

# EFEKTIVITAS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* DENGAN SISTEM *CASH ON DELIVERY*

Anhar Yasin Kurniawan

E-mail: [anharyasink@gmail.com](mailto:anharyasink@gmail.com)

Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Moch. Najib Imanullah

E-mail: [imanullahnajib@yahoo.com](mailto:imanullahnajib@yahoo.com)

Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

---

## Article Information

**Keywords :** *Cash on Delivery; Consumer; E-Commerce; Legal protection;*

**Kata Kunci :** *Cash on Delivery; E-Commerce; Konsumen; Perlindungan hukum;*

---

## Abstract

*This article studies regarding effectiveness on consumer's protection law on electronic purchases made with cash on delivery transaction method on e-commerce platform based on Indonesia consumer's protection Law Number 8 of 1999, which mainly aims to give consumer a better protection as they are perceived being on the weaker side on electronic based transactions. This article is empirical legal research. The legal material type used are primary and secondary legal materials, as well as non-legal materials or tertiary legal materials. These legal materials are collected through legal documents acquired by downloading, copying, collecting and then reading, studying, reviewing and analyzing primary legal materials such as Law Number 8 of 1999, Kitab Undang- Undang Hukum Perdata and other regulations, books, articles, journals and others by adjusting the problems studied by the author. Furthermore, the technical analysis used is the deduction method. The result shows that effectivity on consumer's protection law on electronic transactions done on e-commerce platform remains ineffective based on majority of transactions done, dispute resolutions are considered time consuming and the transactions made consist mostly of small purchases for the consumer led to neglect on mentioned dispute resolution.*

## Abstrak

Artikel ini mengkaji mengenai efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik melalui sistem belanja *cash on delivery* dalam aplikasi *e-commerce* berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hal ini bertujuan memberikan perlindungan bagi konsumen yang lebih rawan dirugikan dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Jenis artikel ini adalah penelitian empiris. Jenis dan data yang digunakan adalah jenis data sekunder dengan bahan hukum primer dan sekunder, seta bahan non-hukum atau bahan hukum tersier. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengunduh (*download*), meng-copy, mengoleksi lalu membaca,

mempelajari, mengkaji dan menganalisis bahan-bahan hukum primer seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, serta peraturan perundang-undangan lain, buku-buku, artikel, jurnal yang berhubungan dengan isu yang dikaji. Selanjutnya teknik analisis yang digunakan adalah metode deduksi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bentuk efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik melalui sistem *cash on delivery* belum efektif dilaksanakan dalam mayoritas transaksi elektronik yang terjadi di *platform e-commerce*, penyelesaian sengketa masih memakan waktu dan jumlah transaksi yang dianggap kecil bagi konsumen membuat pihak konsumen memilih untuk tidak menyelesaikan sengketa akibat transaksi.

---

### A. Pendahuluan

Berkembangnya teknologi dan industri membuat ekspansi perdagangan melalui media elektronik. Ranah perdagangan melalui ini kerap disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* dalam kata lain merupakan media transaksi elektronik, dimana kegiatan utamanya adalah menjembatani transaksi yang terjadi antara pembeli dan pelaku usaha, melalui berbagai macam metode transaksi. Transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihak tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. (Darmawan Tri Budi Utomo, 2010:134-145).

*“Electronic commerce is an emerging concept that describes the process of buying and selling or exchanging of products, services and information via computer networks including internet.”* (Bairagi, A. K., 2011:55-61).

Bentuk perdagangan elektronik berupa *e-commerce* ini tak sepenuhnya berjalan mulus, justru menimbulkan masalah-masalah baru yang harus diatur dan diberi kejelasan demi kelancaran kegiatan jual beli tersebut. Beberapa permasalahan yang timbul yang berkenaan dengan hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce*, antara lain:

1. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan;
2. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak adanya kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang seharusnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi;
3. Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha;

4. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan menggunakan *credit card* maupun *electronic cash*;
5. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang;
6. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan. (Tetane Bernada, 2019:1-24).

Konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* sangat rentan untuk mengalami kerugian, karena konsumen telah membayar sesuai harga yang telah ditentukan oleh *merchant*, akan tetapi tidak dikirim/tidak didapatkan oleh konsumen selaku *buyer*. (Sri Arlina, 2018:1).

