

Transaksi Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Andi Wahyuddin Nur¹, Muhammad Firsan², Muhammad Syahbana³, Ramadandi⁴, Sefiani⁵, Sitti Zulqaidah AU⁶, Nur Hayati Masse⁷

¹⁻²⁻³⁻⁴⁻⁵⁻⁶⁻⁷Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamadukelleng

Abstrak

Meningkatnya penggunaan platform *e-commerce*, konsumen sering kali menghadapi berbagai risiko, seperti penipuan, produk cacat, dan kurangnya transparansi informasi. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan kerangka hukum yang jelas untuk melindungi hak-hak konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi risiko, menganalisis perlindungan hukum yang ditawarkan kepada konsumen dalam transaksi penjualan online, dan membuat rekomendasi untuk meningkatkan sistem perlindungan konsumen di Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif dan analisis data sekunder, penelitian ini menemukan bahwa meskipun ada regulasi yang ada, masih terdapat celah yang perlu diperbaiki agar perlindungan konsumen dapat lebih efektif.

Kata Kunci: *perlindungan konsumen, jual beli online, uu perlindungan konsumen*

Abstract

As the use of e-commerce platforms continues to grow, consumers are increasingly exposed to a range of risks, including fraud, defective products, and a lack of transparency regarding product information. Law No. 8/1999 on Consumer Protection provides a clear legal framework to protect consumer rights. This study aims to identify potential risks, analyze the legal protection offered to consumers in online sales transactions, and make recommendations to improve the consumer protection system in Indonesia. Through a qualitative approach and secondary data analysis, this study found that despite existing regulations, there are still gaps that need to be filled in order for consumer protection to be more effective..

Keywords: *consumer protection, online buying and selling, consumer protection law*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat umum menjalankan bisnis. Transaksi penjualan daring saat ini menjadi salah satu metode yang paling banyak digunakan konsumen Indonesia. Pada tahun 2022, terdapat 202,6 juta pengguna internet di Indonesia, dengan 63,5% di antaranya terlibat dalam perjudian daring, menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022). Namun, dengan meningkatnya jumlah transaksi online, muncul pula berbagai permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan perlindungan bagi konsumen dalam konteks transaksi jual beli online.

Menurut Pasal 4 UUPK, konsumen berhak atas informasi yang jelas, ringkas, dan akurat mengenai kondisi dan keadaan barang atau jasa. Hal ini sangat penting dalam konteks penjualan daring karena konsumen seringkali hanya memperoleh informasi melalui media digital. Misalnya, konsumen seringkali terjebak dalam iklan yang menyesatkan atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Oleh karena itu, perlindungan hukum terkait ini harus diperkuat.

Di sisi lain, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk memberikan jaminan atas produk yang dijual. Pasal 7 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan akibat produk yang tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan. Contoh kasus yang relevan adalah ketika konsumen membeli barang elektronik secara online, namun barang tersebut tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Dalam kasus seperti ini, konsumen berhak untuk meminta ganti rugi atau pengembalian barang. Hal ini menunjukkan pentingnya adanya regulasi yang jelas dan tegas untuk melindungi hak-hak konsumen.

Statistik menunjukkan bahwa pengaduan konsumen terkait transaksi online terus meningkat. Menurut Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), pada tahun 2021 terdapat lebih dari 1.500 pengaduan yang masuk terkait transaksi jual beli online, dengan kategori produk yang paling banyak dikeluhkan adalah elektronik dan fashion (LPKSM, 2021). Ini menunjukkan bahwa meskipun UUPK telah ada, implementasinya dalam konteks jual beli online masih perlu ditingkatkan. Sehingga, perlu adanya upaya dari pemerintah dan pelaku usaha untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan perlindungan yang memadai.

Di tengah konteks global, perlindungan konsumen juga menjadi perhatian di beberapa negara. Misalnya, Uni Eropa memiliki peraturan yang ketat mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi daring, termasuk hak untuk menarik diri dari percakapan dalam jangka waktu tertentu. Ini sangat baik bagi Indonesia untuk memperkuat perlindungan hukum konsumen dalam transaksi penjualan daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi penjualan daring berdasarkan UUPK.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi literatur, yang melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber hukum, dokumen resmi, dan literatur terkait. Penelitian ini juga mencakup analisis kasus-kasus hukum yang relevan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam konteks transaksi online (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999).

