

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI ONLINE

Rizkita Dinar Anggraini¹, Sinarianda Kurnia Hartantien²
Universitas Bhayangkara Surabaya^{1,2}
rizkitadinar@yahoo.com¹, sinar@ubhara.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran perlindungan konsumen atas hak informasi dalam transaksi *online* dengan cara menganalisis perlindungan konsumen pada praktik nyatanya serta pertanggung jawaban pelaku usaha dalam penyelesaian pelanggaran hak informasi dalam jual beli *online* yang merugikan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif yang dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan dan Konseptual. Teknik pengumpulan data dengan cara studi pustaka, studi dokumen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perlindungan konsumen atas hak informasi dalam jual beli *online* belum berjalan semestinya karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum dapat diimplementasikan disebabkan pelaku usaha masih mengabaikan kewajiban, larangan serta hak-hak konsumen. Khususnya pada pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur. Hal ini disebabkan karena pelaku usaha semata-mata mencari keuntungan diri sendiri. Akibatnya konsumen kesulitan mendapatkan jaminan atas hak-hak konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha atau penjual disini adalah melakukan ganti kerugian yang didasari Pasal 19 (1) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Upaya penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen yaitu melalui gugatan ke pengadilan atau di luar pengadilan dengan cara yaitu pengaduan ke YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) atau pengajuan gugatan ke BPSK.

Kata Kunci: Hukum, Jual, Online, Perlindungan, Konsumen.

Pendahuluan

Teknologi informasi yang semakin maju membuat perubahan kebiasaan dalam bertransaksi jual beli. Sebelumnya kebiasaan masyarakat bertransaksi dengan cara jual-beli secara langsung atau adanya pertemuan antara penjual dan pembeli. Sekarang transaksi itu menjadi transaksi *online*, tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung namun melalui teknologi informasi yang di sambungkan dengan internet. Transaksi *online* sekarang dijadikan metode jual-beli yang sering dilakukan oleh masyarakat jaman sekarang di Indonesia¹

Faktor yang meningkatkan pelaku usaha melakukan transaksi *online* yaitu biaya pemasaran dan biaya distribusi yang digunakan lebih sedikit dari pada biaya jual-beli tatap muka karena membutuhkan modal yang lebih sedikit dalam menjalankan bisnis transaksi *online*.

Sedangkan faktor mendorong konsumen bertransaksi *online* yaitu lebih mudah, menghemat waktu, hemat biaya. Seperti mudah dalam memilih beragam barang yang diinginkan serta konsumen tidak mengeluarkan biaya transportasi menuju toko yang akan dipilih serta menghemat waktu. Melalui transaksi *online* konsumen dapat

memilih barang kebutuhan dengan mudah, membandingkan harga yang lebih murah dan membandingkan kualitas. Hal ini lebih praktis karena hanya dengan melakukan pencarian pada internet sehingga akan muncul penawaran konsumen hanya memilih pilihan barang serta sudah disediakan informasi harga, kualitas dan spesifikasi barang. Hal ini juga mempermudah untuk membandingkan barang yang akan dibeli.

Tidak hanya keuntungan tetapi juga kerugian dalam menggunakan teknologi internet. Kelemahan e-commerce yaitu dapat memberikan efek negatif bagi konsumen, karena konsumen yang tidak bertemu langsung dengan pedagang dan tidak saling mengenal serta bertindak hanya atas dasar kepercayaan, memungkinkan konsumen merugikan pedagang yang tidak jujur. ²

Meningkatnya kerentanan konsumen terhadap teknologi pemasaran yang berkembang telah menyebabkan kebingungan konsumen dalam menentukan pilihan. Sehingga melemahkan konsumen dan akhirnya para pengusaha memanfaatkan keadaan secara tidak adil.³

Konsumen mengikuti teori kehati-hatian pembeli, yang menurutnya posisi bisnis dan konsumen seimbang. Menurut teori ini,

¹ Rifan Adi Nugraha, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online", terdapat dalam <https://www.neliti.com/id/publications/23092/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online>

² *Ibid.*

³ NHT Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Prodruk*, PT Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 14.

tidak diperlukan regulasi untuk melindungi kepentingan konsumen. Konsumen hanya harus berhati-hati saat memilih penawaran. Indonesia secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Peraturan tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Menurut Pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, tujuan perlindungan konsumen adalah untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup kepastian hukum dan unsur keterbukaan informasi dan akses informasi, tetapi bagaimana jika kegiatan komersial melanggar tujuan tersebut. Pemeran.

