Legal: Jurnal Reformasi Hukum Pidana dan Perdata
Volume: 1, Nomor: 2, (2026), Juni: 130 - 149
Website: https://ejournal.ojs-lppm.com/index.php/Legal/article/view/83
E-ISSN: 3124-8624

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM E-COMMERCE YANG MENERIMA PRODUK TIDAK SESUAI DENGAN YANG DIPERJANJIKAN

Fadila Doris Sarira [1], Arthur Novy Tuwaidan [2], Indrasatya Octavianus Nasirun [3]
Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Negeri Manado, Indonesia [1,2,3]
Corresponding Author: *fadilasarira253@gmail.com[1*]*, *arthurtuwaidan@unima.ac.id[2]*, *indraoctavv@gmail.com[3]*

Info Artikel
Received: *13 April 2026*
Revised : *04 Mei 2026*
Accepted: *12 Mei 2026*
Published: *25 Mei 2026*

Keywords: *E-Commerce, Businesses, Consumers*

Abstract
The rapid advancement of the internet is one of the key drivers behind the growth of e-commerce in Indonesia. With e-commerce platforms, businesses can freely and easily market their products. However, these platforms also have a downside: businesses may offer products that do not match the images displayed on their store pages, leading consumers to feel deceived or cheated. The research questions in this study are: What are the legal regulations regarding sales and purchase agreements on e-commerce applications? And what legal protections are available to consumers who make purchases through e-commerce applications? This study employs a normative legal research method, conducted by analyzing secondary sources or literature. This study aims to determine the legal protections available to consumers who conduct sales and purchase transactions via e-commerce applications. The findings indicate that legal regulations governing sales and purchase agreements on e-commerce applications still face challenges regarding the proof of electronic agreements, and legal protections for consumers in e-commerce transactions remain weak due to various issues, such as products not matching purchase descriptions and personal data breaches.

Kata Kunci*:* E-Commerce, Pelaku Usaha, Konsumen

Abstrak
Pesatnya internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor yang menjadi pendorong berkembangnya *e-commerce* di Indonesia. Adanya aplikasi *ecommerce*, pelaku usaha bisa dengan bebas dan sangat mudah untuk memasarkan produknya, Namun aplikasi *e-commerce* memiliki sisi buruk yaitu para pelaku usaha dapat menawarkan barang yang tidak sama dengan gambar yang ditawarkan pada halaman toko, sehingga para konsumen merasa mereka ditipu atau dirugikan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana pengaturan hukum tentang perjanjian jual beli pada aplikasi *e-commerce*? dan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi pembelian pada aplikasi *ecommerce*? Metode penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yang dilakukan dengan meniliti bahan pustaka atau data sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui aplikasi *ecommerce.* Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaturan hukum perjanjian jual beli pada aplikasi *e-commerce* masih menghadapi tantangan dalam hal pembuktian perjanjian elektronik dan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli pada

aplikasi *e-commerce* masih lemah karena terdapat berbagai masalah seperti barang tidak sesuai dengan deskripsi pembelian serta kebocoran data pribadi.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Multidisipliner

PENDAHULUAN

Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor yang menjadi pendorong berkembangnya *e-commerce* di Indonesia. Perkembangan *e-commerce* diatur di dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE. Peraturan tersebut memberikan dua hal penting yakni, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya.[1] Elektronik *commerce* atau di singkat *e-commerce* (perdangangan elektronik) merupakan transaksi yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet, hal ini sesuai dengan pendapat ahli Shely Cashman.[2] Salah satu bentuk dari *e-commerce* adalah aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada yang proses transaksi antara pembeli dan penjual dilakukan secara daring (dalam jaringan). Shopee yang merupakan sebuah aplikasi *mobile e-commerce* yang berpusat di Singapura dan dimiliki oleh perusahaan Sea Limited, Shopee di Indonesia sendiri berpusat di Jakarta dan dibawahi oleh PT. Shopee Internasional Indonesia. Shopee pertama kali di luncurkan tahun 2015 dan meluncur sebagai *marketplace consumerto consumer (C2C),* bahkan hingga oktober 2017 aplikasinya sudah di unduh oleh lebih dari 43.000.000 (empat puluh tiga juta) pengguna. Namun kini mereka telah beralih ke model *hibrid C2C* dan *business to consumer (B2C)* semenjak meluncurkan *Shopee Mall* yang merupakan platform toko daring untuk brand ternama. Perlindungan konsumen merupakan perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap hak-hak konsumen karena konsumen dianggap dalam posisi yang lebih lemah dibandingkan produsen.[3] Perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perjanjian yang dibuat melalui media internet umumnya

[1] Ratu Humaemah, "Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen yang Terjadi Atas Jual Beli E-commerce ", Jurnal Islamiconomic, Vol.6 No.1 Januari – Juni (2015):h. 48.