Penguatan perlindungan konsumen dalam perdagangan *e-commerce* adalah aspek yang sangat penting. Penguatan tidak cukup hanya sebatas pengaturan regulasi, diperlukan penguatan dalam bentuk mekanisme kelembagaan yang meningkatkan signifikansi dan kepercayaan (kredibilitas) dari lembaga-lembaga terkait yang memiliki kewenangan untuk melindungi kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen) dari praktik penipuan dan penyalahgunaan media internet. (Paryadi, Deky. 2018:651–669).

Dengan adanya berbagai celah dalam transaksi yang justru dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk meraup keuntungan, telah mematahkan tujuan utama dari *platform e-commerce* yang seharusnya memudahkan masyarakat dalam berbelanja, dengan itu diperlukan adanya perlindungan yang jelas dan dapat memberi rasa aman kepada konsumen dalam melakukan transaksi elektronik di Indonesia.

Berdasarkan paparan dan penjelasan di atas, artikel ini mengkaji efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik pada *platform e-commerce* melalui sistem transaksi *Cash on Delivery*.

## **B. Metode Penelitian**

Artikel ini merupakan jenis artikel empiris yang bersifat deskriptif analitis. Jenis data yang digunakan adalah jenis data sekunder dengan bahan hukum primer dan sekunder, serta bahan non-hukum atau bahan hukum tersier. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengunduh (*download*), meng-copy, mengoleksi lalu membaca, mempelajari, mengkaji dan menganalisis bahan-bahan hukum primer seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata serta peraturan lain, buku-buku, artikel, dan jurnal. Selanjutnya teknik analisis yang digunakan adalah metode deduksi.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

*E-commerce* Tokopedia dan Shopee merupakan beberapa di antara *e-commerce* besar di Indonesia yang menerapkan sistem transaksi *Cash on Delivery* dalam transaksi elektronik melalui *e-commerce* mereka. Selain menerima transaksi melalui COD, *e-commerce* Tokopedia dan Shopee juga menerima transaksi melalui metode transaksi *e-commerce* yang lebih umum seperti transfer serta *e-wallet*.

Dalam *e-commerce* Tokopedia dan Shopee, transaksi dilakukan apabila konsumen telah memiliki akun pada platform tersebut. Setelah membuat akun, konsumen dapat memilih produk yang akan dia beli, langkah selanjutnya adalah pemilihan jasa pengiriman yang tersedia ke alamat konsumen, kemudian konsumen memilih bagaimana transaksi tersebut akan diselesaikan (melalui *COD*, transfer, atau *e-wallet*), kemudian transaksi dianggap selesai apabila barang telah sampai ke tempat konsumen dan tidak ada komplain dari pihak konsumen ke pelaku usaha tentang barang dalam transaksi elektronik tersebut.

*Cash on Delivery*(*COD*) merupakan salah satu metode transaksi dalam *platform e-commerce*. *Cash* dalam bahasa Indonesia berarti uang tunai dan *Delivery* yang berarti pengiriman. *COD* dalam transaksi *e-commerce* adalah metode pembayaran di mana konsumen bisa membayar pesanan secara tunai pada saat pesanan tiba di tujuan. Pembayaran dilakukan kepada kurir yang mengantarkan barang. Pembayaran kepada kurir hanya bisa dilakukan secara tunai.

Dalam transaksi elektronik, perlindungan hukum internal dan eksternal dapat diimplementasikan dalam kegiatan tersebut. Perlindungan hukum internal tersebut berisi kesepakatan dan klausula yang disepakati dalam transaksi tersebut, sedangkan perlindungan hukum eksternal merujuk kepada pengaturan yang berlaku yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan harapan memberikan perlindungan hukum baik kepada konsumen maupun pelaku usaha dalam transaksi elektronik tersebut.

Teori efektivitas hukum menurut Soerjono Soekanto adalah bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yaitu:

1. Faktor hukumnya sendiri (undang-undang).
2. Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum.
3. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum.
4. Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan.
5. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup. (Soerjono Soekanto, 2008:6).

Pelaku usaha sebagai salah satu pihak dalam transaksi elektronik yang mana tidak terjadi pertemuan tatap muka antara kedua pihak yaitu konsumen dan pelaku usaha, memberikan pelaku usaha kekuasaan yang lebih tinggi dari konsumen yang memungkinkan

timbulnya kesempatan bagi pelaku usaha melakukan tindakan melawan hukum dalam transaksi tersebut.