Menurut praktik umum di toko online, hak konsumen atas informasi tidak terpenuhi. Konsumen tidak memiliki informasi yang terbuka dan benar mengenai produk yang dijual saat berbelanja online. Akibatnya, timbul masalah dalam belanja elektronik, seperti iklan yang tidak realistis, barang yang tidak sesuai kontrak, dan kurangnya prinsip mengenai informasi perusahaan yang benar dan kompensasi konsumen.

Secara teori kedudukan pengusaha dan konsumen adalah sama, namun dalam praktiknya konsumen seringkali dirugikan karena tidak mendapatkan informasi yang jujur tentang produk atau jasa yang

diperjualbelikan. Hal ini karena para pedagang ingin menguntungkan diri sendiri dengan cara tidak jujur dalam memberikan informasi tentang barang atau jasa. Padahal, tidak adil bagi konsumen untuk menuduh konsumen kurang peduli dan tidak berhak menuntut ganti rugi..⁴

Hak akses informasi saat jual beli online diatur tidak hanya oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tetapi juga oleh Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Berdasarkan Undang –undang No 9 ayat 9 Pasal 11 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik 2008, disebutkan bahwa "perusahaan yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus memberikan informasi yang lengkap dan benar tentang ketentuan kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan". Berdasarkan ketentuan tersebut terlihat bahwa pemberian informasi yang benar, jelas dan adil merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh seorang pedagang kepada konsumen.

Menurut peneliti, hak akses konsumen terhadap informasi tidak dihormati karena pedagang secara tidak sengaja memberikan informasi yang tidak jelas karena tidak mengetahui pentingnya informasi yang jelas tentang produk atau jasa perusahaan. Perusahaandengan sengaja memberikan informasi yang tidak pantas untuk keuntungan mereka sendiri. Selain itu, ketika membeli

⁴ *Ibid*

secara online, kedua belah pihak melakukan bisnis secara tidak langsung, sehingga sangat mudah menyampaikan informasi yang tidak jelas.

Bisnis dapat menawarkan produknya dengan memberikan informasi yang paling menarik kepada calon pelanggan di situs penjualan online mereka, sementara informasi dalam iklan tidak terlalu relevan. Misalnya pada saat membeli pakaian secara online, pemberitahuan tersebut menjelaskan bahwa gambar yang ada di pemberitahuan tersebut adalah gambar produk asli dan informasi mengenai bahan dan kondisi pakaian tersebut. Namun saat konsumen menerima barang, kondisi tidak sesuai dengan yang ada di iklan.

Kajian Pustaka

1. Teori Penegakan Hukum

Penegakan hukum merupakan bagian dari pekerjaan lembaga penegak hukum. Penegakan hukum terjadi sebelum dan sesudah adanya perbuatan yang melanggar hukum. Polisi adalah sistem pemerintahan beranggotakan banyak orang yang berfungsi sebagai aparatur terorganisir untuk memastikan hukum dan ketertiban dengan merehabilitasi, mengeluarkan atau menghukum pelanggar hukum dan peraturan.⁵

2. Konsep Perjanjian Hukum

Istilah kontrak sering disebut kontrak, yang berasal dari kata bahasa Belanda

enverjemming. Sesuai dengan topik “Perjanjian disebut juga akad karena para pihak sepakat untuk melakukan sesuatu, maka dapat dikatakan bahwa kedua kata tersebut (perjanjian dan kesepakatan) mempunyai arti yang sama”. Istilah kontrak adalah istilah yang digunakan dalam bisnis selain istilah kontrak dan akseptasi. Dalam dunia bisnis, masih sering terjadi kerancuan dengan istilah akad atau perjanjian. Para pelaku bisnis memahami bahwa dua istilah antara kontrak dan perjanjian memiliki arti yang berbeda.