[2] Aco, A., & Endang, H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, *2*(1).

[3] Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2014, Hukum Perlindungan Konsumen, cet IV, Sinar Grafika, Jakarta, h.22.

merupakan perjanjian standar atau perjanjian baku, sehingga tetap harus memenuhi ketentuan yang diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya terkait dengan pencantuman klausula baku dalam perjanjian tersebut. Biasanya, perjanjian baku disusun secara sepihak oleh pihak kreditur, dengan mencantumkan syarat-syarat yang cenderung membatasi tanggung jawab pihak kreditur itu sendiri. Syarat-syarat tersebut dikenal dengan klausula eksenorasi, yang memiliki konsekuensi yuridis bahwa pihak debitur hanya memiliki dua alternatif, yaitu menerimanya atau menolaknya.[4]

Perlindungan konsumen artinya segala upaya yang menjamin adanya kepastian untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, di samping itu arti dari konsumen ialah seseorang atau masyarakat yang menggunakan barang/jasa untuk kepentingan diri sendiri atau orang lain tetapi tidak untuk di jual. Perlindungan konsumen bisa dikaitkan dengan hukum yang melindungi konsumen.Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, harus diusahakan peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. UUPK yang berasaskan keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum, harus pula dapat mewudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha, sehingga dapat tercipta perekonomian yang sehat.[5]

Meskipun peraturan mengenai transaksi elektronik sudah tersedia namun, pelaksanaannya masih jauh dari harapan. Penyelesaian kasus yang tidak maksimal dan juga cenderung mengabaikan hak-hak konsumen, dan banyak pula kasus yang tidak ada penyelesaiannya, hal tersebut karena konsumen lebih memilih untuk tidak mempermasalahkannya.Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Perlindungan Hukum Tehadap Konsumen Dalam *ECommerce* yang menerima produk tidak sesuai dengan yang di Perjanjikan".

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Hukum Normatif Penelitian Hukum Normatif merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data

[4] Abdul Ghofur Anshori, 2010, Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (Konsep, Regulasi, dan Implementasi, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, h. 200
[5] Moh Issamsudin, "Efektifitas Perlindungan Konsumen Di Era Otonomi Daerah", JurnalHukum Khaira Ummah, Vol. 13. No. 1 (2018): h. 289.

sekunder.[6] Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.[7]

Pada penelitian hukum jenis ini, seringkali hukum dikonsepkan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang- undangan atau hukum dikonsepkan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.[36] Penelitian hukum normatif yang nama lainnya adalah penelitian hukum doktrinal yang disebut juga sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen karena penelitian ini dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum yang lain. Pada intinya penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:[8]

1. Pendekatakan Perundang – Undangan *(Statute Approach)*
2. Pendekatan Konseptual *(Conceptual Approach)*

Pendekatan undang-undang (*statute approach*) atau pendekatan perundangundangan yaitu penelitian terhadap produk-produk hukum. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang bersangkut paut dengan permasalahan (isu hukum) yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Pendekatan perundang-undangan ini akan membuka kesempatan nagi peneliti untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara satu undang-undang dengan undang-undang yang lain.

Pendekatan Konseptual (*conseptual approach*), pendekatan ini dilakukan karena memang belum atau tidak ada aturan hukum untuk masalah yang dihadapi, pendekatan ini konseptual beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum, sehingga melahirkan pengertian hukum dan asas-asas yang dihadapi.

C. Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian bahan hukum yang terdiri dari:

---

[6] Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, "*Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 13.
[7] Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, cet. 6, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 93
[8] *Ibid.*

1. Bahan Hukum Primer

Merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan hakim. Pada penelitian ini penulis menggunakan paraturan perundangundangan terdiri dari:

a. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
b. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2011 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

2. Bahan Hukum Sekunder

Adalah bahan hukum yang berupa dokumen, buku-buku, karya tulis ilmiah yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

3. Bahan Hukum Tersier

Adalah bahan yang memberikan penjelasan maupun petunjuk terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Dalam penelitian ini bahan hukum tersier yang digunakan yaitu: situs internet dan buku.

D. Langkah-Langkah Penelitian

1. Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui kegiatan studi pustaka, studi dokumen, dan studi catatan hukum.[9] Kegiatan studi pustaka dilakukan dengan mengikuti tahap-tahap antara lain:

a. Pengkajian bahan hukum yang sudah terkumpul guna menentukan relevansinya dengan kebutuhan dan rumusan masalah.
b. Penelitian sumber bahan hukum, yaitu catatan hukum, perundang-undangan dan dokumen hukum.

2. Pengolahan Bahan Hukum

Bahan hukum yang sudah terkumpul kemudian diolah. Pengolahan bahan hukum dilakukan dengan cara:

a. Pemeriksaan bahan hukum (editing), yaitu mengoreksi apakah bahan hukum yang terkumpul sudah cukup lengkap, sudah benar, dan sudah sesuai/relevan dengan masalah/variabel penelitian.

