendorong terjadinya kerugian tersebut. Semua pihak dalam transaksi elektronik pada dasarnya mempunyai tanggung jawab masing-masing. [12]. Pelaku usaha dalam hal ini berhak mendapatkan bayaran atas barang maupun jasa yang dijualnya, serta pelaku usaha berhak mendapatkan perlindungan dari tindakan atau perbuatan konsumen yang berniat jahat saat melakukan transaksi jual-beli secara *online*.

Bank berperan sebagai pihak yang menjadi perantara dalam pembayaran transaksi *online*. Konsumen membayar produk yang dibeli kepada si penjual produk.

Konsumen/pembeli berkeinginan membeli produk tersebut secara *online* karena pembeli/konsumen berada jauh dari lokasi penjual produk dan penjual mewajibkan bank sebagai fasilitas untuk media transaksi pembayaran atas produk-produk yang konsumen beli.

Transaksi pembayaran antara konsumen dan pihak pedagang disalurkan melalui bank sebagai lembaga keuangan. Biasanya credit card digunakan dalam transaksi perdagangan online, karena hampir semua teknologi internet yang ada pembayarannya menggunakan kartu kredit sebagai media transaksi. Dalam menyelenggarakan *E-commerce*, penyelenggara agen elektronik harus memperhatikan: prinsip kehati-hatian, teknologi informasi yang terintegrasi dan aman, efektivitas dan efisiensi biaya, pengendalian keamanan atas aktivitas transaksi *online*, dan perlindungan konsumen sesuai peraturan perundang-undangan.

Prinsip-prinsip di atas tersebut harus dijalankan dengan benar dan baik oleh para pihak dalam pelaksanaan transaksi *E-commerce*. Didalam transaksi online ini aspek kepercayaan masih lebih dikedepankan di Indonesia sebagai prinsip utama dalam transaksi secara *online*. Penjual maupun pembeli belum memerhatikan prinsip keamanan transaksi secara *online* seperti, jaminan terhadap keamanan serta kebenaran *web site electronic commerce*, jaminan keamanan untuk jalur pembayaran, dan jaminan atas kebenaran identitas dari penjual ataupun pembeli [13]. Ketidaksesuaian barang yang didapat oleh konsumen dengan apa yang diperjanjikan, terjadi akibat ketidak sesuaian informasi produk yang tertera di *online shop* dengan barang yang diterima, hal tersebut merupakan suatu bentuk pelanggaran dalam pemasaran barang oleh pelaku usaha. Model transaksi secara online ini menghubungkan pihak penjual dan konsumen secara *online* dan tidak bertatap muka jadi konsumen tidak dapat melihat barang yang diinginkannya secara detail, hal tersebut bisa menimbulkan permasalahan yang merugikan para pihak khususnya konsumen [5].

Didalam perjanjian jual dan beli online asas itikad baik sangatlah penting, karena pada dasarnya sebuah data yang sangat akurat dan detail terkait dengan produk jasa/barang ditawarkan oleh pihak online shop wajib didapatkan oleh pihak konsumen. Jika prinsip diatas dilanggar, maka pihak yang dirugikan bisa meminta pertanggung jawaban pihak yang telah melanggar prinsip-prinsip tersebut. Sebaiknya konsumen harus jeli, teliti serta waspada jika ingin melakukan transaksi jual-beli melalui internet terhadap tawaran yang diberikan oleh penjual [4].

Tidak jarang pelaku usaha menarik konsumennya dengan cara menjual suatu produk dengan harga murah. Sebelum memesan barang konsumen harus memastikan dulu kebenaran terhadap pihak merchant dengan cara pastikan pihak penjual memberikan nomor telepon yang valid dan alamatnya dengan lengkap. Mengenai perlindungan yang diberikan pelaku usaha *E-commerce* bahwa di dalam pasal 16 huruf a UUPK menyatakan “bahwa pelaku usaha dilarang untuk tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan”. Berdasarkan pasal 4 angka 8 UUPK yang berisi, “bahwa salah satu hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”. Dari kasus yang dialami dalam penelitian yang dilakukan ini, aturan mengenai perlindungan atas kerugian yang ditanggung konsumen atau pembeli karena tidak bertanggungjawab atas penyelesaian transaksi oleh pelaku dari usaha *E-commerce* sudah jelas diatur dalam Pasal 19 UUPK.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 menyatakan “Penyelenggara agen elektronik harus bertanggung jawab atas semua akibat hukum yang terjadi karena kegagalan sistem operasi elektronik dikarenakan tindakan yang berakibat langsung terhadap sistem elektronik. Dan sebaliknya jika pengguna jasa layanan lalai dalam menggunakan agen elektronik dan mengakibatkan gagal beroprasinya layanan yang mengakibatkan kerugian maka segala akibat hukum yang terjadi menjadi tanggung jawab dari pengguna jasa layanan”.

## **2. Usaha Hukum Yang Dapat Dilakukan Dalam Transaksi *E-Commerce***

Upaya hukum juga dapat dilakukan dalam transaksi *E-commerce* untuk dapat memberi perlindungan bagi pembeli atau konsumen. Apabila suatu ketika terjadi sengketa antara penjual dan kosumen maka para pihak dapat menggunakan upaya hukum. Dalam UUPK Pasal 45 ayat (2) menyatakan “bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.