3. Konsep Perlindungan Hukum

Munculnya teori penegakan hukum bermula dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Menurut aliran hukum kodrat, hukum berasal dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta hukum dan moralitas tidak dapat dipisahkan. Pendukung cara berpikir ini percaya bahwa hukum dan moralitas adalah refleksi dan pengaturan internal dan eksternal kehidupan manusia, yang diwujudkan melalui hukum dan moralitas.

Perlindungan hukum adalah segala upaya untuk mewujudkan hak dan memberikan bantuan guna menciptakan rasa aman bagi saksi dan/atau korban, perlindungan hukum bagi korban tindak pidana sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk, misalnya ganti rugi, kompensasi, layanan medis, bantuan hukum,

⁵<https://eprints.umm.ac.id/37704/3/jiptummp-gdl->

[novidwiria-47951-3-babii.pdf](https://eprints.umm.ac.id/37704/3/jiptummp-gdl-novidwiria-47951-3-babii.pdf)

kompensasi dan akses restoratif.⁶

Metodologi

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian hukum normatif. Menurut Soerjono Soekanto, yaitu penelitian hukum dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Metode pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan Konseptual.

Pembahasan

A. Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha

Pendapat para ahli yaitu Az. Nasution mencakup semua prinsip dan aturan yang mengatur dan melindungi kepentingan konsumen dalam kaitannya dengan penyediaan dan penggunaan barang atau jasa di masyarakat.⁷ Sementara itu, menurut Suyadi, adalah tentang harmonisasi regulasi yang mengatur perilaku masyarakat terkait dengan konsumen, pengusaha dan pihak lain yang terkait dengan masalah perlindungan konsumen, serta sanksi bagi pelanggarannya.⁸

Istilah perlindungan konsumen dimaksudkan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang melindungi kepentingan konsumen dalam usahanya untuk menghindari kerugian⁹.

Perlindungan hukum merupakan pengaturan yang sangat penting bagi konsumen, karena melindungi kepentingan konsumen dan memberikan kepastian hukum yang melindungi konsumen, karena kemungkinan kerugian konsumen tinggi. Dengan demikian, diasumsikan bahwa perlindungan konsumen berjalan sebagaimana mestinya.¹⁰

Konsumen memerlukan regulasi hukum dikarenakan konsumen dinilai memiliki kedudukan yang rendah dibandingkan pelaku usaha. Maksudnya posisi konsumen lebih mudah mengalami kerugian dan posisi pelaku usaha lebih mudah untuk melakukan kecurangan.

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen merupakan tonggak perkembangan peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen di Indonesia. Diketahui bahwa undang-undang ini bukanlah yang pertama dan juga bukan yang terakhir, karena di masa lalu telah ada beberapa bentuk konsumsi yang disebarakan melalui beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-undang ini mengatur tentang kebijakan perlindungan konsumen baik dalam hukum

⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, U i Press, Jakarta, 1984, hlm 133

⁷ Az Nasution, Op.Cit, hlm 67

⁸ Suyadi, Op.Cit, hlm. 1.

⁹ Janus Sidabolok, Op. Cit, hlm. 9

¹⁰ Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm 90

substantif maupun formal mengenai penyelesaian sengketa konsumen.¹¹

Undang Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsep perlindungan konsumen, yaitu. berbagai tindakan yang ditujukan untuk melindungi dan menjamin kepastian hukum konsumen. Perlindungan konsumen bersifat luas dan mencakup perlindungan konsumen atas barang dan jasa, yang terdiri dari tahap awal perolehan barang atau jasa hingga efek dari barang atau jasa tersebut.

B. Pemenuhan Hak Atas Informasi Bagi Konsumen

Pelaksanaan hak atas informasi diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4 Undang Undang Perlindungan Konsumen, yang menurutnya konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang keadaan barang atau jasa yang ada. sesuai garansi. Menurut Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pedagang harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi barang atau jasa yang ada sesuai dengan ketentuan garansi, perbaikan dan pemeliharaan.

Menurut Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bisnis tidak boleh menjual barang atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dibuat dalam

iklan. Terkait hak atas informasi terdiri dari informasi yang benar, jelas, dan jujur maksudnya yaitu:

- 1) Informasi benar: menurut KBBI kata benar yaitu sesuai sebagaimana adanya (seharusnya). Sehingga dengan informasi yang benar, tujuannya agar spesifikasi barang dan/atau jasa pada label atau iklan sesuai dengan keadaan sebenarnya. Agar informasi yang diberikan tidak mubazir dan tidak dibenarkan kebenarannya.
- 2) Informasi jelas: maksudnya informasi yang disampaikan harus mudah dipahami dan dimengerti serta keseluruhan informasi haruslah lengkap sesuai dengan kenyataan tanpa ada yang ditutup-tutupi.
- 3) Informasi jujur: Artinya, informasi yang diberikan tidak boleh mengandung kebohongan atau penipuan, karena akan merugikan pihak lain.

Peraturan jual beli elektronik diatur dalam Pasal 49 dan 51 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta Perubahan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 (ITE) Nomor 19 Tahun 2008. Bagian 9 Undang-Undang Nomor 11 Perubahan Informasi dan Transaksi Elektronik Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 menyebutkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang terbuka, lengkap dan benar

¹¹ Abdul Halim Barkatullah, *Op. Cit*, hlm.20.

dalam memasarkan barang.

Pasal 51 Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, bahwa para pihak wajib memastikan kebenaran informasi dan sarana serta layanan penyelesaian sengketa.

Tujuan perlindungan konsumen adalah untuk menjamin hak-hak konsumen untuk mencegah ketidakjujuran pelaku usaha. Serta konsumen berhak atas informasi yang benar, jujur dan jelas, yang diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK. Kosnuemn menganggap ini penting karena pengusaha bertanggung jawab atas informasi ini.

Informasi yang benar, jelas dan jujur sangat penting untuk menghindari kemungkinan adanya itikad buruk dari pedagang yang berujung pada kerugian konsumen. Apabila hak akses informasi diabaikan, maka dapat dikatakan tidak lengkap dalam pedoman atau terhalang oleh informasi yang tidak jelas. Informasi yang diberikan pelaku usaha sangat mempengaruhi nasib konsumen, terlepas dari apakah mereka menderita kerugian atau tidak

Pihak pelaku usaha wajib memberikan informasi yang sebenarnya demi kepentingan konsumen ketika memilih barang. Menurut Howard Beales menyatakan bahwa standar harga kualitas keterangan mempengaruhi kemudahan konsumen dalam memilih barang.

C. Transaksi Umum Jual Beli Online

Pengertian transaksi menurut KBBI yaitu persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua belah pihak. Sedangkan pengertian online dalam jual beli adalah menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan upaya penjualan atas produk-produk yang akan diperjualbelikan.

Transaksi online adalah jual beli barang dan jasa di pasar perdagangan yang dilakukan antara dua belah pihak yang menggunakan fasilitas jaringan internet untuk menjual barang yang akan diperjualbelikan. Baik penjual maupun pembeli melakukan transaksi online melalui media elektronik, memungkinkan tanpa pertemuan langsung. Namun, pembayaran tidak dilakukan secara langsung; sebaliknya, barang yang dihasilkan dari transaksi dikirim melalui jasa pengantaran paket.

Teknologi informasi yang semakin maju membuat perubahan kebiasaan dalam bertransaksi jual beli. Sebelumnya kebiasaan masyarakat bertransaksi dengan cara jual-beli secara langsung atau adanya pertemuan antara penjual dan pembeli. Sekarang transaksi itu menjadi transaksi online, tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung namun melalui teknologi informasi yang di sambungkan dengan internet. Transaksi online sekarang dijadikan metode jual-beli yang sering dilakukan oleh

masyarakat jaman sekarang di Indonesia. Faktor yang meningkatkan pelaku usaha melakukan transaksi online yaitu biaya pemasaran dan biaya distribusi yang digunakan lebih sedikit dari pada biaya jual-beli tatap muka karena membutuhkan modal yang lebih sedikit dalam menjalankan bisnis transaksi online.

Sedangkan faktor mendorong konsumen bertransaksi online yaitu lebih mudah, menghemat waktu, hemat biaya. Seperti mudah dalam memilih beragam barang yang diinginkan serta konsumen tidak mengeluarkan biaya transportasi menuju toko yang akan dipilih serta menghemat waktu. Melalui transaksi online konsumen dapat memilih barang kebutuhan dengan mudah, membandingkan harga yang lebih murah dan membandingkan kualitas.

Hal ini lebih mudah hanya dengan mencari pada internet barang yang dicari akan muncul dengan harga, spesifikasi dan kualitas. Sehingga konsumen dapat dengan mudah membandingkan barang tersebut. Pemanfaatan teknologi internet tidak hanya terdapat kelebihan namun juga terdapat kekurangan.

Kekurangan dalam transaksi online yaitu dapat mengakibatkan dampak negative pada konsumen karena konsumen yang tidak bertemu langsung dengan pelaku usaha serta tidak saling mengenal dan hanya dilakukan atas dasar kepercayaan memungkinkan

konsumen dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak jujur.

Kesimpulan

Perlindungan hak informasi konsumen dalam kasus jual beli elektronik masih belum berjalan dengan baik, karena UUPK belum sepenuhnya dilaksanakan, karena pelaku usaha tetap mengabaikan kewajiban, larangan dan hak konsumen. Terutama dalam memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur. Pengusaha tidak memberikan informasi yang benar, jujur dan jelas karena pengusaha hanya mencari keuntungan sendiri. Padahal UU Perlindungan Konsumen mengatur tentang pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur. Akibatnya, konsumen mengalami kerugian dan sulit mendapatkan jaminan konsumen.

Kerugian yang diderita konsumen biasanya diselesaikan di luar pengadilan (tanpa proses pengadilan). Bahkan, banyak konsumen yang tidak menuntut ganti rugi karena tidak bisa terhubung kembali dengan operator. Pengadilan juga tidak menjadi pilihan karena menurut konsumen membutuhkan biaya yang relatif besar dan waktu yang lama, selain itu prosesnya cukup rumit dan tidak sebanding dengan kerugian yang ditimbulkan, sehingga konsumen lebih memilih untuk merelakan kerugian yang dialami. Hanya dalam kasus-kasus tertentu,

misalnya karena kerugian konsumsi yang besar, mereka memutuskan untuk menyelesaikannya di pengadilan.

Daftar Pustaka

- Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006.
- Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011
- Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Ctk. Pertama, UIN-Maliki Press, Malang, 2011
- Celina Tri Siwi Kristianti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk Ketiga, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008.
- Dikdik M. Arief Mansur, Elisatris Gultom, *Cyber Law*, PT Refika Aditama, Bandung, 2005
- Eli Wurua Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.
- Elsi dan Advendi, *Hukum Dalam Ekonomi*, PT Grasindo, Jakarta, 2007.
- Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Hasan Aedi, *Teori Etika Bisnis Islam*, PT alfabeta, Bandung, 2011.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005
- Ibnu Mas'ud, dan Zainal Abidin, *Fiqh Mazhab Syafi'I*, Pustaka Setia, Bandung, 2001.
- J. Satrio, *Hukum Perikatan-Perikatan Lahir dari Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010
- Joko Salim, *Step by Step Online*, PT Meida Komputindo, Jakarta, 2009.
- Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta, BPFE, 2004.
- NHT Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*, PT Panta Rei, Jakarta, 2005.
- Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013.
- Nurhalis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", terdapat dalam <https://jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS/article/download/267/237>, Diakses terakhir tanggal 28 mei 2023
- Putu Surya Mahardika dan Dewa Gde Rudy, "Tanggung Jawab pemilik Toko Online dalam jual beli online", terdapat pada <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/40718/24693> diakses terakhir tanggal 28 mei 2023.
- Rifan Adi Nugraha, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online", terdapat dalam <https://www.neliti.com/id/publications/23092/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online-28-Mei-2023>
- Wibowo T Tunardy, "Perbuatan yang dilarang oleh Pelaku Usaha" terdapat dalam <https://www.jurnalhukum.com/perbuatan-yang-dilarang-bagi-pelaku-usaha/> diakses terakhir pada 28 Mei 2023.