[9] Peter Mahmud Marzuki, "*Penelitian Hukum",* cet.6, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 94

b. Penandaan bahan hukum (*coding*), yaitu memberikan catatan atau tandayang menyatakan jenis sumber bahan hukum (buku literatur, perundang-undangan, atau dokumen); pemegang hak cipta (penulis, tahun penerbitan) atau urutan rumusan masalah/variabel penelitian.
c. Rekontruksi bahan hukum (*reconstructing*), yaitu menyusun ulang bahan hukum secara teratur, berurutan, logis sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan.

E. Analisis Bahan Hukum

Proses kajian data yang digunakan adalah analisa data kualitatif, yang dimana berdasarkan peraturan perundang undangan serta pandangan informasi untuk menjawab permasalahan di penelitian ini. Rumusan masalah dan tujuan penelitian merupakan lingkup dan kendala analisis secara kualitatif dan komprehensif, sedangkan kajian hukum tertulis secara spesifik merupakan lingkup bidang ilmu dalam penelitian hukum normatif. Disatu sisi, pembahasan diarahkan pada segi kelemahan dan kekurangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Hukum tentang Perjanjian Jual Beli pada Aplikasi *E-Commerce*

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memberikan pengertian tentang perjanjian adalah "persetujuan tertulis maupun lisan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih masing-masing berjanji akan menaati apa yang tersebut didalam persetujuan". Perjanjian dianggap sah apabila memenuhi empat syarat yang disebutkan dalam pasal 1320 tersebut. Syarat kesepakatan dan syarat cakap disebut sebagai syarat subjektif sedangkan syarat suatu hal tertentu dan syarat suatu sebab yang halal disebut dengan syarat objektif. [10]

Adapun unsur dari definisi mengenai perjanjian di atas adalah sebagai berikut:

1. Adanya hubungan hukum. Hubungan hukum merupakan hubungan yang menimbulkan akibat hukum, dan akibat hukum adalah timbulnya hak dan kewajiban.
2. Adanya subjek hukum, yaitu pendukung hak dan kewajiban.
3. Adanya prestasi, yang terdiri dari melakukan sesuatu, berbuat sesuatu, dan tidak berbuat sesuatu.
4. Di bidang harta kekayaan.[11]

E-commerce (perniagaan elektronik) merupakan proses yang memungkinkan teknologi-teknologi berbasis situs internet yang memfasilitasi perniagaan/perdagangan. *E-commerce*

[10] R Subekti, Hukum Perjanjian, (Jakarta: PT. Intermasa, 1987), h.1
[11] Salim H.S, "Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak", (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h.27

memfasilitasi penggunaan dan implementasi proses baru bisnis. Hal ini mencakup pelaksanaan bisnis secara elektronik melintasi spektrum hubungan-hubungan antar perusahaan-perusahaan.[12]

E-commerce menawarkan banyak kelebihan bagi penggunanya, dimana *ecommerce* dapat menawarkan peningkatan efektifitas dan efisiensi waktu. Efektifitas dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh e-commerce muncul dari sifat *e-commerce* yang dapat dilakukan dimana pun dan kapan pun. Hal tersebut yang membuat *e-commerce* harus dilandasi rasa kepercayaan dari pihak-pihak yang terkait. Rasa kepercayaan pada e-commerce dibutuhkan karena transaksi dilaksanakan tanpa adanya tatap muka antar para pihak dan prosesnya dapat dilakukan dimana saja menggunakan perangkat elektronik.[13]

Mengenai kontrak elektronik diatur dalam Pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) yang berbunyi: "Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:[14]

1. Terdapat kesepakatan para pihak;
2. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
3. Terdapat hal tertentu; dan,
4. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundangundangan, kesusilaan, dan ketertiban umum"

Prestasi menjadi salah satu penunjang dalam sahnya suatu perjanjian yang telah dibuat, oleh karena itu prestasi yang akan dicapai haruslah memenuhi syarat keabsahan yakni:

1. Prestasi yang dibuat harus dapat ditentukan (*bepaalbaar*).
2. Prestasi tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan sebagaimana yang diatur dalam ketentuan Pasal 1335 KUHPerdata.
3. Tidak dapat disyaratkan bahwa prestasi dapat dijalankan atau dipenuhi. d. Tidak dapat disyaratkan bahwa prestasi harus dapat dinilai dengan uang.[15]

Dalam Pasal 65 UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur sistem perdagangan melalui sistem elektronik disebutkan pada ayat 4 bahwa pelaku usaha perdagangan melalui sistem