*“Laws for consumer protection are specifically required to enable consumers to strengthen their position in case they come across dishonest practices from sellers at any stage of supply, production or distribution”* yang berarti perlindungan konsumen diperlukan khususnya untuk menguatkan posisi konsumen apabila terjadi tindakan melawan hukum dari penjual baik pada saat penyuplaian, produksi, maupun distribusi. (Averitt, N.W. dan Lande, R.H., 1997:716).

Pelaku usaha diberi kewajiban berupa tanggung jawab-tanggung jawab yang harus dipatuhi demi kelancaran, keamanan, serta memberi perlindungan bagi pihak konsumen. Pertanggungjawaban pelaku usaha dalam transaksi elektronik melalui *e-commerce* tersebut terkait dengan perlindungan konsumen dalam sistem belanja *Cash on Delivery* meskipun belum diatur secara langsung dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen lantaran berbentuk transaksi elektronik, kemudian masuk dalam ruang lingkup pengaturan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, seperti yang tercantum dalam Pasal 2 PP tersebut.

Jika para pelaku usaha mengerti dan menerapkan hak konsumen dan menjamin hak-hak konsumennya maka masalah perlindungan hukum konsumen akan lebih terjamin. Hal ini dilakukan oleh para pelaku bisnis karena mereka memahami etika dalam berbisnis. Tetapi masih banyak pengusaha toko *online* yang belum menyadari kewajiban untuk melindungi hak-hak konsumen. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya kerugian bagi konsumen sebab posisi konsumen jauh dari pelaku usaha *online*. (Ambar Wariati dan Nani Irma Susanti, 2014:11).

Dengan berlakunya prinsip hukum bahwa setiap orang yang melakukan suatu akibat kerugian bagi orang lain, harus memikul tanggung jawab yang diperbuatnya. Maka dalam hal ini konsumen dapat mengajukan tuntutan berupa kompensasi/ganti rugi kepada pelaku usaha, kompensasi tersebut menurut Pasal 19 ayat 2 UUPK meliputi pengembalian sejumlah uang, penggantian barang atau jasa sejenis atau yang setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan. (Setia Putra, 2014:304).

Selain bertanggung jawab akan transaksi yang dilakukan, pelaku usaha juga memiliki kewajiban dalam melakukan kegiatan transaksi, kewajiban tersebut antara lain:

#### 1. Itikad baik

Pelaku usaha dalam bertransaksi melalui sistem elektronik wajib beritikad baik dalam usahanya. Hal ini seperti yang diatur pada Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun ketentuan mengenai kewajiban pelaku usaha terdiri dari 7 (tujuh) kewajiban. Itikad baik dimaksudkan bahwa dalam bertransaksi, pelaku usaha harus memiliki tujuan yang jujur yaitu berdagang, bukan untuk melakukan perbuatan melawan hukum.

**Tabel 3.1.** Tanggapan responden tentang penyelesaian pertanggungjawaban pelaku usaha.

Pendapat Responden	Frekuensi (f)	Persentase (%)
• Pertanggungjawaban dipenuhi	7	29,16
• Kadang-Kadang dipenuhi	5	20,83
• Tidak dipenuhi sama sekali	12	50
Total	24	100

Sumber: Data Primer

Berdasarkan data primer mengenai pemenuhan pertanggungjawaban dengan kewajiban pelaku usaha, hasil menunjukkan bahwa itikad pelaku usaha masih sangat minim.

## 2. Komunikasi

Dalam transaksi elektronik melalui *platform e-commerce* pelaku usaha dan konsumen diperlukan komunikasi yang baik antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Hal ini untuk memudahkan jalannya transaksi, komunikasi merupakan jalan bagi pelaku usaha dan konsumen untuk berinteraksi meskipun tidak bertemu tatap muka. Komunikasi turut diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu pada pasal 7 huruf b yang berbunyi pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; hal ini juga diperkuat dalam hak konsumen pada Pasal 4 huruf c yang berbunyi konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

**Tabel 3.2.** Tanggapan responden tentang alasan menolak penyelesaian sengketa.

Pendapat Responden	Frekuensi (f)	Persentase (%)
• Konsumen tidak mengetahui haknya	8	32
• Nilai transaksi tidak sebanding dengan upaya penyelesaian	9	36
• Penyelesaian memakan waktu lama	8	32
Total	25	100