Data yang dikumpulkan berasal dari berbagai sumber, termasuk jurnal akademik, buku, laporan pemerintah, dan artikel berita. Penelitian ini juga mempertimbangkan statistik dan data terbaru mengenai transaksi jual beli online di Indonesia, yang dapat memberikan konteks yang lebih luas mengenai isu perlindungan konsumen.

Dalam analisis ini, peneliti akan memfokuskan perhatian pada aspek-aspek penting dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, seperti hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Dapat memberikan pemahaman dan wawasan mengenai tantangan dan peluang dalam perlindungan hukum terhadap konsumen di era digital menjadi harapan dari penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online

Hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli online diatur dengan jelas dalam UUPK. Salah satu hak utama yang dimiliki konsumen adalah hak untuk memperoleh informasi yang detail, jelas dan akurat mengenai produk yang dibeli. Informasi ini biasanya disampaikan melalui deskripsi produk, gambar, dan ulasan dari konsumen lain. Namun, tidak jarang informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan kenyataan, sehingga merugikan konsumen. Menurut survei yang dilakukan oleh lembaga riset, sekitar 30% konsumen mengaku pernah mengalami penipuan dalam transaksi online akibat informasi yang tidak akurat (Lembaga Riset Konsumen, 2022).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan transparan mengenai produk yang dibeli. Dalam hal ini jual beli online, informasi ini mencakup deskripsi harga, produk, dan syarat-syarat transaksi. Namun, banyak kasus di mana informasi yang disediakan oleh pelaku usaha tidak akurat, sehingga merugikan konsumen. Misalnya, dalam studi yang dilakukan oleh Arlina (2018), ditemukan bahwa banyak produk kosmetik yang dijual secara online mengandung zat berbahaya namun tidak dicantumkan dalam deskripsi produk.

Selain hak atas informasi, konsumen juga memiliki hak untuk memperoleh produk berkualitas yang ditawarkan serta sesuai standar mutu dan keamanan yang ditetapkan dalam Pasal 4 huruf c UUPK. Dalam praktiknya, banyak kasus di mana konsumen menerima barang yang cacat atau tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan. Misalnya, dalam sebuah kasus, seorang konsumen membeli *smartphone* secara online, namun saat diterima, *smartphone* tersebut tidak berfungsi dengan baik. Dalam kasus ini, konsumen berhak untuk mengajukan pengembalian barang dan meminta ganti rugi.

Konsumen juga berhak atas kesesuaian barang yang telah dipesan atau dibeli. Hal ini sering kali menjadi masalah dalam transaksi online, di mana pembeli menerima barang yang tidak sesuai dengan gambar atau deskripsi yang ditawarkan. Sebuah survei yang dilakukan oleh Handriani (2020) menunjukkan bahwa sekitar 30% konsumen mengalami kekecewaan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan harapan. Situasi ini menuntut adanya mekanisme pengembalian barang yang jelas dan mudah diakses.

Hak untuk mendapatkan perlindungan atas kerugian juga sangat penting. Ganti rugi menjadi hak konsumen jika mengalami kerugian akibat wanprestasi dari pelaku usaha. Dalam hal ini, Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang penyelesaian sengketa, namun banyak konsumen yang tidak mengetahui prosedur ini. Suhadi dan Fadilah (2021) mencatat bahwa kurangnya informasi dan edukasi bagi konsumen mengenai hak-hak mereka menjadi salah satu kendala dalam mendapatkan perlindungan yang optimal.

Hak untuk mendapatkan perlindungan terhadap kerugian juga merupakan bagian penting dari hak-hak konsumen. UUPK mengatur bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan ganti rugi apabila mengalami kerugian akibat tindakan pelaku usaha yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Contoh nyata adalah ketika konsumen membeli barang yang ternyata tidak sesuai dengan deskripsi, konsumen berhak untuk mengajukan klaim ganti rugi. Namun, seringkali proses pengajuan klaim ini tidak berjalan dengan lancar, dan konsumen merasa kesulitan untuk mendapatkan haknya. Hal ini menunjukkan perlunya mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih

efektif.

