

Research Article

Analisis Yuridis Tanggung Jawab Pelaku Usaha E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen

Ade Samsul¹, Ratu Mawar Kartina²

Fakultas Hukum Universitas Swadaya Gunung Jati^{1,2}

Corresponding Author, Email: samsulade298@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze legal protection for consumers in e-commerce transactions and the effectiveness of dispute resolution mechanisms between consumers and businesses. The research questions in this study are: What forms does legal protection for consumers take in e-commerce transactions, and how effective are consumer dispute resolution mechanisms in e-commerce transactions? The research method used is an empirical legal approach, incorporating legislative analysis and case studies based on field data. The results indicate that, in practice, legal protection for consumers has not been fully effective. This is evident in the first consumer's case, where the consumer communicated with the seller and provided video evidence of the unboxing process but received no response and encountered difficulties in the product return process. Meanwhile, the second consumer did not initially communicate with the seller but still submitted a return request accompanied by unboxing video evidence. Both cases demonstrate that although consumer protection mechanisms are in place, their implementation still faces various obstacles, both from business operators and the platform system. Therefore, enhanced oversight, regulatory clarity, and accountability from business operators and marketplaces are necessary to ensure more effective legal protection for consumers.

Keywords: consumer protection, e-commerce, marketplace.



This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era globalisasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam kegiatan ekonomi dan perdagangan. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah munculnya perdagangan elektronik (e-commerce), yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara daring tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Kehadiran e-commerce memberikan kemudahan, efisiensi, serta akses yang lebih luas bagi konsumen maupun pelaku usaha dalam melakukan

aktivitas ekonomi.¹ Konsensualisme, atau kesepakatan antara dua pihak, adalah gagasan lain yang berlaku untuk transaksi e-commerce. Perjanjian jika penjual membuat penawaran dan calon pembeli memiliki penerima. Kesepakatan antara para pihak dimulai dengan penawaran dan penerimaan ini. prosedur standar untuk membuat dan menerima penawaran. Internet adalah media yang digunakan dalam transaksi e-commerce; ini adalah satu-satunya perbedaan.²

Secara hukum, transaksi e-commerce pada dasarnya merupakan perjanjian jual beli yang tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip hukum perdata, khususnya asas konsensualisme, yaitu adanya kesepakatan antara para pihak. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan, yaitu melalui sistem elektronik berbasis internet. Namun demikian, kemudahan tersebut juga membawa konsekuensi berupa meningkatnya potensi risiko bagi konsumen.³

Dalam praktiknya, ditengah penjualan yang semakin marak faktanya masih banyak ditemukan permasalahan dalam transaksi e-commerce, seperti ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, hingga kesulitan dalam proses pengembalian barang (*retur*) dan pengajuan komplain konsumen kepada toko. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara praktik di lapangan dengan ketentuan hukum yang berlaku. Bahkan, data kementerian Perdagangan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pengaduan konsumen di sektor e-commerce dalam beberapa tahun terakhir, yang mayoritas berkaitan dengan transaksi digital.

Salah satu contoh nyata dapat dilihat dalam kasus disalah satu platform marketplace, di mana seorang bernama isa selaku pembeli melaporkan bahwasannya barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Pembeli tersebut telah membeli kamera dan perangkat DVR dari satu toko, tetapi produk yang diterima ternyata tidak bisa digunakan bersama, sehingga menjadi tidak berfungsi. Setelah mengajukan komplain dengan bukti yang lengkap, pengembalian dana ditolak oleh Shopee tanpa memberikan alasan yang jelas, menyebabkan pembeli mengalami kerugian finansial hingga jutaan rupiah.⁴

