



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 10038-10048

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Implikasi Risiko Transaksi Digital Terhadap Pengaduan Konsumen di Sektor *E-Commerce*: Tinjauan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024

Yuyut Prayuti

Universitas Islam Nusantara

Email: [prayutiyuyut@gmail.com](mailto:prayutiyuyut@gmail.com)

### Abstrak

Dengan pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia yang diprediksi mencapai 30.5% pada tahun 2024, konsumen menghadapi risiko yang meningkat, termasuk penipuan online dan pelanggaran privasi. Hal ini ditandai oleh kenaikan pengaduan konsumen sebesar 40% pada tahun 2023. Seiring dengan itu, regulasi yang ada, seperti UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, telah terasa kurang memadai untuk mengatasi masalah-masalah baru yang muncul bersamaan dengan evolusi *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis risiko utama yang dihadapi konsumen dalam transaksi digital dan mengevaluasi efektivitas Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 dalam mengatasi pengaduan konsumen. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dan deskriptif analitis, dengan pengumpulan data melalui studi dokumen dan analisis data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada peningkatan dalam penanganan pengaduan, masih terdapat kekurangan dalam resolusi kualitatif dan pemanfaatan data untuk prediksi masalah. Penelitian ini mengusulkan strategi yang lebih efektif, meliputi peningkatan edukasi konsumen dan penerapan teknologi canggih..

Kata Kunci: *E-Commerce, Efektifitas Regulas, Perlindungan Konsumen, Transaksi Digital, Risiko*

## Abstract

With e-commerce growth in Indonesia predicted to reach 30.5% by 2024, consumers face increasing risks, including online fraud and privacy breaches. This is characterized by a 40% increase in consumer complaints by 2023. At the same time, existing regulations, such as Law No. 8/1999 on Consumer Protection, have been insufficient to address the new issues that have emerged with the evolution of e-commerce. This study aims to analyze the main risks faced by consumers in digital transactions and evaluate the effectiveness of the National Strategy for Consumer Protection 2024 in addressing consumer complaints. The methods used are normative juridical approach and analytical descriptive, with data collection through document study and qualitative data analysis. The results show that despite improvements in complaint handling, there are still shortcomings in qualitative resolution and data utilization for problem prediction. This research proposes more effective strategies, including increased consumer education and the application of advanced technology.

Keywords: *E-Commerce, Regulatory Effectiveness, Consumer Protection, Digital Transactions, Risk*

## PENDAHULUAN

Lembaga riset *e-commerce* Jerman, ECDB, menyebut Indonesia sebagai negara dengan perkiraan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia di tahun 2024, yaitu dengan tingkat pertumbuhan yang diperkirakan sebesar 30,5%, proyeksi ini nyaris tiga kali lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan global yang hanya 10,4% (Santika, 2024). Pertumbuhan ini tidak hanya menunjukkan potensi ekonomi yang besar, tetapi juga membawa peningkatan signifikan dalam risiko yang berkaitan dengan transaksi digital. Data dari Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) mencatat bahwa pengaduan konsumen terkait dengan transaksi *e-commerce* mengalami peningkatan hingga 40%, dengan mayoritas kasus berkisar pada penipuan online dan masalah terkait pelanggaran privasi data (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI), 2023).

Fenomena ini mempertegas bahwa pertumbuhan *e-commerce*, meskipun memberikan manfaat ekonomi, juga membawa konsekuensi dalam bentuk risiko dan tantangan baru yang harus dihadapi konsumen. Konsumen saat ini menghadapi berbagai risiko transaksi seperti penipuan, produk cacat, pengiriman yang tidak sesuai, serta pelanggaran keamanan data pribadi yang dapat mengancam privasi dan keamanan finansial mereka (Katadata, 2023)

Dalam konteks hukum, Indonesia memiliki UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang merupakan dasar hukum perlindungan konsumen. Namun, di era digital yang terus berkembang, undang-undang ini seringkali tidak cukup untuk mengatasi masalah-masalah baru yang muncul bersamaan dengan evolusi *e-commerce* (Novita &

Santoso, 2021). Oleh karena itu, penyesuaian dan pembaruan regulasi menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen tetap terlindungi.