Sumber: Data Primer

## 3. Ganti rugi

Dalam transaksi elektronik melalui *platform e-commerce* pelaku usaha diwajibkan untuk menaati berbagai kewajiban pelaku usaha yang telah tercantum pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Secara konvensional, penyelesaian sengketa dalam dunia bisnis seperti dalam perdagangan, perbankan, proyek pertambangan, minyak dan gas, energi, infrastruktur, dan sebagainya biasanya dilakukan melalui proses litigasi. Dalam proses litigasi menempatkan para pihak saling berlawanan satu sama lain, selain itu penyelesaian sengketa secara litigasi merupakan sarana akhir (*ultimum remedium*) setelah alternatif penyelesaian sengketa lain tidak membuahkan hasil. (Munawar Kholil dan Ervita Tri Aryani:98-106).

*“In general, compensation due to defects in the goods itself is the responsibility of the seller. This means that the loss of goods purchased, consumers can submit claims based on the manufacturer’s obligation to guarantee the quality of a product.”* (Dwi Edi Wibowo:57-70).

Pelaku usaha sering mengabaikan kewajibannya untuk melakukan ganti rugi ketika konsumen mengalami kerugian dalam bertransaksi. Hal ini memaksa pihak *e-commerce* untuk turun tangan dalam penyelesaian sengketa tersebut.

**Tabel 3. 3.** Tanggapan responden tentang bagaimana ganti rugi dilakukan dalam transaksi *e-commerce*.

Pendapat Responden	Frekuensi (f)	Persentase (%)
• Kerugian diganti Pelaku Usaha	6	35,29
• Kerugian diganti pihak <i>e-commerce</i>	8	47,05
• Tidak dipenuhi sama sekali	3	17,64
Total	17	100

Sumber: Data Primer

Berdasarkan data primer penyelesaian sengketa yang timbul akibat transaksi dalam *e-commerce* menunjukkan bahwa mayoritas kerugian yang timbul justru lebih banyak diselesaikan pihak *e-commerce*, hal ini disebabkan pelaku usaha tidak komunikatif dalam penyelesaian sengketa, sehingga justru pihak *e-commerce* yang memberi kompensasi kepada konsumen.

#### 4. Tanggapan Konsumen

Dalam transaksi elektronik melalui *e-commerce*, muncul berbagai alasan yang dipaparkan konsumen terkait latar belakang tidak dilakukannya klaim atas kerugian yang timbul akibat perdagangan melalui sistem elektronik tersebut. Kebanyakan dari konsumen lebih memilih untuk tidak mengurus atau menyelesaikan sengketa yang timbul akibat transaksi elektronik melalui *platform e-commerce* dengan berbagai alasan. Konsumen menganggap bahwa penyelesaian sengketa dalam transaksi memakan waktu yang tidak sebanding dengan usaha dan dianggap membuang-buang waktu saja. Selain konsumen tidak mengetahui akan hak mereka dalam bertransaksi, nilai transaksi yang bermasalah kerap tidak sebanding dengan upaya penyelesaian

sengketa dalam transaksi melalui *e-commerce*. Hal ini disebabkan oleh harga yang dipasarkan dalam *e-commerce* berselisih jauh dengan harga yang dijual di pasaran.

Kerugian konsumen dalam transaksi elektronik melalui *e-commerce* merupakan salah satu permasalahan yang kerap dihadapi konsumen dalam transaksi elektronik. Berbagai macam kerugian yang sering muncul antara lain:

1. Barang tidak sampai ke konsumen

Kerugian berupa barang tidak sampai ke konsumen dapat disebabkan berbagai hal, baik dari pihak pengiriman maupun pihak pelaku usaha yang tidak melaksanakan kewajibannya sebagai pelaku usaha sesuai dengan apa yang telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kerugian ini dapat diupayakan oleh konsumen dengan mengajukan komplain kepada pihak *e-commerce* maupun pelaku usaha tempat konsumen membeli barang tersebut.

2. Barang tidak sesuai dengan yang ditawarkan pelaku usaha

Barang yang tidak sesuai dengan yang ditawarkan atau diiklankan pelaku usaha adalah murni tindakan melawan hukum yang dilakukan pelaku usaha, permasalahan ini juga merupakan hal yang diperangi pihak *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee untuk menjaga kredibilitas serta kepercayaan masyarakat untuk tetap menggunakan *platform* mereka dalam berbelanja *online*.