Selanjutnya, jika dilihat dari berbagai kasus dalam beberapa tahun terakhir, terlihat bahwa pada platform e-commerce terjadi peningkatan permasalahan yang signifikan, sebagaimana Kementerian Perdagangan (Kemendag) mencatat lonjakan mencolok dalam jumlah pengaduan konsumen, yang mayoritas berasal dari transaksi e-commerce, yakni dari tahun 2022 hingga Maret 2025 tercatat sebanyak 20.942 aduan masuk, di mana lebih dari 92% di antaranya atau sebanyak 19.428 kasus terkait langsung dengan perdagangan daring (online).⁵

Permasalahan tersebut meragukan efektivitas UU perlindungan konsumen pada transaksi online, terutama dalam hal penyelesaian perselisihan antara pembeli dan penjual. UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengamanatkan bahwasannya perusahaan menjamin hak pelanggan untuk menerima produk sesuai

¹ Tibar Cahyo Rosanto et al., "Legal Review on Consumer Protection in E-Commerce Transactions" 5, no. 8 (2024): 961–67.

² Yanci Libria Fista and Aris Machmud, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang- Undang Perlindungan Konsumen" 12 (2023): 177–89, <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.

³ Fista and Machmud.

⁴ Media Konsumen, "Shopee Membuat Rugi Konsumen Setianya," diterbitkan 15 Juli 2025, <https://mediakonsumen.com/2025/07/15/surat-pembaca/shopee-membuat-rugi-konsumen-setianya>

⁵ Martyasari Rizky, "Muncul Fenomena Barang Palsu Banjiri Ecommerce, Ribuan Orang RI Korban," CNBC Indonesia, 2025, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250424155517-4-628483/muncul-fenomena-barang-palsu-banjiri-ecommerce-ribuan-orang-ri-korban>.

kesepakatan dan memberikan informasi yang akurat, transparan, dan benar. Namun, kenyataannya menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang kesulitan untuk mendapatkan keadilan ketika terjadi permasalahan dalam dunia digital.⁶

Maka dari itu, dalam konteks pentingnya melakukan penelitian tentang seberapa baik marketplace menerapkan prinsip perlindungan konsumen, serta untuk memahami peran regulasi dan lembaga pengawas dalam melindungi hak-hak konsumen di dunia digital.

METHOD

Penelitian ini mengkaji seberapa baik penerapan regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi pasar digital dengan menggunakan metodologi penelitian hukum normatif (*doctrinal research*) dengan pendekatan statutory (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Seperti UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik.

Buku hukum, jurnal ilmiah, makalah hukum, dan temuan studi sebelumnya yang berhubungan dengan transaksi digital dan perlindungan konsumen adalah contoh lain dari sumber daya hukum sekunder. Kamus hukum, ensiklopedia, dan bahan referensi lainnya merupakan isi hukum tersier. Dengan mengumpulkan, mengidentifikasi, dan mengevaluasi sumber daya hukum yang relevan dari berbagai literatur, basis data hukum, dan arsip putusan pengadilan, prosedur pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (*library research*) dengan menggunakan metode dokumentasi. Untuk memaksimalkan perlindungan konsumen dalam transaksi pasar digital, metode analisis data memakai analisis kualitatif dengan teknik analisis deskriptif-preskriptif, yang meliputi mendeskripsikan dan menafsirkan ketentuan hukum yang berlaku, menganalisis kesenjangan dan kekurangan dalam penerapan peraturan dalam praktik, serta memberikan perbaikan dan solusi hukum. Metode deduksi kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan dari premis-premis hukum yang telah diteliti.

1. Jenis dan sifat Penelitian

Tujuan dari proyek penelitian hukum normatif ini yakni untuk menyelidiki dan mengevaluasi standar hukum yang relevan terkait dengan perlindungan konsumen di industri e-commerce. Penelitian ini bersifat deskriptif dan analitis karena berupaya menjelaskan secara sistematis peraturan perundang-undangan yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam jual beli elektronik dan menyelidiki penerapannya di sektor tersebut.