Dalam konteks transaksi online, hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik juga menjadi aspek yang penting. Konsumen berhak untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari pelaku usaha, termasuk dalam hal pengiriman barang, penanganan pengaduan, dan layanan purna jual. Menurut data dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), sekitar 40% pengaduan yang diterima berkaitan dengan pelayanan yang buruk dari pelaku usaha (BPKN, 2021). Ini menunjukkan bahwa meskipun hak-hak konsumen sudah diatur dalam UUPK, masih banyak pelaku usaha yang belum memenuhi kewajiban tersebut.

Pentingnya edukasi tentang hak-hak konsumen juga tidak dapat diabaikan. Banyak konsumen yang belum sepenuhnya mengerti hak-hak mereka dalam transaksi jual beli online. Oleh karena itu, perlu adanya kampanye edukasi yang lebih masif untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka. Konsumen akan lebih berdaya dalam menghadapi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab jika memiliki pemahaman yang baik mengenai hak-hak mereka. Dalam hal ini, peran pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen sangat penting untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada masyarakat.

Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Online

Pelaku usaha dalam transaksi jual beli online memiliki sejumlah kewajiban yang diatur dalam UUPK. Salah satu kewajiban utama adalah memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang dijual. Pasal 7 UUPK mengharuskan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar mengenai spesifikasi, harga, dan kondisi barang atau jasa. Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha yang tidak mematuhi kewajiban ini, sehingga menyebabkan konsumen merasa tertipu. Sebuah studi menunjukkan bahwa sekitar 25% konsumen merasa bahwa informasi yang diberikan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan kenyataan (Lembaga Riset Konsumen, 2022).

Selain itu, pelaku usaha juga wajib menjamin kualitas barang yang dijual. UUPK mengatur bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan akibat barang yang tidak sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan. Contoh kasus yang sering terjadi adalah ketika konsumen membeli produk makanan secara online, namun produk tersebut ternyata sudah kadaluarsa. Dalam hal ini, pelaku usaha harus bertanggung jawab dan memberikan ganti rugi kepada konsumen. Namun, seringkali konsumen kesulitan untuk menuntut haknya karena kurangnya bukti atau mekanisme pengaduan yang tidak efektif.

Kewajiban lain yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha adalah memberikan layanan purna jual yang memadai. Hal ini mencakup pengembalian barang, perbaikan, atau penggantian barang yang cacat. Menurut data dari BPKN, sekitar 30% pengaduan yang diterima berkaitan dengan layanan purna jual yang tidak memuaskan (BPKN, 2021). Ini menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang belum memenuhi kewajiban ini, sehingga konsumen merasa dirugikan. Dalam konteks ini, penting bagi pelaku usaha untuk memahami bahwa pelayanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pelaku usaha memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjaga kepercayaan konsumen. Kewajiban ini mencakup penyediaan informasi yang akurat dan transparan mengenai produk, serta memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Menurut Aji (2022), banyak pelaku usaha yang tidak mematuhi kewajiban ini, sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Misalnya,

dalam kasus penjualan obat-obatan secara online, sering kali ditemukan produk yang tidak terdaftar resmi dan berbahaya bagi kesehatan.

Selain itu, pelaku usaha juga berkewajiban untuk menyediakan layanan purna jual yang baik. Hal ini mencakup layanan pelanggan yang responsif dan prosedur pengembalian barang yang jelas. Namun, banyak pelaku usaha yang mengabaikan aspek ini, sehingga konsumen merasa tidak puas dan kehilangan kepercayaan. Penelitian oleh Handriani (2020) menunjukkan bahwa kurangnya layanan purna jual menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan konsumen enggan berbelanja online.

Selain itu, transparansi dalam transaksi daring tidak dapat dipungkiri lagi pentingnya. Pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas tentang syarat dan ketentuan transaksi, termasuk kebijakan penjualan barang dan jasa. Adanya transparansi akan membuat konsumen lebih bersedia untuk bertransaksi. Namun, masih banyak pelaku usaha yang tidak menjelaskan informasi ini dengan jelas, sehingga menimbulkan masalah bagi konsumen. Oleh karena itu, perlu ada regulasi yang lebih ketat untuk memastikan bahwa kegiatan usaha mematuhi kewajiban tersebut.