[12] Tjetjep Djatnika, "Teori Keputusan Pembelian", (Jakarta: Selemba Empat, 2006), h.120.
[13] *Ibid*,.
[14] Pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
[15] I Ketut Oka Setiawan, "Hukum Perikatan", (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), h. 42

elektronik wajib untuk menyediakan data tentang berbunyi:[16]

1. Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi.
2. Persyaratan teknis barang yang ditawarkan persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan
3. Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa
4. Cara penyerahan barang

Transaksi elektronik (*e-transaction*), terdapat pola untuk mencapai pernyataan sepakat. Pihak penjual mengirimkan suatu *form* pada pembeli, pihak pembeli mengisi *form* tersebut dan mengirimkannya kembali kepada pihak penjual. Maka dalam perjanjian *e-commerce* jika pihak pembeli telah mengirim *form* yang telah diisinya dan pihak penjual telah menerima *form* tersebut, maka disitulah terjadi kata sepakat.

Pengertian Informasi Elektronik tertuang pada Pasal 1 Angka 1 Undang-No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik berbunyi: "Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya."

Perjanjian dapat terjadi jika salah satu pihak telah menyatakan sepakat terhadap pokok perjanjian yang dinyatakan oleh pihak yang lain. Pernyataan tersebut yang menjadi dasar kesepakatan dari kedua belah pihak. Akibat dari kesepakatan perjanjian ini telah diatur di dalam pasal 1338 KUHPerdata yaitu sebagai berikut:

1. Perjanjian yang dibuat harus sesuai dengan undang-undang. Yang berarti jika perjanjian tersebut dilanggar oleh salah satu pihak dapat dituntut secara hukum.
2. Perjanjian tidak dapat dibatalkan selain dengan kesepakatan atau persetujuan dari kedua belah pihak.
3. Perjanjian dilaksanakan dengan itikad baik, untuk menentukan kriterianya harus disesuaikan dengan pasal 1339 KUHPerdata yaitu perjanjian tersebut tidak hanya mengikat pada hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya.

Menurut Prof. R. Subekti, S.H., wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi yaitu:[17]

[16] Pasal 65 UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
[17] Subekti, R, Prof, S.H., "Hukum Perjanjian", Cetakan ke-VIII, (Jakarta: PT Intermasa, 2000), hlm. 50.

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana
3. dijanjikan;
4. Melakukan apa yang dijanjikannya, tetapi terlambat;
5. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya

Mengenai barang yang diterima konsumen jika tidak sesuai yang dibeli atau ditawarkan oleh pelaku usaha konsumen dapat mengembalikan barang tersebut yang tertutang pada Pasal 49 ayat (3) PP PSTE yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Selain kedua ketentuan tersebut di atas, apabila ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan foto pada iklan toko online tersebut (sebagai bentuk penawaran), kita juga dapat menggugat Pelaku Usaha (dalam hal ini adalah penjual) secara perdata dengan dalih terjadinya wanpretasi atas transaksi jual beli yang Anda lakukan dengan penjual.

Ketentuan mengenai perjanjian telah diatur dalam KUH Perdata pada Pasal 1320 yang menentukan 4 (empat) syarat sahnya perjanjian:

1. Sepakat

Menurut Sudargo Gautama bahwa agar perjanjian dianggap sah, maka para pihak harus menyatakan sepakat atas segala hal yang tertulis dalam perjanjian. J. Satrio berpendapat bahwa pada dasarnya kata sepakat merupakan pertemuan kehendak atau persesuaian kehendak para pihak, karena seseorang dikatakan memberikan persetujuan atau kesepakatan jika ia memang menghendaki apa yang disepakati tersebut. Pernyataan sepakat tersebut dapat diungkapkan melalui beberapa cara diantaranya diantaranya, secara lisan, secara tertulis, dengan tanda, dan simbol.

2. Kecakapan

Pasal 1329 KUHPerdata menegaskan bahwa pada dasarnya setiap orang adalah cakap membuat perjanjian, kecuali apabila meneurut undangundang dinyatakan tidak cakap.

3. Sesuatu hal tertentu

Sudargo Gautama memberikan pengertian sebagai sesuatu yang dapat ditentukan jenisnya (determinable). Sementara, J. Satrio menegaskan bahwa yang dimaksud hal tertentu adalah apa yang menjadi objek prestasi (performance). Hal ini juga dipertegas dalam ketentuan Pasal 1333 KUHPerdata.