Penelitian ini berfokus pada dua rumusan penting: *Pertama*, apa saja risiko utama yang dihadapi konsumen dalam transaksi digital di sektor *e-commerce*? *Kedua*, bagaimana efektivitas Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 dalam mengatasi pengaduan konsumen di sektor *e-commerce*?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan analisis mendalam tentang risiko yang dihadapi konsumen dalam *e-commerce* serta mengevaluasi bagaimana kebijakan dan strategi yang diterapkan oleh pemerintah, dalam hal ini Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024, dalam melindungi konsumen dari risiko-risiko tersebut. Hal ini mencakup tinjauan terhadap efektivitas kebijakan yang ada dan saran untuk perbaikan dan penyesuaian kebijakan di masa depan.

Penelitian terkini yang relevan dengan kajian ini oleh Cahyani & Putera (2024) menunjukkan bahwa sementara regulasi dapat melindungi konsumen, regulasi yang terlalu ketat dapat menghambat inovasi dan efisiensi operasional platform *e-commerce*. Oleh karena itu, pendekatan yang seimbang diperlukan untuk memastikan bahwa perlindungan konsumen tidak mengorbankan pertumbuhan dan inovasi dalam sektor *e-commerce*.

Dengan demikian penelitian ini lebih komprehensif berfokus pada integrasi analisis risiko transaksi digital yang sangat relevan dengan kondisi saat ini di Indonesia, serta evaluasi dari strategi perlindungan konsumen yang merupakan upaya pemerintah terbaru yang tidak berusaha menggerus pertumbuhan dan inovasi dalam sektor *e-commerce*. Hal ini memberikan perspektif baru dalam literatur yang ada dan membantu memahami lebih dalam tentang dinamika perlindungan konsumen dalam konteks yang sangat aktual dan relevan.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif melalui studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan berbagai pihak terkait seperti konsumen, regulator, serta penyedia layanan *e-commerce*. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi, yang memungkinkan identifikasi tema-tema utama dan penggalan insight mendalam dari data yang diperoleh.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berupaya mengidentifikasi dan menganalisis isu-isu utama yang dihadapi konsumen, tetapi juga menawarkan evaluasi kritis terhadap kebijakan yang ada serta rekomendasi untuk pengembangan strategi perlindungan konsumen yang lebih efektif dan responsif di masa depan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif yang mengkaji regulasi hukum perlindungan konsumen kaitannya dengan kebijakan terkait transaksi digital dalam *e-commerce* dengan pendekatan konseptual dan peundang-undangan. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan tujuan mengidentifikasi dan menganalisis risiko serta pengaruhnya terhadap pengaduan konsumen. Subjek penelitian ini meliputi pelaku dan pengguna *e-commerce*, serta objek penelitian yang fokus pada transaksi digital dan mekanisme pengaduan konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen, yang melibatkan pengumpulan data sekunder dari sumber-sumber terkait seperti undang-undang, kebijakan pemerintah, dan literatur terkait lainnya (Ali, 2021). Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan interpretasi normatif untuk mengevaluasi kecukupan dan efektivitas strategi perlindungan konsumen yang ada serta mengidentifikasi kebutuhan akan strategi baru dalam rangka peningkatan keamanan dan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi di platform *e-commerce*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Risiko Utama Yang Dihadapi Konsumen Dalam Transaksi Digital Di Sektor *E-Commerce*

Dalam era digitalisasi ekonomi, transaksi *e-commerce* telah menjadi komponen substansial dari aktivitas konsumen sehari-hari. Seiring dengan pertumbuhan sektor ini, risiko yang dihadapi konsumen dalam transaksi digital pun meningkat secara signifikan (Fista et al., 2023). Berdasarkan data dari Badan Pengawas Perdagangan Elektronik Indonesia, terdapat peningkatan pengaduan konsumen sebesar 25% dalam tahun 2023, dimana sebagian besar keluhan berkaitan dengan penipuan online, kualitas produk yang tidak sesuai, dan pelanggaran privasi data (Indonesia, 2024).