2. Pendekatan Penelitian

UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik, dan peraturan lain yang berkaitan dengan transaksi elektronik dan kewajiban pelaku usaha hanyalah beberapa contoh peraturan perundang-undangan terkait yang ditinjau dan dianalisis dalam pendekatan legislatif.

pendekatan konseptual, yang mengkaji gagasan hukum termasuk perlindungan konsumen, akuntabilitas pelaku usaha, dan prinsip kewajaran dalam transaksi elektronik sambil berkonsultasi dengan teori hukum dan pendapat ahli.

⁶ Perlindungan Hukum et al., "Jurnal Commerce Law" 5, no. 1 (2025).

1. Sumber dan Bahan Hukum

Beberapa dokumen hukum dipakai pada penelitian ini, termasuk materi hukum dasar berupa undang-undang dengan akibat hukum. Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik, UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan banyak peraturan terkait lainnya termasuk dalam materi ini:

1. Materi hukum sekunder yang menginterpretasikan informasi hukum utama antara lain buku hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian, artikel hukum, dan pandangan pakar hukum tentang perlindungan konsumen dan e-commerce.
2. Materi hukum tersier, atau sumber daya tambahan yang membantu penjelasan terminologi dan gagasan hukum, seperti kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan referensi lainnya.

RESULTS AND DISCUSSION

A. Upaya apa yang Dilakukan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce yang Mengalami Kerugian

Dalam perspektif perlindungan konsumen, setiap konsumen yang mengalami kerugian memiliki hak untuk memperoleh penyelesaian permasalahan tersebut sebagaimana diatur dalam undang-undang Perlindungan Konsumen. Hal ini sejalan dengan teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Satjipto Rahardjo, yang menyatakan bahwa hukum berfungsi untuk memberikan perlindungan terhadap kepentingan manusia, termasuk konsumen sebagai pihak yang lemah dalam suatu hubungan hukum.⁷

Berdasarkan hasil penelitian terhadap dua kasus konsumen yang memiliki permasalahan berbeda dalam transaksi e-commerce, ditemukan bahwa kedua konsumen (korban 1 dan korban 2) telah melakukan upaya pembuktian dengan menyertakan *video unboxing* sebagai bukti bahwa barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. *Video unboxing* tersebut merupakan bentuk itikad baik konsumen sekaligus alat bukti awal yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian barang sejak pertama kali diterima. Dalam praktik e-commerce, bukti semacam ini memiliki peran penting dalam memperkuat posisi konsumen dalam mengajukan komplain maupun retur.

Pada kasus pertama, konsumen telah melakukan upaya komunikasi terlebih dahulu dengan pihak toko sebelum mengajukan retur. Upaya ini menunjukkan adanya langkah preventif untuk menyelesaikan masalah secara langsung dengan pelaku usaha. Namun demikian, meskipun telah disertai bukti *video unboxing* yang jelas, pihak toko tidak memberikan respons sama sekali. Kondisi ini menunjukkan adanya kelalaian serta kurangnya itikad baik dari pelaku usaha dalam menanggapi keluhan konsumen, sehingga menghambat penyelesaian secara cepat dan efektif.

Sementara itu, pada kasus kedua, konsumen tidak melakukan komunikasi langsung dengan pihak toko, melainkan langsung menempuh mekanisme retur melalui

⁷ Luh Putu et al., "Perlindungan Konsumen Atas Kerugian Ekonomi Akibat Pertamina Oplosan Dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," 2025, 6124–35.

sistem marketplace dengan metode pengambilan barang (*pickup*). Upaya ini juga telah dilengkapi dengan bukti video unboxing. Akan tetapi, berbeda dengan harapan, pihak marketplace tidak memberikan tanggapan ataupun tindak lanjut terhadap permohonan retur tersebut. Akibatnya, proses pengembalian tidak berjalan, dan barang yang dipermasalahkan masih berada di tangan konsumen tanpa adanya kejelasan penyelesaian.