4. Suatu kausa atau sebab yang halal

Pasal 1335 sampai Pasal 1337 KUHPerdata, memberikan penjelasan bahwa suatu kausa dinyatakan terlarang jika bertentangan dengan undangundang, kesusilaan, dan ketertiban umum. Ketentuan ini dalam model hukum common law diistilahkan dengan legality yang dikaitkan dengan sebuah public policy. Artinya, sebuah kontrak disebut bertentangan atau illegal jika berdampak negatif kepada masyarakat seperti mengganggu keamanan dan kesejahteraan masyarakat (*public's safety and welfare*). Aspek pembayaran pada transaksi online seringkali menimbulkan permasalahan hukum maka, berikut beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam pembayaran transaksi online:

1. Aspek keamanan (*security*); Perihal pengamanan terhadap data dan identitas pribadi seperti rekening, internet banking, kata sandi atau password agar tak disalahgunakan.
2. Aspek kerahasiaan (*confidentiality*); Pihak terkait dalam transaksi harus memberikan kepastian dan jaminan bahwa transaksi diketahui oleh pihak yang berkepentingan secara hukum.
3. Aspek integritas (*integrity*); Bahwa transaksi yang dilakukan dibenarkan secara hukum dan sesuai dengan hal yang disepakati oleh kedua belah pihak.
4. Aspek autentikasi (*authentication*); para pihak memastikan setiap proses transaksi telah dilakukan sesuai prosedur formal dalam transaksi online.
5. Aspek otorisasi (*authorization*); dan Adanya standar verifikasi kebenaran atau keabsahan transaksi yang dilakukan.
6. Aspek jaminan (*assurance*). Para pihak memiliki standar guna memastikan bahwa transaksi yang dilakukan aman dan memenuhi unsur trust.[18]

Terdapat 4 (empat) urgensi penyusunan produk hukum yang mengatur perdagangan atau transaksi online (*e-commerce*) di Indonesia, yaitu

1. Alasan Filosofis; perlunya menciptakan ekosistem perdagangan secara elektronik yang aman dan efisien guna mendorong pertumbuhan ekonomi nasional,
2. Alasan Sosiologis;
3. Adanya kebutuhan di masyarakat sehingga perlu memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi para pihak,
4. Alasan Yuridis; adanya peraturan perundang-undangan khusus yang mengatur perihal transaksi online berikut infrastruktur pendukungnya, dan
5. Alasan Praktis;

[18] Exelsia, A., Muhammad, S., Bagaskara, F. & Mulyadi. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. Civilia : Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan 2, (2023).

6. Sebagai sarana bagi masyarakat dapat menyesuaikan diri terhadap segala kegiatan transaksi online (e-commerce).[19]

Mengenai syarat kontrak elektornik dalam sebuah transaksi online, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 47 menegaskan perihal syarat sahnya kontrak elektronik, meliputi

1. Adanya komitmen atau kesepakatan para pihak;
2. Kesepakatan tersebut dibuat oleh para pihak cakap atau berwenang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan;
3. Mengatur terkait hal tertentu; dan
4. Bahwa objek dalam transaksi online tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.

Dari analisis terhadap permasalahan hukum yang ada, terlihat bahwa diperlukan harmonisasi dan sinkronisasi antar peraturan perundang-undangan yang mengatur e-commerce agar tercipta kepastian hukum yang lebih baik. Perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha harus diperkuat melalui pengawasan yang lebih ketat terhadap platform e-commerce, edukasi hukum kepada masyarakat, serta Penyempurnaan mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih cepat, murah, dan mudah diakses. Dengan demikian, ekosistem perdagangan elektronik dapat berkembang secara sehat dengan tetap menjamin perlindungan hak-hak seluruh pihak yang terlibat.

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Melakukan Transaksi Pembelian Pada Aplikasi *E-Commerce*

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, dengan cakupan yang lebih luas meliputi dari tahap untuk mendapatkan barang atau jasa hingga akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut. Cakupan dari perlindungan konsumen tersebut dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:[20]

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.

[19] I Dewa Ayu Dwi Mayasari, D. G. R. Urgensi Rekonstruksi Pengaturan Praktek Perjanjian Perdagangan Melalui E-Commerce. JURNAL KOMUNIKASI HUKUM Volume 7, 235–251
(2021).
[20] Rosmawati. 2018. Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Prenadamedia Group. hlm 6-10.

2. Perlindungan terhadap di berlakukannya syarat yang tidak adil kepada konsumen.[21] Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur pada UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (1) berbunyi: "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen."[22] Selanjutnya penjelasan konsumen diatur dalam Ayat 2 berbunyi: "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan."[23]

Sudikno Mertokusumo menjelaskan bahwa kepastian hukum adalah sebuah jaminan agar hukum dapat berjalan dengan semestinya, artinya dengan kepastian hukum individu yang memiliki hak adalah yang telah mendapatkan putusan dari keputusan hukum itu sendiri. Sudikno pun menjelaskan, bahwa meskipun kepastian hukum berkaitan erat dengan keadilan akan tetapi hukum serta keadilan itu sendiri adalah dua hal yang berbeda.[24]