3. Barang rusak saat sampai tujuan

Kerusakan barang saat diterima konsumen dapat disebabkan berbagai faktor, baik karena pelaku usaha dalam transaksi menjual barang bekas, bisa juga barang rusak karena pihak ekspedisi kurang cermat dalam mengelola barang yang akan dikirim dari pelaku usaha ke konsumen. Oleh sebab itu pelaku usaha diwajibkan melakukan pengemasan dengan sebaik mungkin,

#### **D. Simpulan**

Efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam sistem *COD* belum terlaksana dengan baik. Sarana dan fasilitas dalam penyelesaian sengketa transaksi elektronik di *e-commerce* belum optimal. Masyarakat juga cenderung mengabaikan penyelesaian sengketa transaksinya sendiri.

#### **E. Saran**

1. Kepada pelaku usaha hendaknya berperan aktif dalam melakukan kegiatan transaksi elektronik *e-commerce*, dengan tetap mengindahkan tanggung jawabnya. Pelaku usaha harus komunikatif dengan pihak konsumen dalam menyelesaikan transaksi.
2. Pihak *e-commerce* dapat memberikan opsi asuransi bagi transaksi tertentu.

## F. Daftar Pustaka

### Buku

- Abdul Halim Barkatullah dan Syahrida. 2010. *Sengketa Transaksi e-commerce Internasional*. Banjarmasin: FH Unlam Press.
- Firman Tumantara E. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen: Filosofi Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan*. Malang: Setara Press.
- Indrajid. 2009. *E-commerce*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Nasution Az. 1995. *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Peter Mahmud Marzuki. 2014. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shidarta. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Edisi Revisi*. Jakarta: Grasindo.
- Soerjono Soekanto, 2008, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soon Yong Choi, dkk. 1997. *The Economics of Electronic Commerce*. Beijing: New Riders.
- Sutan Remy Sjahdeini. 2001. *Hukum Cyber Sistem Pengamanan E-commerce, makalah dalam seminar tentang Peran Penegak Hukum Dalam Kaitannya Dengan Transaksi Perbankan*. Jakarta: Mandiri Club Jakarta.

### Jurnal

- A. K. Bairagi. 2011. "Utilization of E-Commerce can Change the Auction Culture of Bangladesh Specially in Public Sector". *IJCIT*. Vol. 2 No.1.
- Ambar Wariati dan Nani Irma Susanti. 2014. "E-Commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen". *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 1 No. 2, November 2014. Surakarta: FE STIE AUB.
- Darmawan Tri Budi Utomo. 2010. "Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce)". *Jurnal Ilmiah: Hukum dan Dinamika Masyarakat*. Vol. 7 No. 2. Semarang: FH UNTAG.
- D. E. Wibowo. 2020. "How Consumers in Indonesia Are Protected Fairly?". *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services*, Vol. 2 No. 1. Semarang: FH UNNES
- Deky Paryadi. 2018. "Pengawasan e-Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen". *Jurnal Hukum & Pembangunan*. Vol. 48 No. 3. Depok: FH UI.
- Munawar Kholil dan Ervita Tri Aryani. 2021. "Penyelesaian Sengketa Dagang Internasional Antara Penjual dan Pembeli dalam Transaksi E-Commerce". *Privat Law*. Vol. 9 No. 1. Surakarta: FH UNS.

- N. W. Averitt dan R. H. Lande. 1997. "Consumer Sovereignty: A Unified Theory of Antitrust and Consumer Protection Law". *Antitrust Law Journal*.
- Setia Putra. 2014. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Melalui *E-Commerce*". *Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 4 No. 2, Februari-Juli 2014. Riau: FH UNRI.
- Sri Arlina. 2018. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999". *UIR Law Review*. Vol. 2 No. 1. Riau: FH UIR.
- Tetanoe Bernada. 2017. "Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia". *Jurnal Hukum dan Peradilan*. Vol. 6 No. 1. Tangerang: FH UPH.
- Yudha Sri Wulandari. 2018. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli *E-Commerce*". *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*. Vol. 2 No. 2. Tenggarong: FH UNIKARTA.