Dari kedua kasus tersebut, dapat dianalisis bahwa meskipun konsumen telah memenuhi unsur pembuktian yang kuat melalui video unboxing serta telah menempuh mekanisme yang tersedia, baik melalui komunikasi langsung maupun sistem marketplace, hasil yang diperoleh belum memberikan perlindungan yang optimal.⁸ Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan bukti saja tidak cukup apabila tidak diimbangi dengan respons dan tanggung jawab dari pelaku usaha maupun marketplace sebagai penyelenggara sistem elektronik.

Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, konsumen memiliki hak untuk didengar keluhannya, memperoleh informasi yang benar, serta mendapatkan kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang dialami.⁹ Namun dalam praktiknya, kedua kasus ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum dan implementasinya. Tidak adanya respons dari pelaku usaha pada kasus pertama serta tidak optimalnya penanganan oleh marketplace pada kasus kedua mencerminkan lemahnya perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce.¹⁰

Lebih lanjut, kondisi ini juga menunjukkan bahwa posisi konsumen masih cenderung lemah, meskipun telah didukung dengan bukti yang kuat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya pengawasan terhadap pelaku usaha, belum optimalnya sistem penyelesaian pada marketplace, serta minimnya akuntabilitas platform dalam menjamin hak-hak konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan konsumen, termasuk penyertaan video unboxing sebagai alat bukti, belum sepenuhnya efektif dalam memberikan penyelesaian atas kerugian yang dialami.

Selain itu, menurut teori tanggung jawab (*liability theory*), pelaku usaha seharusnya bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat produk yang diperdagangkan. Dalam konteks e-commerce, tanggung jawab ini mencakup kesesuaian barang, kualitas produk, serta pelayanan purna jual.¹¹ Namun dalam praktiknya, masih banyak pelaku usaha yang menghindari tanggung jawab tersebut.

B. Sejauh mana pemerintah memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi E-commerce.

⁸ Edy Purwito, "DI KOTA SURABAYA" 13, no. 1 (2023).

⁹ Adinda Fitra Masferisa et al., "Perlindungan Hukum Dan Penyelesaian Sengketa Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce" 14, no. 8 (2025), <https://doi.org/10.37893/jbh.v14i2.1229>.

¹⁰ Agus Satory, *HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (REGULASI, TANTANGAN DAN IMPLEMENTASI)* (Jakarta: Akasa, 2025).

¹¹ Yayasan Cerdas et al., "The Legal Liability of Marketplace Retailers for the Distribution of Counterfeit Goods in Indonesia Tanggung Jawab Hukum Retailer Di Marketplace Terhadap Peredaran Produk Palsu Di Indonesia Abstrak" 1, no. 3 (2026).

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan tanggung jawab negara sebagaimana diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan.¹² Dalam konteks ini, teori negara hukum (*rechtstaat*) menegaskan bahwa negara wajib memberikan perlindungan terhadap hak-hak warga negara, termasuk konsumen dalam transaksi e-commerce.

Secara normatif, pemerintah telah menyediakan berbagai instrumen hukum, seperti undang-undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Regulasi ini mengatur hak dan kewajiban para pihak serta memberikan dasar hukum bagi pemberian sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar.¹³

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum tersebut belum berjalan secara efektif. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya kasus kerugian konsumen akibat barang yang tidak sesuai, lemahnya tanggung jawab pelaku usaha, serta kurang optimalnya penyelesaian masalah yang dihadapi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara *das sollen* (hukum yang seharusnya) dan *das sein* (hukum dalam kenyataan).

Dalam perspektif teori penegakan hukum (*law enforcement theory*), efektivitas perlindungan hukum dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain substansi hukum, aparat penegak hukum, sarana dan prasarana, serta budaya hukum masyarakat.¹⁴ Dalam kasus e-commerce, kendala yang muncul antara lain kurangnya pengawasan pemerintah, kesulitan pembuktian dalam transaksi elektronik, serta rendahnya kesadaran konsumen untuk melaporkan pelanggaran.¹⁵