Secara umum, kontrak tradisional didasarkan pada asas kebebasan berkontrak, di mana kedua belah pihak memiliki posisi yang setara. Dalam prosesnya, masing-masing pihak berupaya mencapai kesepakatan melalui negosiasi bersama. Namun, dalam praktiknya, semakin banyak kontrak bisnis yang tidak lagi dibuat melalui proses negosiasi yang seimbang. Sebaliknya, satu pihak biasanya telah menyiapkan terlebih dahulu syarat dan ketentuan dalam bentuk formulir yang sudah dicetak, lalu diberikan kepada pihak lain untuk disetujui tanpa banyak ruang untuk melakukan perubahan atau tawar-menawar. Bentuk kontrak seperti ini dikenal sebagai kontrak standar, kontrak baku, atau kontrak adhesi.[25]

Beberapa faktor yang menyebabkan kontrak baku cenderung berpihak atau tidak seimbang antara para pihak, antara lain sebagai berikut:[26]

1. Kurang adanya atau bahkan tidak adanya kesempatan bagi konsumen untuk melakukan tawar menawar, sehingga konsumen yang kepadanya
2. Disodorkan kontrak tidak banyak kesempatan untuk mengetahui isi kontrak tersebut,

[21] Suharnoko. 2004. Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus. Jakarta: Kencana. hlm.3
[22] Pasal 1 Angka 1 UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
[23] Pasal 1 Angka 2 UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
[24] *Loc.cit*
[25] Sutan Remy Sjahdeini. 1993. Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia. Jakarta: Institut Bankir Indonesia. hlm. 6566
[26] M. Arsyad Sanusi. 2001, E-Commerce: Hukum dan Solusinya. Bandung: Mizan Geafika Sarana, hlm. 14

3. Karena penyusunan kontrak yang sepihak, maka pihak penyedia dokumen (pelaku usaha) memiliki cukup banyak waktu untuk memikirkan klausul- klausul dalam dokumen tersebut, bahkan mungkin saja sudah berkonsultasi dengan para ahli atau dokumen tersebut justru dibuat oleh para ahli,
4. Sedangkan konsumen tidak banyak kesempatan dan seringkali tidak familiar dengan klausul-klausul tersebut;
5. Konsumen menempati posisi tawar yang sangat tertekan, sehingga hanya dapat bersikap "*take it or leave it*"

Tujuan perlindungan konsumen tertuang dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 3 yang berbunyi:[27]

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pada transaksi *e-commerce*, aspek hukum perlindungan konsumen yang berkaitan langsung dengan konsumen adalah yang mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17. Aspek ini dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan/jasa yang diperdagangkan melalui e-commerce melanggar ketentuan ini. Selanjutnya terkait dengan hal ini pula tentang dilarangnya iklan yang menyesatkan. Konsumen maupun yang mengelabui, seolaholah barang dan/atau jasa yang ditawarkan mempunyai kondisi yang baik namun pada kenyataannya tidak.[28]

[27] Pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
[28] Az. Nasution, "Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet", Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001, https://share.google/jtZ53O9dlA5bmx0qj diakses pukul 10.00 WITA Hlm. 28.

Perlindungan terhadap konsumen pada transaksi *e-commerce* juga dimungkinkan melalui pengadilan. Upaya hukum ini digunakan jika terjadi perselisihan antara pihak penjual dengan konsumen. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen memiliki hak ialah memperoleh perlindungan, pembelaan, serta pemecahan pertikaian yang adil dan pihak penjual memiliki kewajiban untuk menyajikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian terhadap kemalangan yang timbul dari pemakaian, serta pemanfaatan barang dan/ataupun jasa yang dijual.[29]

Mengenai tanggung jawab pelaku usaha diatur pada Pasal 19 UndangUndang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berbunyi:[30]

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pada Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berbunyi: “Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.[31]

Mekanisme transaksi jual beli secara online yang dilakukan tanpa tatap muka langsung serta tidak saling mengenal antara konsumen dan pelaku usaha, maka potensi pelanggaran hak-hak

[29] Az. Nasution.1995. Konsumen dan Hukum. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, hlm. 178.
[30] Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
[31] Pasal 23 Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

konsumen dapat mungkin terjadi. Dalam hal ini, konsumen ada pada posisi tawar yang lemah, sehingga perlindungan hukum sangat diperlukan bagi konsumen dalam upaya menjaga hak-haknya dalam transaksi jual beli online. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan terhadap barang dan jasa mulai dari proses peralihan kepemilikan serta kemanfaatan barang hingga implikasi dari pemakaian barang tersebut.