Akhirnya, pelaku usaha juga harus mematuhi ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan data pribadi konsumen. Dalam era digital, keamanan data pribadi konsumen menjadi sangat penting. Pelaku usaha harus menjaga kerahasiaan data konsumen dan tidak menyalahgunakannya untuk kepentingan lain. Pelanggaran terhadap kewajiban ini dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi online. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan kepatuhan dari pelaku usaha untuk melindungi data pribadi konsumen.

Tantangan dalam Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen

Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah ada, penegakan hukum masih menjadi tantangan besar. Salah satu kendala utama adalah kurangnya kesadaran dan pengetahuan konsumen mengenai hak-hak mereka. Banyak konsumen yang tidak mengetahui bahwa mereka memiliki hak untuk mengajukan keluhan atau tuntutan ganti rugi jika mengalami kerugian akibat transaksi online. Hal ini diperparah dengan kurangnya edukasi dan sosialisasi mengenai perlindungan konsumen dari pihak pemerintah dan lembaga terkait.

Selain itu, pelaku usaha yang beroperasi secara online sering kali sulit untuk ditindak secara hukum. Banyak dari mereka yang beroperasi tanpa izin resmi atau alamat yang jelas, sehingga menyulitkan konsumen untuk mengajukan keluhan. Dalam kasus penipuan, sulit bagi konsumen untuk melacak pelaku usaha dan mendapatkan ganti rugi. Ziauddin (2017) mencatat bahwa banyak konsumen yang merasa putus asa ketika mengalami kerugian akibat penipuan online dan tidak tahu harus ke mana untuk mencari keadilan.

Tantangan lainnya adalah terkait dengan teknologi dan inovasi dalam dunia e-commerce. Dengan adanya platform jual beli yang terus berkembang, regulasi yang ada sering kali tidak dapat mengikuti perkembangan tersebut. Misalnya, penggunaan teknologi blockchain dan smart contracts dalam transaksi jual beli online membawa tantangan baru dalam hal perlindungan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan adaptasi regulasi agar dapat mengakomodasi perkembangan teknologi yang cepat.

Mekanisme Penyelesaian Sengketa

Mekanisme penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli online merupakan aspek penting dalam perlindungan konsumen. UUPK memberikan landasan hukum bagi

konsumen untuk mengajukan pengaduan apabila merasa dirugikan dalam transaksi. Namun, dalam praktiknya, banyak konsumen yang merasa kesulitan untuk mengakses mekanisme ini. Menurut survei yang dilakukan oleh LPKSM, sekitar 60% konsumen tidak mengetahui bagaimana cara mengajukan pengaduan terkait transaksi online (LPKSM, 2021). Ini menunjukkan perlunya sosialisasi dan edukasi mengenai mekanisme penyelesaian sengketa yang ada.

Mediasi adalah salah satu cara penyelesaian sengketa. Mediasi merupakan proses kesepakatan yang dilakukan dengan menghadirkan pihak ketiga yang netral membantu kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan. Dalam konteks transaksi online, mediasi dapat dilakukan oleh lembaga perlindungan konsumen atau asosiasi pelaku usaha. Namun, efektivitas mediasi sering kali tergantung pada kerjasama dari kedua belah pihak. Jika salah satu pihak tidak bersedia untuk bernegosiasi, proses mediasi dapat menjadi tidak efektif.

Selain mediasi, konsumen juga memiliki hak untuk mengajukan gugatan ke pengadilan. Namun, proses hukum ini sering kali dianggap rumit dan memakan waktu. Banyak konsumen yang merasa enggan untuk mengajukan gugatan karena biaya yang tinggi dan waktu yang diperlukan. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk menyederhanakan proses hukum dan memberikan akses yang lebih baik bagi konsumen untuk menuntut haknya. Misalnya, pengadilan dapat menyediakan layanan hukum gratis bagi konsumen yang tidak mampu.

Dalam beberapa kasus, penyelesaian sengketa juga dapat dilakukan melalui platform online. Beberapa *e-commerce* telah menyediakan fitur pengaduan yang memungkinkan konsumen untuk melaporkan masalah secara langsung. Namun, efektivitas fitur ini sering kali dipertanyakan, terutama jika tidak ada tindak lanjut yang jelas dari pihak pelaku usaha. Oleh karena itu, penting bagi *platform online* untuk memastikan bahwa pengaduan yang masuk ditangani dengan serius dan transparan.

Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online, perlu adanya peningkatan kesadaran dan edukasi bagi konsumen. Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen harus aktif dalam melakukan sosialisasi mengenai hak-hak konsumen dan mekanisme pengaduan yang tersedia. Program edukasi ini dapat dilakukan melalui kampanye media sosial, seminar, dan workshop yang menjangkau berbagai kalangan masyarakat.

Pelaku usaha juga perlu didorong untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam menjalankan bisnis mereka. Penerapan kode etik bagi pelaku usaha online dapat menjadi langkah awal untuk menciptakan lingkungan bertransaksi yang lebih aman. Dalam hal ini, pelaku usaha yang melanggar kode etik harus mendapatkan sanksi yang tegas agar dapat memberikan efek jera.

Pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah juga diperlukan untuk menindak pelaku usaha yang melanggar regulasi. Pembentukan tim khusus yang bertugas untuk memantau praktik jual beli online dan menangani pengaduan konsumen dapat menjadi solusi yang efektif. Dengan cara ini, diharapkan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dapat ditindak secara hukum, sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi online.

SIMPULAN

Peningkatan sosialisasi mengenai hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen harus bekerja sama untuk mengedukasi masyarakat tentang hak-hak yang dimiliki, serta cara mengajukan

pengaduan jika terjadi masalah. Kampanye edukasi ini dapat dilakukan melalui berbagai media, termasuk media sosial, seminar, dan workshop.

Perlu adanya regulasi yang lebih ketat mengenai transparansi informasi dalam transaksi online. Pelaku usaha harus diwajibkan untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang dijual, termasuk syarat dan ketentuan transaksi. Pemerintah dapat memberikan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan ini, sehingga mendorong mereka untuk lebih bertanggung jawab dalam memberikan informasi kepada konsumen.

Penguatan mekanisme penyelesaian sengketa juga menjadi hal yang penting. Pemerintah perlu menyediakan akses yang lebih baik bagi konsumen untuk mengajukan pengaduan, baik melalui jalur mediasi maupun pengadilan. Selain itu, platform online juga harus memastikan bahwa pengaduan yang diterima ditangani dengan serius dan transparan. Dengan demikian, konsumen akan merasa lebih terlindungi dan memiliki kepercayaan lebih dalam bertransaksi secara online.

Pentingnya perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi online juga harus menjadi perhatian. Pelaku usaha harus mematuhi ketentuan hukum yang berlaku terkait perlindungan data pribadi, dan memberikan jaminan bahwa data konsumen akan aman. Pemerintah perlu mengawasi dan menegakkan hukum terkait pelanggaran data pribadi, sehingga konsumen merasa aman saat melakukan transaksi online.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2022). Laporan Penelitian Pengguna Internet di Indonesia.
- Aji, H. B. (2022). Pengaturan Jual Beli Secara Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Hukum Progresif*, 10(1), 12-24.
- Arlina, S. (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*, 2(1), 317-330.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2021). Laporan Tahunan Perlindungan Konsumen.
- Handriani, A. (2020). Perlindungan konsumen dalam perjanjian transaksi jual beli online. *Pamulang Law Review*, 3(2), 127-138.
- Ismail Ali, & Andi Sumangelipu. (2023). *Pengantar Hukum Bisnis*. Sengkang: CV Mange.
- Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). (2021). Statistik Pengaduan Konsumen.
- Lembaga Riset Konsumen. (2022). Survei Kepuasan Konsumen dalam Transaksi Online.
- Suhadi, E., & Fadilah, A. A. (2021). Penyelesaian Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online Dikaitkan Dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 1967-1978.
- Ziauddin, N. (2017). Tinjauan Hukum Islam terhadap perlindungan konsumen pada transaksi jual beli online. *PETITA*, 2, 75.