Selain itu, muncul pula persoalan terkait tanggung jawab marketplace sebagai perantara. Dalam praktiknya, marketplace seringkali melepaskan tanggung jawab dengan alasan hanya sebagai penyedia platform. Padahal, berdasarkan teori tanggung jawab mutlak (*strict liability*), pihak yang memiliki peran dalam distribusi produk seharusnya turut bertanggung jawab atas kerugian yang timbul. Hal ini menunjukkan adanya kekosongan atau ketidakjelasan pengaturan mengenai tanggung jawab platform dalam sistem e-commerce.¹⁶

Lebih lanjut, dalam perspektif teori perlindungan konsumen modern, perlindungan tidak hanya bertumpu pada regulasi, tetapi juga pada peran aktif pemerintah dalam pengawasan serta pemberdayaan konsumen. Dalam hal ini, pemerintah perlu meningkatkan edukasi hukum kepada masyarakat serta memperkuat sistem pengawasan terhadap pelaku usaha.¹⁷

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun pemerintah telah memberikan perlindungan hukum secara normatif, implementasinya masih belum

¹² Muhamad Abdul Kholik, Dian May Syifa, and Rena Zulfaidah, "Perlindungan Konsumen Digital : Hubungan Hukum Ekonomi , Sanksi Pidana , Dan Kewenangan Negara Dalam Era Digital," 2026, 5071–84.

¹³ Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

¹⁴ Abdul Fattaah, "Mediasi Dalam Perspektif Teori Penegakan Hukum Goldstein" 2, no. April (2023): 1–18.

¹⁵ Peran Pemerintah et al., "CONSTITUER : Jurnal Hukum Ketatanegaraan The Role of the Government in Protecting Consumers From," 2023, 37–60.

¹⁶ M Hasan Ubay Dillah, "Analisis Yuridis Pertanggung Jawaban Hukum Marketplace Dan Penjual Dalam Sengketa Jual Beli Online (Putusan No . 183 / Pdt . G / 2018 / PN Medan)" 4, no. 1 (2026).

¹⁷ Satory, *HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (REGULASI, TANTANGAN DAN IMPLEMENTASI)*.

optimal. Diperlukan penguatan regulasi, peningkatan penegakan hukum, serta peran aktif seluruh pihak untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif dalam transaksi e-commerce.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce belum berjalan secara optimal, khususnya dalam kasus barang tidak sesuai pesanan. Hal ini terlihat dari dua kasus yang diteliti, dimana kedua konsumen telah memiliki bukti kuat berupa video unboxing, namun tetap mengalami kendala dalam memperoleh haknya. Konsumen pertama telah beritikad baik dengan menghubungi pelaku usaha sebelum melakukan retur, tetapi tidak mendapatkan respons, sedangkan konsumen kedua langsung melakukan proses retur tanpa komunikasi awal. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun mekanisme pengaduan dan retur telah tersedia di platform, implementasinya masih lemah dan belum sepenuhnya memberikan kepastian serta keadilan bagi konsumen.

Berdasarkan rumusan masalah kedua, perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah terhadap konsumen e-commerce secara normatif telah diatur berbagai regulasi. Akan tetapi, implementasinya masih belum optimal, yang ditandai dengan masih banyaknya kasus kerugian yang dialami konsumen, lemahnya pengawasan, serta belum tegasnya tanggung jawab pelaku usaha dan platform marketplace. Dengan demikian terdapat kesenjangan antara aturan yang berlaku dengan pelaksanaannya di lapangan, sehingga perlindungan hukum bagi konsumen belum sepenuhnya efektif.

Saran

Berdasarkan Rumusan masalah pertama agar platform e-commerce dan pelaku usaha meningkatkan responsivitas serta tanggung jawab dalam menangani keluhan konsumen, terutama terhadap bukti yang sah seperti video unboxing. Selain itu, perlu adanya penguatan pengawasan dan penegakan hukum oleh pemerintah agar hak-hak konsumen dapat terlindungi secara efektif. Konsumen juga diharapkan lebih memahami prosedur pengaduan yang benar dan tetap melakukan komunikasi awal dengan penjual sebagai bentuk itikad baik sebelum menempuh mekanisme lebih lanjut.