Cakupan perlindungan konsumen dikategorikan dalam dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang diserahkan tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati antara penjual dan pembeli;
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.[32]

Terdapat beberapa garis besar permasalahan yang dialami oleh konsumen dalam transaksi secara online, diantaranya:

1. Konsumen tidak dapat langsung melihat dan mengidentifikasi barang yang akan dibeli;
2. Kurangnya informasi tentang produk yang ditawarkan;
3. Tidak jelasnya status subjek hukum dari penjual;
4. Tidak ada jaminan keamanan dalam bertransaksi secara online;
5. Pembebanan risiko yang tidak ideal karena penjual terlebih dahulu membayar lunas dan barang diserahkan di kemudian hari;
6. Transaksi lintas negara yang menimbulkan ambigu yurisdiksi hukum ketika terjadi sengketa.[84]

Upaya memberikan perlindungan hukum terhadap pihak-pihak yang bertransaksi dalam jual beli di dunia maya dapat ditempuh melalui jalur litigasi. Upaya ini dapat diambil jika terjadi sengketa antara pihak konsumen selaku pembeli dan pelaku usaha selaku penjual. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, salah satu hak konsumen adalah mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa secara patut (Pasal 4 ayat 5). Dan selaras dengan hal tersebut, pelaku usaha sebagai penjual harus memberikan kompensasi atau penganntian atas kerugian yang diakibatkan oleh penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Pasal 7 ayat 7).[33]

Jika dalam perkembangannya, pelaku usaha tidak memberi tanggapan atas komplain kerugian yang diajukan oleh konsumen, maka konsumen dapat menggugatnya melalui Badan

[32] Zulhas, S.Hi., M.Hum. "*Hukum Perlindungan Konsumen*". Jakarta: Kencana, 2016. hlm. 131 [84] Abdul Halim Barkatullah. "*Hukum Perlindungan Konsumen dan Pembahasan Lainnya*".
Jakarta: Nusamedia, 2016. hlm. 35
[33] Az. Nasution. "*Hukum Perlindungan Konsumen"*, Jakarta: Diadit Media 2007, hlm. 75

Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau mengajukan gugatan ke peradilan tempat kedudukan konsumen sebagaimana hal ini termaktub dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 23.

Adapun opsi lain yang diakomodir dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor I1 Tahun 2oo8 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik khusus penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce* dijelaskan dalam "Pasal 38 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian;
2. Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan."[34]

Adapun dalam penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi atau pengadilan, terdapat ketentuan yang diatur dalam Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 bahwa kepentingan dari pihak konsumen tidak dapat diukur dari nilai kerugian, tidak ada syarat minimal berapa nominal kerugian jika konsumen ingin menggugat pelaku usaha atau penjual. Dalam Pasal 28 UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 bahwa beban pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Ketentuan ini menjadi teori terbalik sebagaimana diterapkan dalam sengketa perdata pada acara biasa, dimana beban pembuktian menjadi tanggung jawab penggugat. Dalam gugatan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, dikenal adanya asas *product liability* yaitu asas pertanggungjawaban atas produk yang disinyalir menyebabkan kerugian terhadap konsumen sehingga pelaku usaha wajib membuktikan klo produk mereka tidak bermasalah.

Berdasarkan Pasal 5 UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU No. I1 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik ("UU ITE"), alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah:

1. Bukti transfer atau bukti pembayaran;
2. SMS atau e-mail yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian;
3. Nama, alamatn nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha.

Perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi pembelian pada aplikasi

[34] *Ibid*,.

e-commerce telah diatur melalui berbagai instrumen hukum, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar, hak untuk memilih, hak atas keamanan dan kenyamanan, serta hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila terjadi kerugian akibat transaksi. Namun dalam praktiknya, masih terdapat berbagai permasalahan seperti barang tidak sesuai deskripsi, penipuan oleh penjual, kebocoran data pribadi, dan lemahnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar.

Mekanisme perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce dapat dilakukan melalui upaya preventif berupa verifikasi penjual, sistem rating dan review, serta edukasi konsumen, maupun upaya represif melalui penyelesaian sengketa baik secara litigasi maupun non-litigasi. Platform e-commerce memiliki tanggung jawab hukum sebagai penyelenggara sistem elektronik untuk memastikan keamanan transaksi dan melindungi data konsumen. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, platform e-commerce, dan konsumen sendiri untuk menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang aman dan memberikan perlindungan hukum yang optimal bagi konsumen sebagai pihak yang rentan dalam transaksi digital.

SIMPULAN

1. Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat dipahami bahwa pengaturan hukum perjanjian jual beli pada aplikasi *e-commerce* di Indonesia telah memiliki landasan yuridis yang cukup komprehensif melalui UndangUndang ITE, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Peraturan Pemerintah terkait lainnya. Namun demikian, pengaturan tersebut masih menghadapi berbagai tantangan praktis, terutama dalam hal pembuktian perjanjian elektronik, perlindungan data pribadi konsumen, dan efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa. Keabsahan perjanjian jual beli elektronik tetap diakui sepanjang memenuhi syarat sahnya perjanjian dan ketentuan transaksi elektronik yang berlaku.
2. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi pembelian pada aplikasi e-commerce telah diatur melalui berbagai instrumen hukum, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar, hak untuk memilih, hak atas keamanan dan kenyamanan, serta hak untuk

mendapatkan ganti rugi apabila terjadi kerugian akibat transaksi. Namun dalam praktiknya, masih terdapat berbagai permasalahan seperti barang tidak sesuai deskripsi, penipuan oleh penjual, kebocoran data pribadi, dan lemahnya penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