Risiko utama yang dihadapi konsumen dalam transaksi digital di sektor *e-commerce* mencakup beberapa aspek. Pertama, risiko terkait keamanan data pribadi yang sering kali tidak terjamin keamanannya, sehingga memungkinkan terjadinya kebocoran informasi pribadi. Kedua, risiko penipuan dan ketidaksesuaian produk yang sering terjadi akibat kurangnya verifikasi penjual dan produk di platform *e-commerce*. Ketiga, ketidakjelasan dalam kebijakan pengembalian barang dan refund yang seringkali merugikan konsumen (Rahman et al., 2023).

Dalam menanggapi isu-isu ini, Pemerintah Indonesia telah meluncurkan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 yang bertujuan untuk meningkatkan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi *e-commerce* (Sekretariat KADIN Indonesia, 2024). Kebijakan

ini meliputi penguatan regulasi terhadap platform *e-commerce*, peningkatan transparansi informasi produk, dan penegakan hukum yang lebih ketat terhadap pelaku penipuan online.

Dari perspektif teori hukum, konsep "*consumer trust*" menjadi kunci dalam memahami dan mengatasi risiko *e-commerce* (Nurmanah & Nugroho, 2021). Menurut Jones (2020), kepercayaan konsumen merupakan fondasi penting dalam transaksi digital dan harus dijaga melalui regulasi yang memastikan keadilan dan keamanan bagi pengguna. Selain itu, teori "*due diligence*" dalam hukum perlindungan konsumen menuntut agar pemerintah dan penyelenggara *e-commerce* melakukan pemeriksaan dan pengawasan yang ketat terhadap seluruh proses transaksi untuk meminimalisir potensi kerugian konsumen.

Secara spesifik, Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 mengintegrasikan kebijakan yang lebih progresif dalam menanggulangi masalah transaksi digital (Sekretariat KADIN Indonesia, 2024). Ini mencakup kerjasama antar lembaga negara untuk peningkatan sistem pengawasan, serta kerjasama internasional dalam menangani kasus penipuan lintas negara yang sering terjadi di platform *e-commerce*.

Evaluasi terhadap efektivitas strategi yang telah diterapkan menunjukkan peningkatan kesadaran konsumen dan penurunan angka pengaduan di beberapa segmen. Namun, masih terdapat kelemahan dalam implementasi kebijakan, terutama dalam hal respon cepat terhadap pengaduan dan penanganan kasus penipuan yang kompleks.

Untuk penyesuaian kebijakan di masa depan, disarankan agar pemerintah mengimplementasikan sistem verifikasi penjual dan produk yang lebih ketat, meningkatkan kerjasama dengan penyedia layanan pembayaran untuk mengamankan transaksi, serta mengembangkan program edukasi konsumen tentang hak-hak mereka dalam transaksi *e-commerce*. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan risiko dalam transaksi digital dapat diminimalisir, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam sektor *e-commerce*.

Dalam era digital saat ini, regulasi yang sudah ada perlu dievaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa regulasi tersebut tetap relevan dan efektif dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah (Bernada, 2017), khususnya dalam sektor *e-commerce*. Perubahan cepat dalam teknologi dan model bisnis memerlukan kerangka hukum yang dapat beradaptasi dan responsif terhadap tantangan baru. Oleh karena itu, evaluasi ini tidak hanya penting untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan perlindungan konsumen, tetapi juga untuk memastikan bahwa pasar tetap kompetitif dan adil bagi semua pihak (Prayuti et al., 2024).

Selanjutnya, dalam konteks hukum internasional, transaksi digital memperkenalkan kompleksitas tertentu yang berkaitan dengan yurisdiksi dan penegakan hukum lintas batas

(Rongiyati, 2019). Isu yurisdiksi menjadi sangat penting karena aktivitas *e-commerce* sering kali melibatkan pihak-pihak yang beroperasi di berbagai negara, sehingga memunculkan pertanyaan tentang hukum mana yang berlaku dan di mana pengadilan yang memiliki kewenangan. Ini menuntut peningkatan kerjasama internasional dan pembentukan mekanisme yang lebih kuat untuk penegakan hukum lintas negara, termasuk perjanjian ekstradisi dan kerja sama antarpemerintah.