Berdasarkan rumusan masalah kedua pemerintah perlu meningkatkan efektivitas perlindungan hukum dengan memperkuat pengawasan terhadap pelaku usaha serta memperjelas regulasi terkait tanggung jawab marketplace dalam transaksi e-commerce. Di samping itu pelaku usaha dan platform digital diharapkan lebih bertanggung jawab, transparan, dan responsif terhadap keluhan konsumen. Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat diperlukan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang lebih optimal dan berkeadilan.

REFERENCES

- Cerdas, Yayasan, Pedia Indonesia, Abelita Daud, Dolot Alhasni Bakung, and Mohammad Rivaldi Moha. "The Legal Liability of Marketplace Retailers for the Distribution of Counterfeit Goods in Indonesia Tanggung Jawab Hukum Retailer Di Marketplace Terhadap Peredaran Produk Palsu Di Indonesia Abstrak" 1, no. 3 (2026).
- Dillah, M Hasan Ubay. "Analisis Yuridis Pertanggung Jawaban Hukum Marketplace Dan Penjual Dalam Sengketa Jual Beli Online (Putusan No . 183 / Pdt . G / 2018 / PN

- Medan)” 4, no. 1 (2026).
- Fattaah, Abdul. “Mediasi Dalam Perspektif Teori Penegakan Hukum Goldstein” 2, no. April (2023): 1–18.
- Fista, Yanci Libria, and Aris Machmud. “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang- Undang Perlindungan Konsumen” 12 (2023): 177–89. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.
- Hanindy Mantri, Bagus. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce.” *Law Reformaw Reform* 3 (2007): 1–21.
- Hukum, Perlindungan, Terhadap Konsumen, Atas Barang, Sesuai Pesanan, and Melalui Marketplace. “Jurnal Commerce Law” 5, no. 1 (2025).
- Kholik, Muhamad Abdul, Dian May Syifa, and Rena Zulfaidah. “Perlindungan Konsumen Digital: Hubungan Hukum Ekonomi , Sanksi Pidana , Dan Kewenangan Negara Dalam Era Digital,” 2026, 5071–84.
- Masferisa, Adinda Fitra, Yusup Hidayat, Universitas Al, Azhar Indonesia, and Perlindungan Hukum. “Perlindungan Hukum Dan Penyelesaian Sengketa Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce” 14, no. 8 (2025). <https://doi.org/10.37893/jbh.v14i2.1229>.
- Panjaitan, Hulman. *Hukum Perlindungan Konsumen: Reposisi Dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*. Edisi Pert. Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021.
- Pemerintah, Peran, Harmful E-commerce Practices, Veggy Juniwati, Dikha Anugrah, and Anthon Fathanudien. “CONSTITUER: Jurnal Hukum Ketatanegaraan The Role of the Government in Protecting Consumers From,” 2023, 37–60.
- Penelitian, Jurnal. “All Fields of Science J-LAS” 4, no. 2 (2024): 102–9.
- Purwito, Edy. “DI KOTA SURABAYA” 13, no. 1 (2023).
- Putu, Luh, Niti Rahayu, Kadek Julia Mahadewi, Ketut Elly Sutrisni, and Ni Putu. “Perlindungan Konsumen Atas Kerugian Ekonomi Akibat Pertamina Oplosan Dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen,” 2025, 6124–35.
- Rizky, Martyasari. “Muncul Fenomena Barang Palsu Banjiri Ecommerce, Ribuan Orang RI Korban.” *CNBC Indonesia*, 2025. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250424155517-4-628483/muncul-fenomena-barang-palsu-banjiri-ecommerce-ribuan-orang-ri-korban>.
- Rosanto, Tibar Cahyo, Surti Komala Sari, Yodi Supriyadi, and Alip Rahman. “Legal Review on Consumer Protection in E-Commerce Transactions” 5, no. 8 (2024): 961–67.
- Satory, Agus. *HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (REGULASI, TANTANGAN DAN IMPLEMENTASI)*. Jakarta: Akasa, 2025.
- Mantri, B. H. (2007). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Law Reform*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.14710/lr.v3i1.12340>
- Cerdas, Yayasan, Pedia Indonesia, Abelita Daud, Dolot Alhasni Bakung, and Mohammad Rivaldi Moha. “The Legal Liability of Marketplace Retailers for the Distribution of Counterfeit Goods in Indonesia Tanggung Jawab Hukum Retailer Di Marketplace Terhadap Peredaran Produk Palsu Di Indonesia Abstrak” 1, no. 3 (2026).
- Dillah, M Hasan Ubay. “Analisis Yuridis Pertanggung Jawaban Hukum Marketplace Dan Penjual Dalam Sengketa Jual Beli Online (Putusan No . 183 / Pdt . G / 2018 / PN Medan)” 4, no. 1 (2026).
- Fattaah, Abdul. “Mediasi Dalam Perspektif Teori Penegakan Hukum Goldstein” 2, no. April (2023): 1–18.
- Fista, Yanci Libria, and Aris Machmud. “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam

- Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang- Undang Perlindungan Konsumen” 12 (2023): 177–89. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>.
- Hanindyo Mantri, Bagus. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce.” *Law Reformaw Reform* 3 (2007): 1–21.
- Hukum, Perlindungan, Terhadap Konsumen, Atas Barang, Sesuai Pesanan, and Melalui Marketplace. “Jurnal Commerce Law” 5, no. 1 (2025).
- Kholik, Muhamad Abdul, Dian May Syifa, and Rena Zulfaidah. “Perlindungan Konsumen Digital: Hubungan Hukum Ekonomi , Sanksi Pidana , Dan Kewenangan Negara Dalam Era Digital,” 2026, 5071–84.
- Masferisa, Adinda Fitra, Yusup Hidayat, Universitas Al, Azhar Indonesia, and Perlindungan Hukum. “Perlindungan Hukum Dan Penyelesaian Sengketa Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce” 14, no. 8 (2025). <https://doi.org/10.37893/jbh.v14i2.1229>.
- Panjaitan, Hulman. *Hukum Perlindungan Konsumen: Reposisi Dan Penguatan Kelembagaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memberikan Perlindungan Dan Menjamin Keseimbangan Dengan Pelaku Usaha*. Edisi Pert. Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021.
- Pemerintah, Peran, Harmful E-commerce Practices, Veggy Juniwati, Dikha Anugrah, and Anthon Fathanudien. “CONSTITUER : Jurnal Hukum Ketatanegaraan The Role of the Government in Protecting Consumers From,” 2023, 37–60.
- Penelitian, Jurnal. “All Fields of Science J-LAS” 4, no. 2 (2024): 102–9.
- Purwito, Edy. “DI KOTA SURABAYA” 13, no. 1 (2023).
- Putu, Luh, Niti Rahayu, Kadek Julia Mahadewi, Ketut Elly Sutrisni, and Ni Putu. “Perlindungan Konsumen Atas Kerugian Ekonomi Akibat Pertamina Oplosan Dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen,” 2025, 6124–35.
- Rizky, Martyasari. “Muncul Fenomena Barang Palsu Banjiri Ecommerce, Ribuan Orang RI Korban.” *CNBC Indonesia*, 2025. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250424155517-4-628483/muncul-fenomena-barang-palsu-banjiri-ecommerce-ribuan-orang-ri-korban>.
- Rosanto, Tibar Cahyo, Surti Komala Sari, Yodi Supriyadi, and Alip Rahman. “Legal Review on Consumer Protection in E-Commerce Transactions” 5, no. 8 (2024): 961–67.
- Satory, Agus. *HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (REGULASI, TANTANGAN DAN IMPLEMENTASI)*. Jakarta: Akasa, 2025.