A. Z. Nasution. 2014. "Hukum Perlindungan konsumen di Indonesia". Bandung: Citra Aditya Bakti

Abdul Ghofur, Anshori. 2010, Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (Konsep, Regulasi, dan Implementasi. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Abdul, Kholik. 2020. "Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)". Bandung: Widina Bhakti Persada

Achmad, Ali. 2002. "Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan

Sosiologis)". Jakarta: Gunung Agung

Aman, Sinaga 1993. "Tata Hukum di Indonesia". Jakarta: Ghalia Indonesia

Budiman N.P.D Sinaga. 2005. Hukum Perjanjian dan Penyelesaian Sengketa dari Perspektif Sekretaris. Jakarta: Raja Grafindo Persada

C. Maya Indah. 2014. "Perlindungan Korban: Suatu Perspektif Viktimologi dan Kriminologi". Jakarta: Kencana

Celina Tri Siwi, Kristiyanti. 2014, Hukum Perlindungan Konsumen, cet IV, Jakarta: Sinar Grafika

Djumadi. 2004. Hukum Perburuhan Perjanjian Kerj. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Gunawan, Widjaja. 2014. Perikatan Yang Lahir dari Perjanjian. Jakarta: PT.Raja Gafindo Persada

Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. 2000. Hukum Perlindungan Konsumen. Bandung: Madar Maju

I Ketut Oka, Setiawan. 2015. "Hukum Perikatan". Jakarta: Sinar Grafika

Janus, Sidabalok. 2013, "Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia". Bandung: PT Citra Aditya Bakti

Janus, Sidabalok. 2014. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Citra Aditya Bakti

Komariah. 2005. "Hukum perdata". Malang: UMM Press

Arsyad Sanusi. 2001. E-Commerce: Hukum dan Solusinya. Bandung: Mizan Geafika Sarana

Munir Fuady. 2001, Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis, Jakarta: Citra Aditya Bakti

Rosmawati. 2018. Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Prenadamedia Group

Salim H.S. 2003. Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak, Jakarta: Sinar Grafika.

Salim H.S. 2010. "Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak". Jakarta: Sinar Grafika

Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji. 2003. "*Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*". Jakarta: Raja Grafindo Persada

Soeroso. 2011. "Pengantar Ilmu Hukum". Jakarta: PT. Sinar Grafika

Sri Redjeki, Hartono. 2000. Makalah "Aspek-Aspek Hukum Perlindungan

Konsumen" dalam Buku Hukum Perlindungan Konsumen, penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. Bandung: Mandar Maju

Subekti, R, Prof, S.H. 2000. "Hukum Perjanjian". Cetakan ke-VIII. Jakarta: PT Intermasa

Sudikno, Mertokusumo. 1993. "Bab-Bab Tentang Penemuan Hukum," Bandung: Citra Aditya Bakti

Sudikno, Mertokusumo. 2009. "Penemuan Hukum, Citra Aditya Bakti", Bandung: Kencana

Suharnoko. 2004. Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus. Jakarta: Kencana

Tjetjep, Djatnika. 2006. "Teori Keputusan Pembelian". Jakarta: Selemba Empat

Zulhas, S.Hi. , M.Hum. 2016. "*Hukum Perlindungan Konsumen*". Jakarta: Kencana, 2016

B. Jurnal

Aco, A., & Endang, H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing), 2*

Exelsia, A., Muhammad, S., Bagaskara, F. & Mulyadi. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. Civilia : Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan 2, (2023).

I Dewa Ayu Dwi Mayasari, D. G. R. Urgensi Rekonstruksi Pengaturan Praktek Perjanjian Perdagangan Melalui E-Commerce. JURNAL KOMUNIKASI HUKUM Volume 7, 235–251 (2021).

Moh Issamsudin, "Efektifitas Perlindungan Konsumen Di Era Otonomi Daerah", JurnalHukum Khaira Ummah, Vol. 13. No. 1 (2018)

Ratu Humaemah, "Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen yang Terjadi Atas Jual Beli E-commerce ", Jurnal Islamiconomic, Vol.6 No.1 Januari – Juni (2015)

Yuswan Tio Arisandi, "Efetivitas Penerapan E-commerce dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Sentra Industri Sandal dan Sepatu

Wedoko Kabupaten Siduarjo", *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,*

Universitas Airlangga, Vol.8 No.1, Juli Desember 2018, h 8.

C. Undang-Undang

1. KUH Perdata
2. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
3. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen