



Research Article

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Pelaku Bisnis Dalam Bisnis Digital E-Commerce

Winda Tri Wahyuningsih

Program Studi Ilmu Hukum Universitas Wiralodra

E-mail: windatriwahyuning21@gmail.com

Copyright © 2023 by Authors, Published by **Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : September 21, 2023

Revised : Oktober 08, 2023

Accepted : November 20, 2023

Available online : December 14, 2023

How to Cite: Winda Tri Wahyuningsih. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Pelaku Bisnis Dalam Bisnis Digital E-Commerce. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 1(1), 40-48. <https://doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.5>

Abstrak. Perkembangan teknologi mengubah tatanan nilai dan kehidupan manusia, salah satunya yaitu perkembangan bisnis. Kebutuhan terhadap hukum yang dapat menjamin hak para pihak dalam bisnis di era digital khususnya perlindungan terhadap konsumen meningkat pesat seiring permasalahan yang semakin kompleks. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana regulasi perlindungan dari sudut pandang hukum bagi konsumen dan pelaku usaha dalam bisnis digital. Namun, regulasi yang mengatur terkait perlindungan konsumen merupakan regulasi yang lahir jauh sebelum digitalisasi. Bisnis dengan platform digital/e-commerce diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kata Kunci: Pelindungan, Hukum, Bisnis Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa dampak yang begitu besar bagi tatanan kehidupan. Dampak positif yang dihasilkan oleh perkembangan teknologi yang begitu pesat adalah kemudahan dalam memperoleh informasi secara daring. Perkembangan teknologi mengubah analog menjadi digital. Beberapa aspek yang dulu bersifat lokal dan sempit jangkauannya, kini telah beralih ke jangkauan yang lebih luas bahkan global. Ditinjau dari aspek sosial, Era digital memungkinkan manusia berinteraksi bahkan berbisnis dengan manusia di belahan negara lain dengan sangat mudah. Era digital memungkinkan masyarakat melakukan jual beli tanpa adanya tatap muka. Jual beli dapat dilakukan bahkan ketika Pelaku Usaha dan Konsumen berada dalam jarak yang cukup jauh secara geografis.

Setelah beralihnya pasar ritel ke media digital atau biasa disebut market place, selanjutnya era startup tumbuh dengan pesat, diantaranya menawarkan jasa transportasi dan pesan antar hingga pemesanan tiket dan hotel. Selain memberikan dampak positif, perubahan membawa pula dampak negatif seiring dengan adanya perubahan nilai dan tatanan kehidupan. Seiring dengan mudahnya akses informasi, kemungkinan penyalahgunaan informasi tersebut juga menjadi mudah. Bisnis digital memungkinkan konsumen membeli barang dari luar daerahnya atau bahkan dari luar wilayah Indonesia tanpa terlebih dahulu melihat atau memeriksa kondisi barang. Hal tersebut meningkatkan risiko kecurangan pelaku usaha yang akan merugikan konsumen.

Selain banyaknya masalah yang terjadi di kalangan pasar ritel, bisnis startup juga memiliki masalahnya tersendiri. Maraknya order fiktif oleh oknum konsumen tidak bertanggung jawab di kalangan penyedia jasa pesan antar tentu saja sangat merugikan penyedia jasa. Undang – undang perlindungan konsumen mengatur hal – hal yang dilarang bagi pelaku usaha namun belum mengatur hal hal yang dilarang bagi konsumen. Padahal seiring berkembangnya zaman, kerugian dapat dialami konsumen maupun pelaku usaha, sehingga perlu adanya suatu regulasi khusus yang dapat melindungi hak – hak dari konsumen maupun Pelaku Usaha baik dalam bisnis konvensional maupun bisnis.

Perkembangan bisnis digital dalam bentuk e-commerce di beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang pesat, hal ini membuat e-commerce menjadi salah satu bisnis yang memiliki prospek yang bagus dalam dunia perdagangan. Indonesia merupakan pasar potensial bagi bisnis e-commerce, tercatat pengguna internet yang mencapai hampir 39 juta dan sekitar 5 juta atau 12 % diantaranya menggunakan internet sebagai sarana bertransaksi (A.T.Kearney, 2015).

Bisnis dengan platform digital atau E-commerce telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mendefinisikan transaksi elektronik atau e-commerce sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Seiring dengan meningkatnya perkembangan industri berbasis digital, ini akan membuka peluang terjadinya

persaingan usaha yang tidak sehat. Hal ini bisa terjadi antara pelaku usaha dengan platform digital, dengan pelaku usaha konvensional.

Selanjutnya hal yang perlu diperhatikan adalah pencantuman klausula baku. Kesetaraan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha memang sudah diakui secara yuridis, namun praktiknya, konsumen tidak memiliki pilihan lain selain mematuhi aturan yang diberikan oleh Pelaku Usaha (R, 2018) .

Beberapa aplikasi mengharuskan konsumen mengizinkan akses terhadap data yang terdapat pada ponsel konsumen sebelum menggunakan beberapa aplikasi Data apa saja yang akan diakses pelaku usaha cenderung tidak jelas. Pada beberapa aplikasi pinjaman online misalnya, kreditur dapat mengakses daftar kontak milik debitur. Kemudian ada juga contoh nyata dapat yang ditemukan pada praktik jual beli online, pencantuman klausula baku oleh penjual merupakan hal yang biasa dilakukan, hal tersebut menimbulkan adanya daya tawar yang tidak seimbang antara penjual dan pembeli (Rifan Adi Nugraha, 2015).

Hukum dianggap memiliki peran besar dalam perubahan masyarakat yaitu ketika hukum dapat merespons dengan cepat perubahan hukum yang terjadi, mengingat permasalahan dalam masyarakat cenderung berubah secara cepat mengikuti perubahan pola hidup masyarakatnya. Namun ketika hukum cenderung lambat dalam merespon perubahan, hukum memperkecil fungsinya dalam masyarakat, sehingga masyarakat berubah dengan sendirinya bukan karena adanya hukum yang bekerja (Rahardjo, 2010). Sebagai suatu negara hukum, segala bentuk tindakan apapun itu termasuk perilaku dalam bisnis di era digital haruslah sesuai dengan peraturan perundangan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode penelitian normatif, dimana metode normatif ini berarti metode yang lebih menekankan pada konsepsi bahwa hukum dapat dipandang sebagai seperangkat peraturan perundang – undangan yang tersusun secara sistematis berdasarkan pada tata urutan yang tersusun secara piramidal – hierarkial, dengan sumber utama yang disebut dengan istilah *grundnorm* sebagai payung dari seluruh peraturan perundang – undangan. Tata urutan tersebut harus memiliki ciri khas, yaitu adanya harmonisasi atau sinkronisasi, baik sinkronisasi vertikal maupun sinkronisasi horizontal, yang mana sinkronisasi vertikal menghendaki agar peraturan perundang – undangan yang lebih rendah tidak boleh bertentangan dengan peraturan yang lebih tinggi sedangkan sinkronisasi horizontal menghendaki adanya kesesuaian antara peraturan perundang – undangan yang setingkat tanpa ada pertentangan (Seteki, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Hukum Indonesia

Sebagai sebuah sistem, hukum terbagi dalam 3 (tiga) komponen yaitu: struktur hukum, substansi hukum dan kultur hukum (Friedman, Lawrence M , 2009).

- Struktur Hukum

Struktur hukum/penegak hukum merupakan alat yang menjalankan hukum berupa suatu lembaga yang diciptakan oleh hukum, diantaranya kepolisian, kejaksaan dan pengadilan yang memiliki fungsi sebagai law enforcement.

- **Subtansi Hukum**

Struktur hukum/penegak hukum merupakan alat yang menjalankan hukum berupa suatu lembaga yang diciptakan oleh hukum, diantaranya kepolisian, kejaksaan dan pengadilan yang memiliki fungsi sebagai law enforcement.

- **Kultur Hukum**

Struktur hukum/penegak hukum merupakan alat yang menjalankan hukum berupa suatu lembaga yang diciptakan oleh hukum, diantaranya kepolisian, kejaksaan dan pengadilan yang memiliki fungsi sebagai law enforcement (Arif, Yudha Candra N , 2013).

Salah satu ciri dari sistem hukum adalah sifatnya yang terbuka. Salah satu penganut teori sistem hukum terbuka adalah Paul Scholten yang berpendapat bahwa "Hukum itu merupakan suatu sistem; bahwa semua peraturan-peraturan itu saling berhubungan yang satu ditetapkan oleh yang lain; bahwa peraturan-peraturan tersebut dapat disusun secara mantik dan untuk yang bersifat khusus dapat dicari aturan-aturan umumnya, sehingga sampailah pada asas-asas". Tapi ini tidak-lah berarti bahwa dengan bekerja secara mantik semata-mata untuk tiap-tiap hal dapat dicarikan keputusan hukumnya sebab disamping pekerjaan intelek, putusan itu selalu didasarkan pada penilaian yang menciptakan sesuatu yang baru.

Berdasarkan teori hukum tersebut, dalam menjalankan fungsinya, 3 komponen sistem hukum tersebut saling terkait satu sama lain, substansi hukum yang selalu dapat mengimbangi permasalahan masa kini sangat dibutuhkan agar dapat menjadi pedoman bekerjanya struktur hukum dan terciptanya budaya hukum yang baik.

Dasar Hukum Bisnis Digital Bagi Konsumen Dan Pelaku Bisnis Di Indonesia

Dengan berkembangnya zaman trend belanja online yang diikuti juga dengan meningkatnya populasi market place atau e-commerce. Seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada yang brand mereka kini sudah dikenal oleh masyarakat luas. Begitu juga dengan online shop yang mengandalkan media social sebagai wadah interaksi mereka dengan pembeli. Semua berlomba-lomba untuk menarik simpati para pembeli dengan memasang sejumlah penawaran, termasuk di dalamnya penawaran gratis ongkos kirim. Namun seperti kegiatan bisnis pada umumnya, kegiatan yang menyangkut bisnis online juga tidak lepas dari pengawasan hukum. Berikut beberapa Undang-Undang terkait dengan kegiatan bisnis online:

- **Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

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. Pentingnya kehadiran konsumen dalam perniagaan yang semakin maju di era digital dewasa ini sudah

tidak diragukan lagi. Perlindungan terhadap konsumen haruslah diupayakan sehingga menjamin adanya kepastian hukum pada pelaksanaannya.

1. **Tujuan Perlindungan Konsumen.** Konsumen harus mempunyai kesadaran dan kemampuan dalam melindungi dirinya. Para pelaku usaha juga harus memiliki keterbukaan informasi terhadap barang dan/atau jasa yang diproduksinya, sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam melindungi hak konsumen. Hal ini juga membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa dalam kelangsungan usahanya.
2. **Hak dan Kewajiban Konsumen.** Sebagai konsumen hendaknya kita juga harus bisa memahami hak-hak yang ada. Dari hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, sampai hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hal ini berguna kelak jika suatu saat konsumen ingin menuntut haknya dalam hal mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. (UU Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 4) Sama pentingnya dengan hak yang didapatkan konsumen, konsumen haruslah memahami betul kewajibannya dalam transaksinya dengan pelaku usaha. Terdapat empat poin kewajiban konsumen, adalah:
 1. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
 2. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
 3. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
 4. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Perlindungan konsumen bukan hanya menyangkut hak-hak yang disebutkan dalam Undang-Undang, melainkan perlindungan hak konsumen sepenuhnya. Termasuk hak perlindungan data pribadi konsumen agar tidak tersebar luas di luar kepentingan transaksi tanpa seizin mereka (BPLawyers, 2021).

• Undang-Undang Perdagangan

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan. Detil-detil mengenai kegiatan perdagangan dibahas lengkap dalam Undang-Undang ini. Perihal bisnis online juga sudah diatur di dalam Pasal 65 ayat 1 sampai dengan ayat 6, yaitu sebagai berikut:

Ayat 1:

“Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.”

Ayat 2:

“Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).”

Ayat 3:

“Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.”

Ayat 4:

“Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:

- Identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen dan Pelaku Usaha Distribusi;
- Persyaratan teknis barang yang ditawarkan;
- Persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan;
- Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa;
- Cara penyerahan barang.”

Ayat 5:

“Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.”

Ayat 6:

“Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi berupa pencabutan izin.”

• **Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 atau UU ITE**

Dahulu kegiatan yang berkaitan dengan e-commerce diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2002 terkait Hak Cipta, lalu Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 terkait Merek, serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Beberapa Undang-Undang yang disebutkan itu dijalankan sebelum terbitnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 terkait Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang dikenal sebagai UU ITE.

UU ITE memberi dua hal penting, yaitu:

1. Pengakuan transaksi elektronik serta dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan juga hukum pembuktian. Sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin.
2. Jika ada Tindakan yang diklasifikasikan sebagai pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan Teknologi Informasi akan ada ganjaran berupa sanksi pidana. Dengan adanya pengakuan dalam UU ITE ini, kegiatan yang menyangkut e-commerce jadi memiliki kepastian hukum (BPLawyers, Aspek-Aspek Hukum Digital, E-Commerce).

UU ITE mengatur ketentuan bahwa transaksi elektronik dapat diwujudkan dalam sebuah kontrak berbentuk elektronik yang mencantumkan mekanisme penyelesaian sengketa yang akan digunakan apabila terjadi perselisihan diantara para pihak dan apabila mekanisme yang telah dipilih tersebut tidak dilakukan maka berlaku terhadapnya asas – asas Hukum Perdata Internasional (Syafriana, 2016).

Bisnis Digital Yang Tidak Sehat Menurut Hukum

Bisnis digital dapat dipahami sebagai perdagangan secara online/ e-commerce dengan menggunakan sistem perdagangan elektronik yang mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan, atau informasi melalui jaringan internet (Barkatullah, 2006).

Menurut Pasal 1 angka 6 UU Larangan Monopoli dan Praktek Persaingan Usaha tidak Sehat yang menyatakan bahwa “Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha”.

Sultan Remy Sjahdeini mendefinisikan Electronic Commerce atau disingkat E-Commerce adalah kegiatan-kegiatan yang menyangkut konsumen, manufaktur, service provider, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer, yaitu internet (Sjahdeini, 2011).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, terdapat beberapa unsur pada bisnis e-commerce, yaitu sebagai berikut (Hotana, 2018) :

- a. Adanya Kontrak bisnis.
- b. Kontrak dilaksanakan dengan media elektronik.
- c. Tidak diperlukannya kehadiran fisik dari para pihak.
- d. Kontrak dilakukan dalam jaringan publik.
- e. Kontrak yang terlepas dari batas yurisdiksi negara.
- f. Mempunyai nilai ekonomi.

Salah satu bentuk persaingan usaha tidak sehat, yaitu kegiatan monopoli, maka setiap pelaku usaha dilarang melakukan penguasaan atas produksi dan pemasaran barang atau jasa yang dapat mengakibatkan dapat terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat (Kalang, 2017).

Istilah monopoli adalah kata yang bermakna netral, yaitu penguasaan atas produksi dan/atau pemasaran barang atau penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Penguasaan demikian tidak harus berarti negatif. Ada jenis monopoli tertentu yang tidak bisa dihindari demi alasan efisiensi (natural monopoly) atau karena dilindungi oleh undang-undang (statutory monopoly). Oleh karena itu, yang dilarang oleh undang-undang adalah praktek monopoli, yang dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum. Disisi lain, ketentuan UU No. 5 Tahun 1999 tidak cukup konsisten untuk menggunakan perbedaan dua istilah di atas. Hal itu terlihat dari pemakaian judul Bagian Pertama dari Bab IV tentang Kegiatan yang dilarang (Shidarta, 2019).