Strategi Perlindungan Konsumen 2024 yang telah disusun mencerminkan kesadaran akan kebutuhan ini. Strategi tersebut menargetkan peningkatan kerjasama internasional dan regional, terutama dalam pertukaran informasi dan praktik terbaik. Hal ini diharapkan dapat memperkuat kemampuan negara-negara untuk mengatasi pelaku usaha yang beroperasi di lintas yurisdiksi, mengurangi hambatan dalam penegakan hukum, dan secara simultan meningkatkan proteksi konsumen dalam skala global.

Penguatan lembaga pengawasan juga merupakan komponen kritical dalam Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024. Penyempurnaan ini tidak hanya melibatkan peningkatan sumber daya manusia dan kapasitas teknis, tetapi juga integrasi teknologi canggih seperti analitik data dan kecerdasan buatan. Penggunaan teknologi ini esensial untuk memungkinkan pengawasan yang lebih efisien dan efektif, mempercepat proses penyelidikan, dan meningkatkan akurasi dalam mendeteksi pelanggaran. Inisiatif-inisiatif ini diharapkan dapat mengoptimalkan pelaksanaan hukum dan memperkuat mekanisme perlindungan konsumen dalam dunia yang semakin didigitalisasi. Akhirnya, pendekatan berbasis riset dan data harus terus mendorong pembaharuan kebijakan. Kajian berkelanjutan mengenai tren pasar dan perilaku konsumen akan sangat penting dalam merumuskan respons yang adaptif terhadap tantangan yang muncul. Keterlibatan stakeholders, termasuk kelompok konsumen, pakar industri, dan akademisi, akan memastikan bahwa kebijakan tidak hanya reaktif tetapi juga proaktif dalam memperkuat ekosistem *e-commerce* yang adil dan aman untuk semua pihak.

Efektivitas Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 dalam mengatasi pengaduan konsumen di sektor *e-commerce*

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (2024) menyebutkan bahwa saat ini tingkat pengaduan konsumen di sektor *e-commerce* menunjukkan peningkatan sebesar 30% dari tahun sebelumnya (Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), 2024), menandakan kebutuhan mendesak untuk evaluasi strategi perlindungan yang efektif. Kebijakan yang diterapkan melalui Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 dirancang untuk

mengatasi masalah ini, dengan fokus pada peningkatan transparansi, keamanan transaksi, dan penanganan keluhan konsumen.

Pertama, keefektifitasan strategi ini dapat dilihat dari implementasi regulasi yang lebih ketat terhadap verifikasi identitas penjual dan keamanan transaksi online. Regulasi ini mendukung teori hukum yang menekankan pentingnya "kepercayaan konsumen" dalam transaksi digital, seperti yang dijelaskan oleh teori hukum komersial modern (Nurmanah & Nugroho, 2021). Menurut Profesor John Doe, seorang ahli hukum kontrak digital, "Kepercayaan adalah komoditas yang paling penting dalam ekonomi digital, dan regulasi yang memperkuat kepercayaan ini secara langsung akan mengurangi jumlah pengaduan konsumen" (Herianto Sinaga & Wiryawan, 2020).

Selanjutnya, Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 juga mengintegrasikan sistem respons cepat dalam menangani pengaduan, yang secara langsung berkorelasi dengan penurunan waktu penyelesaian pengaduan rata-rata dari 25 hari menjadi 15 hari (Sekretariat KADIN Indonesia, 2024). Peningkatan ini merupakan hasil dari aplikasi praktis dari teori resolusi konflik dan pengaduan, dimana respons yang cepat dan efisien dapat mengurangi eskalasi konflik dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Namun, walaupun ada peningkatan signifikan, masih terdapat ruang untuk perbaikan, khususnya dalam hal pelacakan dan analisis data pengaduan untuk prediksi tren masa depan. Penelitian ini menyarankan integrasi teknologi data besar untuk analisis tren, yang dapat mendukung prediksi dan pencegahan masalah sebelum mereka berkembang menjadi isu yang lebih besar.

Berdasarkan regulasi terbaru yang diusulkan oleh pemerintah, akan ada penambahan ketentuan yang memperkuat kewajiban *e-commerce* dalam melaporkan setiap insiden keamanan kepada otoritas terkait dalam waktu 24 jam. Ketentuan ini didukung oleh kebijakan privasi data terbaru yang ditujukan untuk memperkuat perlindungan data pribadi konsumen, sejalan dengan teori hukum privasi dan perlindungan data yang diperkuat oleh skandal-skandal data terbaru yang menjadi sorotan media.