Dalam UUPK pasal 4 salah satu hak dari konsumen ialah “mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut. Selain itu, salah satu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan”.

UUPK menyebutkan dalam Pasal 23 “bahwa apabila pelaku usaha pabrikan dan/atau pelaku usaha distributor menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau

tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dengancara mengajukan gugatan kepada peradilan di tempat kedudukan konsumen tersebut”.

Para pihak dalam menyelesaikan sengketa gugatan perdata dalam transaksi elektronik bisa menggunakan jalur arbitrase, atau lembaga lainnya seperti mediasi, konsiliasi, dan negosiasi. Keamanan merupakan sebuah kepentingan didalam melaksanakan transaksi berbasis elektronik. Ada beberapa pendekatan dalam menjaga keamanan *cyberspace*, yang pertama yaitu pendekatan teknologi, pendekatan sosial budaya-etika, serta yang ketiga pendekatan hukum. Pendekatan teknologi memang mutlak dilakukan untuk mengatasi gangguan keamanan, sebab jaringan akan lebih mudah diakses dengan cara ilegal. Agar pelaku usaha memiliki kesadaran untuk tidak melakukan penipuan terhadap konsumen, maka kepastian hukum memang perlu adanya bagi para konsumen yang akan melakukan transaksi online tersebut. Pendekatan hukum serta sosial budaya-etika menjadi sangat penting sebagai pendekatan selanjutnya, karena hak-hak konsumen yang sangat penting. Jika terjadinya pelanggaran maka pendekatan hukum sebagai bentuk tersedianya hukum positif yang dapat memberikan jaminan serta menjadi landasan dalam penegakan hukum (*law enforcement*).

Penyelesaian sengketa ada dua yaitu jalur litigasi (pengadilan) dan jalur nonlitigasi (tidak melalui pengadilan) penyelesaian sengketa melalui non litigasi dapat dilaksanakan dengan cara mediasi, konsolidasi atau arbitrase. Penyelesaian sengketa secara non litigasi yang lebih menguntungkan adalah dengan cara mediasi, dimana mediator membantu para pihak untuk berkompromi untuk mencari jalan keluar dari sengketa sesuai kesepakatan para pihak sehingga para pihak bisa menerima dengan baik. Namun, cara ini memiliki kekurangan yaitu hasil kesepakatan tidak mengikat dan bersifat final karena hanya berbentuk kesepakatan para pihak, lewat dua jalur tersebut, konsumen dan juga pelaku usaha bisa menyelesaikan sengketanya. Pasal 45 A ayat (1) UU Nomor 19 Tahun 2016 menyebutkan dimana para pelaku bisnis yang melanggar peraturan perundang-undangan dalam bisnis *E-commerce* akan dikenakan sanksi pidana, administrasi, dan ganti rugi sehingga diharapkan akan mengurangi dan mencegah kasus penipuan seperti ini terjadi lagi.

### 3. Penyelesaian pertanggungjawaban kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online terhadap konsumen

Kerugian yang ditimbulkan dari adanya kecurangan dari pelaku usaha toko online tersebut akhirnya akan menimbulkan wanprestasi yang didalam UUPK pada Pasal 19 menjelaskan mengenai pertanggungjawaban dari pelaku usaha toko *online* tersebut apabila diketahui adanya identifikasi wanprestasi. Wanprestasi merupakan tidak dipenuhinya suatu prestasi atau kewajiban yang telah ditetapkan terhadap pihak-pihak yang ada dalam suatu perjanjian tersebut, menurut Pasal 1234 KUHPerdara, prestasi itu dapat berupa member sesuatu hal, berbuat suatu, dan tidak berbuat sesuatu. Wanprestasi sendiri diatur didalam buku ke III Pasal 1234 – 1252 KUHPerdara, ganti rugi wanprestasi adalah segala bentuk ganti rugi yang dibebankan oleh debitur yang tidak memenuhi isi dari suatu perjanjian yang telah dibuat dan disepakati oleh kreditur dan debitur. Didalam Pasal 1249 ditentukan cara membayar ganti rugi yang ditimbulkan oleh wanprestasi tersebut, didalam pasal ini dikatakan bahwa bentuk ganti rugi yang dapat digunakannya adalah dalam bentuk uang, menurut para ahli bahwa uang merupakan hal yang sangat praktis dan paling sedikit dalam hal menimbulkan suatu keselisihan.

Pengaturan dalam penyelesaian pertanggungjawaban produsen terhadap konsumen secara *online* terdapat dalam KUHPerdara dalam Pasal 1365 yang menjelaskan bahwa setiap perbuatan yang melanggar hukum dan mengakibatkan kerugian terhadap orang lain maka dapat dituntut untuk mengganti kerugian tersebut.