Terkait dengan kasus monopoli bisnis digital di Indonesia, hal itu bisa dilihat pada perkembangan dua perusahaan digital transportasi online yaitu Grab dan Go-

Jek. Kedua perusahaan transportasi berbasis digital tersebut memberlakukan tarif diskon kepada pelanggan dengan metode voucher diskon dan potongan harga jika menggunakan alat pembayaran elektronik tertentu. Kebijakan tarif diskon oleh ojek online kepada pengguna, dapat mengarah kepada predatory pricing, dengan mematikan usaha pesaing dan menimbulkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

KESIMPULAN

Berkembangan zaman trend belanja online yang diikuti juga dengan meningkatnya populasi market place atau e-commerce. Seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada yang brand mereka kini sudah dikenal oleh masyarakat luas. Begitu juga dengan online shop yang mengandalkan media social sebagai wadah interaksi mereka dengan pembeli. Semua berlomba-lomba untuk menarik simpati para pembeli dengan memasang sejumlah penawaran, termasuk di dalamnya penawaran gratis ongkos kirim. Namun seperti kegiatan bisnis pada umumnya, kegiatan yang menyangkut bisnis online juga tidak lepas dari pengawasan hukum.

Perkembangan teknologi mengubah tatanan nilai dan kehidupan manusia, salah satunya yaitu perkembangan bisnis. Kebutuhan terhadap hukum yang dapat menjamin hak para pihak dalam bisnis di era digital khususnya perlindungan terhadap konsumen meningkat pesat seiring permasalahan yang semakin kompleks. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana regulasi perlindungan dari sudut pandang hukum bagi konsumen dan pelaku usaha dalam bisnis digital. Namun, regulasi yang mengatur terkait perlindungan konsumen merupakan regulasi yang lahir jauh sebelum digitalisasi. Bisnis dengan platform digital/e-commerce diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Suwandono, & Deviana Yuanitasari. (2023). Perkembangan Penyalahgunaan Keadaan Sebagai Dasar Pembatalan Perjanjian Dalam Sistem Hukum Perjanjian Di Indonesia. *JUSTICES: Journal of Law*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.58355/justices.v2i1.31>
- A.T.Kearney. (2015). *Lifting The Barriers of E-Commerce in ASEAN*. CIMB ASEAN Research Institute.
- Arif, Yudha Candra N. (2013). Dimensi perubahan hukum dalam perspektif sistem hukum terbuka. *Jurnal IuS ; Kajian hukum dan keadilan*.
- Barkatullah, A. H. (2006). *Bisnis E-Commerce*. Medan: Pustaka Pelajar.
- BPLawyers. (2021). Undang - Undang Yang Harus Dipatuhi Pelaku Bisnis Online. *BPLawyers Conselors at Law*.
- BPLawyers. (t.thn.). Aspek-Aspek Hukum Digital, E-Commerce. *BPLawyers Conselors at Law*, 2021.
- Friedman, Lawrance M. (2009). *Sistem Hukum : Perspektif Ilmu Sosial*. Bandung: Nusa Media.

- Hotana, M. S. (2018). "Industri E-Commerce dalam Menciptakan Pasar yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha". *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune Volume I*.
- Kalang, B. E. (2017). "Prosedur Penanganan Perkara Monopoli dan Persaingan Curang serta Sanksi Hukum Terhadap Pelanggaran UU No. 5 Tahun 1999". *Jurnal Hukum Lex Crimen Vol. VI*.
- R, S. (2018). Perlindungan hukum konsumen atas penerapan klausula baku. *Jurnal Yudisial*.
- Rahardjo. (2010). *Sosiologi Hukum Esai Esai Terpilih*. Yogyakarta: Genta Publishing.
- Rifan Adi Nugraha, J. M. (2015). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online . *Jurnal Serambi Hukum*.
- Seteki. (2018). *Metodelogi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori dan Praktik)*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Shidarta. (2019). Catatan Seputar Hukum Persaingan Usaha . *artikel Hukum*.
- Sjahdeini, S. R. (2011). E-Commerce tinjauan dari perspektif hukum. *Majalah Hukum Bisnis Vol.12*.
- Syafriana, R. (2016). Perlindungan Konsumen dalam transaksi Elektronik. *De Lega Lata*.
- Syawaludin, & Arif Wibowo. (2023). Jurisprudence of the State Administrative Court in the Development of State Administrative Law. *JUSTICES: Journal of Law*, 2(1), 21–33. <https://doi.org/10.58355/justices.v2i1.18>