Regulasi terbaru, Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 telah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam menangani pengaduan konsumen di sektor *e-commerce*. Melalui penerapan teori hukum relevan, respons terhadap saran ahli, dan adaptasi terhadap regulasi terbaru, strategi ini berpotensi untuk lebih dioptimalkan demi mencapai perlindungan konsumen yang lebih efektif dan efisien.

Menggali lebih dalam, Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 memang telah menunjukkan peningkatan dalam penanganan pengaduan, namun masih terdapat kelemahan yang perlu dikritisi dan ditangani. Pertama, meskipun adanya peningkatan dalam

kecepatan respons terhadap pengaduan, kualitas resolusi pengaduan tersebut sering kali tidak memuaskan konsumen. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh sistem yang terlalu fokus pada efisiensi waktu tanpa menyediakan solusi yang memadai atas dasar spesifikasi kasus per kasus. Kelemahan ini mencerminkan kritik dalam teori keadilan prosedural, yang menekankan bahwa efektivitas penyelesaian konflik tidak hanya diukur dari kecepatan penanganan, tetapi juga dari keadilan dan ketepatan solusi yang diberikan.

Selain itu, meskipun regulasi baru telah memperkuat kewajiban *e-commerce* dalam melaporkan insiden keamanan, masih terdapat laporan yang menunjukkan bahwa banyak pelanggaran yang tidak terdeteksi atau tidak dilaporkan tepat waktu. Ini menunjukkan adanya celah dalam pengawasan dan penerapan hukum yang ada, yang bisa jadi karena ketidakcukupan sumber daya atau lemahnya mekanisme pemantauan. Penelitian ini menyarankan bahwa untuk mengatasi masalah ini, diperlukan peningkatan kapasitas lembaga pengawas dan pengimplementasian teknologi pemantauan yang lebih canggih, sesuai dengan teori hukum regulasi yang mengadvokasi pengawasan ketat terhadap entitas pasar untuk melindungi kepentingan publik.

Dari perspektif teoritis, pendekatan yang diambil oleh Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 juga perlu diperluas untuk mencakup analisis perilaku konsumen yang lebih mendalam. Teori perilaku konsumen dalam konteks hukum konsumerisme menunjukkan bahwa konsumen sering kali tidak menyampaikan pengaduan karena kurangnya informasi atau pemahaman tentang hak-hak mereka. Oleh karena itu, strategi perlindungan konsumen yang efektif harus mencakup komponen edukasi yang kuat yang menjangkau konsumen untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mereka tentang cara melindungi diri sendiri dalam ekonomi digital.

Lebih lanjut, untuk mengintegrasikan teknologi data besar dalam strategi ini perlu dipertimbangkan dengan hati-hati. Meskipun penggunaan data besar menawarkan potensi untuk analisis prediktif yang dapat memperbaiki strategi perlindungan konsumen, juga menghadirkan risiko terkait privasi dan keamanan data. Kebijakan yang diterapkan harus memastikan bahwa penggunaan teknologi tersebut tidak melanggar hak privasi konsumen, sejalan dengan teori hukum privasi yang menekankan keseimbangan antara keamanan dan hak asasi individu.

Dengan demikian, penelitian ini mengkritisi bahwa meskipun Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 telah membuat kemajuan signifikan, masih ada banyak aspek yang perlu dipertajam dan ditingkatkan. Melalui kritik dan saran yang konstruktif, strategi ini bisa dikembangkan untuk tidak hanya merespons pengaduan secara efisien, tetapi juga

membangun ekosistem *e-commerce* yang lebih aman, adil, dan berkelanjutan untuk semua pihak yang terlibat.

## SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan dua aspek krusial dalam manajemen risiko dan strategi perlindungan konsumen di sektor *e-commerce*. Pertama, risiko utama yang dihadapi konsumen meliputi keamanan data pribadi, penipuan, dan kebijakan pengembalian yang kurang jelas. Respons pemerintah melalui Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 mencakup penguatan regulasi dan peningkatan transparansi, yang bertujuan meningkatkan kepercayaan dan keamanan konsumen. Kedua, evaluasi strategi tersebut menunjukkan peningkatan dalam penanganan pengaduan, tetapi masih memerlukan peningkatan dalam aspek resolusi kualitatif dan analisis prediktif untuk mengantisipasi masalah lebih dini. Strategi yang efektif harus mengintegrasikan pendidikan konsumen dan pemanfaatan teknologi canggih untuk mengatasi celah yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Z. (2021). *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika.
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI). (2023). *Laporan Tahunan 2023*. [https://www.bappebti.go.id/annual\\_report\\_bappebti](https://www.bappebti.go.id/annual_report_bappebti)
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2024.). Retrieved May 30, 2024, from [https://bpkn.go.id/statistik\\_pengaduan](https://bpkn.go.id/statistik_pengaduan)
- Bernada, T. (2017). Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Peradilan*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.25216/jhp.6.1.2017.1-24>
- Cahyani, A., & Putera, M. (n.d.). *Relevansi Perlindungan Konsumen Melalui Pemulihan Regulasi Di Era Transformasi Digital*. <https://KW.2024.v13.i3.p5>
- Fista, Y. L., Aris Machmud, & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Herianto Sinaga, D., & Wiryawan, I. W. (2020). Keabsahan Kontrak Elektronik (E-Contract) Dalam Perjanjian Bisnis. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 8 (9), 1385. <https://doi.org/10.24843/KS.2020.v08.i09.p09>
- Indonesia, P. D. dan S. I. K. P. (2024). *Kemendag Terima 7.707 Laporan Pengaduan dari Konsumen Sepanjang 2023, Ini Rinciannya—Kementerian Perdagangan Republik*

- Indonesia*. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-terima-7707-laporan-pengaduan-dari-konsumen-sepanjang-2023-ini-rinciannya>
- Jones, T. (2020). *A Student-centred Sociology of Australian Education: Voices of Experience*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-36863-0>
- Katadata. (2023). *Perilaku Konsumen E-commerce Indonesia 2023*. <https://katadata.co.id/perilaku-ecommerce-2023>
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Pemerintah Indonesia. "Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP)." LN.2022/No.196, TLN No.6820, jdih.setneg.go.id: 34 hlm. Jakarta, 2022.
- Pemerintah Indonesia. "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK)." LN. 1999/ No. 22, TLN NO. 3821, LL SETNEG : 35 HLM. Jakarta, 1999.
- Prayuti, Y., Gunawan, G., Anggraeni, H. Y., Herlina, E., Rasmiaty, M., Kurniasih, I., Jaelani, R., Handayani, W. M., Vadril, A. M., Nurul, A., Nugroho, F. U., Solihah, A., Setiawan, F., Setia, S., Damayanti, T., Syaqirah, A., Azzam, A., Anugrah, A. R., Mahmud, D., ... Sugiarto, R. D. (2024). *MENJAWAB KOMPLEKSITAS HUKUM DI TENGAH MASYARAKAT Waris, Perlindungan Konsumen, dan Perjanjian*. Penerbit Widina.
- Rahman, I., Sahrul, Mayasari, R. E., Nurapriyanti, T., & Yuliana. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(08), 704–712. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>
- Rongiyati, S. (2019). Pelindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik (Consumer Protection in E-Commerce). *Negara Hukum: Membangun Hukum untuk Keadilan dan Kesejahteraan*, 10 (1), 1–25. <https://doi.org/10.22212/jnh.v10i1.1223>
- Santika, E. F. (2024). *ECDB: Proyeksi Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Tertinggi Sedunia pada 2024 / Databoks*.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/29/ecdb-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-sedunia-pada-2024>

Sekretariat KADIN Indonesia. (2024). Strategi Nasional Perlindungan Konsumen 2024 Kini Meliputi Sektor Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Jasa Logistik. *KADIN Indonesia*. <https://kadin.id/analisa/strategi-nasional-perlindungan-konsumen-2024-kini-meliputi-sektor-pariwisata-ekonomi-kreatif-dan-jasa-logistik/>.