Dalam Pasal 23 UUPK mengatur mengenai gugatan melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau badan peradilan ditempat kedudukan konsumen. Pasal 28 UUPK mengatur mengenai unsur – unsur kesalahan yang ditimbulkan oleh pelaku usaha tersebut dan pertanggungjawabannya serta beban pembuktiannya. Beban pembuktian tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam hal dapat atau tidaknya penuntutan perkara perdata dikabulkan. Dalam Pasal 1865 KUHPerdara ditegaskan bahwa apabila seseorang memiliki hak untuk mendapatkan untuk menyangkal hak orang lain mewajibkan untuk membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

Penyelesaian pertanggungjawaban kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online terhadap konsumen juga dapat dilakukan dengan cara musyawarah, yaitu musyawarah antara dua belah pihak, dalam musyawarah tersebut dapat dilakukan pengantirugian oleh pelaku usaha toko *online* ke konsumen dalam bentuk pertanggung jawaban dalam bentuk barang maupun uang. Apabila tidak terjadi mufakat dalam musyawarah tersebut maka dapat dituangkan dalam bentuk tertulis yang dituangkan dalam



bentuk BPSK yang selambat-lambatnya 21 hari kerja sejak permohonan yang diajukan kepada sekretariat BPSK.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan permasalahan yang disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang diterima akibat tidak bertanggungjawabnya para pelaku usaha *E-commerce* dalam pelunasan transaksi sudah diatur secara jelas dalam pasal 19 UUPK. Namun bila nomor pelaku usaha dapat dihubungi maka pelaku dapat dimintai pertanggung jawaban ganti rugi. Di Indonesia terdapat dua upaya hukum yang konsumen dapat tempuh jika mendapat kerugian dalam transaksi perdagangan online yaitu dengan jalur pengadilan atau luar pengadilan (konsultasi, negoisasi, mediasi, atau penilaian para ahli) sesuai kesepakatan masing-masing pihak.

Pelaku usaha sebaiknya memenuhi tanggung jawabnya untuk memberikan informasi secara jelas terhadap konsumen bagaimana transaksi tersebut diselesaikan dan pelaku usaha seharusnya tidak lari dari tanggung jawab mengenai transaksi konsumen yang telah dibayarkan 50%. Dengan adanya pendaftaran atas usaha-usaha elektronik, pemerintah dapat mengawasi lebih ketat pihak yang ingin terlibat dan melakukan kegiatan menyangkut kepentingan bersama pada saat transaksi perdagangan elektronik tersebut.

## **DATA PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58)

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5348)

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Handriani, F. Hukum, and U. Pamulang, "R e v i e w," vol. 3, no. 2, pp. 127–138, 2020.
- N. Arfan and H. A. Hasan, "Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah," *Iltizam J. Syariah Econ. Res.*, vol. 6, no. 2, pp. 212–224, 2022.
- N. R. Arumsari, N. Lailiyah, and T. Rahayu, "Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang," *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknol. dan Seni bagi Masyarakat)*, vol. 11, no. 1, p. 92, 2022, doi: 10.20961/semar.v11i1.57610.
- A. P. Perdana, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Di Instagram," *Inov. Pembang. J. Kelitbangan*, vol. 9, no. 02, p. 177, 2021, doi: 10.35450/jip.v9i02.256.
- P. A. O. Apandy, Melawati, and P. Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli," *J. Manaj. Bisnis Jayakarta*, vol. 3, no. 1, pp. 12–18, 2021, doi: 10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85.
- T. Widiastuti, "Strategi Digital Marketing Untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional Umkm Di Kelurahan Mlatibaru Semarang," *J. Riptek*, vol. 15, no. 1, pp. 64–69, 2021, doi: 10.35475/ripteck.v15i1.116.
- N. A. Sinaga, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia," *J. Ilm. Huk. Dirgant.*, vol. 5, no. 2, 2014, doi: 10.35968/jh.v5i2.110.
- S. L. Poernomo, "Standar Kontrak dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen," *J. Penelit. Huk. Jure*, vol. 19, no. 1, p. 109, 2019, doi: 10.30641/dejure.2019.v19.109-120.
- A. Restianty, "Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media," *Gunahumas*, vol. 1, no. 1, pp. 72–87, 2018, doi: 10.17509/ghm.v1i1.28380.
- Mukhti Fajar and Y. Achmad, "Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris," vol. 8, no. 1, pp. 15–35, 2015.
- Dwi Lestari Ni Made Damayanti, "Indonesian Journal of Instruction," *Indones. J. Instr.*, vol. 8, no. 1, pp. 12–26, 2020.
- D. Wahyulina, "Penegakan Hukum Sengketa Konsumen Oleh Bpsk Untuk Pencegahan Pelanggaran Hak Konsumen," *Et-Tijarie J. Huk. dan Bisnis Syariah*, vol. 5, no. 2, 2018, doi: 10.21107/ete.v5i2.4587.
- M. B. M. Prihantini and I. W. Parsa, "Perlindungan Konsumen Terkait Pembatalan Secara Sepihak Voucher Hotel Oleh Pelaku Usaha Traveloka," *Kertha Semaya J. Ilmu Huk.*, vol. 7, no. 5, p. 1, 2019, doi: 10.24843/km.2019.v07.i05.p08.