

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE LINTAS NEGARA:
TANTANGAN HUKUM DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PERDAGANGAN
INTERNASIONAL**

Alicia Syahla Dewi Wibowo¹, Alya Najwa Zulfa², Raden Roro Kamilia Hana Putri³, Sarah Agnesya Putri Siahaan⁴, Syafira Ramadhanti⁵, Irwan Triadi⁶

Podi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Email : 2310611462@mahasiswa.upnvj.ac.id¹, 2310611477@mahasiswa.upnvj.ac.id²,

2310611457@mahasiswa.upnvj.ac.id³, 2310611463@mahasiswa.upnvj.ac.id⁴,

2310611460@mahasiswa.upnvj.ac.id⁵, irwantriadi1@yahoo.com⁶

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa perubahan besar dalam perilaku masyarakat, terutama dalam aktivitas ekonomi digital. Salah satu bentuk nyata dari perubahan ini adalah maraknya penggunaan e-commerce baik dalam perdagangan nasional maupun internasional. Beberapa faktor timbul mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berujung pada lahirnya tantangan hukum. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pemasaran digital yang berbasis pada perilaku konsumen, sekaligus meningkatkan efektivitas bisnis e-commerce di nasional maupun internasional. Metode penelitian yang digunakan adalah normatif yuridis dengan pendekatan studi kepustakaan, dimana peneliti mengandalkan berbagai literatur untuk memperoleh data penelitian. Hasil penelitian menjelaskan bahwa transaksi elektronik lintas batas negara mendorong efisiensi bisnis, memperluas akses konsumen terhadap produk global, serta menciptakan peluang inovasi dan kolaborasi internasional. Namun, kondisi ini juga memunculkan berbagai tantangan hukum, seperti ketidakpastian yurisdiksi, lemahnya perlindungan konsumen, dan kerentanan terhadap pelanggaran data pribadi. Oleh karena itu, dibutuhkan kerangka hukum internasional yang harmonis dan penguatan regulasi nasional untuk memastikan perlindungan konsumen yang adil serta menjamin keamanan transaksi digital di era globalisasi.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi Elektronik, E-Commerce.

ABSTRACT

The development of technology has brought major changes in people's behavior, especially in digital economic activities. One tangible form of this change is the widespread use of e-commerce in both national and international trade. Several factors arise affecting customer satisfaction

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/CAUSA.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : CAUSA



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

which leads to the birth of legal challenges. This research is expected to contribute to the development of digital marketing strategies based on consumer behavior, while increasing the effectiveness of e-commerce businesses nationally and internationally. The research method used is normative juridical with a literature study approach, where researchers rely on various literatures to obtain research data. Electronic transactions across national borders drive business efficiency, expand consumer access to global products, and create opportunities for innovation and international collaboration. However, this condition also raises various legal challenges, such as jurisdictional uncertainty, weak consumer protection, and vulnerability to personal data breaches. Therefore, a harmonized international legal framework and strengthened national regulations are needed to ensure fair consumer protection and secure digital transactions in the era of globalization.

Keywords: *Consumer Protection, Electronic Transactions, E-Commerce.*

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan teknologi tidak dapat lagi dibendung. Teknologi telah berkembang dengan pesat, internet sebagai salah satu produk teknologi juga tidak luput dari perkembangan tersebut. Perkembangan ini membawa perubahan besar dalam perilaku masyarakat, terutama dalam aktivitas ekonomi digital. Salah satu bentuk nyata dari perubahan ini adalah maraknya penggunaan e-commerce oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. E-commerce memberikan kemudahan dalam hal transaksi, akses produk, serta efisiensi waktu dan biaya. Hal ini didukung oleh fakta bahwa peningkatan pengguna internet di Indonesia turut mendorong pertumbuhan transaksi online yang signifikan.¹

Namun, di balik kemudahan tersebut, perilaku konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi aspek penting yang harus dipahami secara mendalam. Konsumen memiliki berbagai pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli produk secara online, seperti kepercayaan terhadap platform, keamanan transaksi, serta pengalaman berbelanja sebelumnya. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap motivasi dan persepsi konsumen menjadi kunci utama bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.²

Selain itu, faktor budaya dan nilai sosial juga turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam e-commerce. Budaya konsumerisme yang semakin berkembang membuat konsumen tidak hanya membeli berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karena keinginan dan pengaruh lingkungan sosial. Penelitian menunjukkan bahwa intensi membeli dipengaruhi oleh norma subjektif serta sikap konsumen terhadap penggunaan e-commerce.³

¹ Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), hlm. 2.

² Ibid, hlm. 3.

³ Dewi Puspita Sari & Wawan Dhewanto, *Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, dan Sikap Terhadap Niat Beli Melalui Situs Jual Beli Online*, hlm. 6.

Di sisi lain, faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan pelayanan pelanggan menjadi variabel penting yang mempengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap platform e-commerce. Konsumen cenderung melakukan pembelian ulang jika merasa puas dengan pelayanan dan informasi yang diberikan. Hal ini menunjukkan pentingnya kualitas interaksi digital antara konsumen dan penyedia layanan⁴.

Di samping itu, transaksi e-commerce lintas negara juga menghadirkan tantangan hukum yang kompleks. Perbedaan regulasi perlindungan konsumen di setiap negara dapat menimbulkan ketidakpastian hukum, mempersulit penyelesaian sengketa, dan berisiko merugikan konsumen yang bertransaksi secara internasional. Hal ini tidak hanya berdampak pada perlindungan konsumen, tetapi juga dapat mempengaruhi kelancaran dan keadilan perdagangan internasional. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas bagaimana perbedaan regulasi perlindungan konsumen antar negara dalam transaksi e-commerce mempengaruhi perdagangan internasional, serta mengidentifikasi tantangan hukum yang dihadapi konsumen dalam memperoleh perlindungan saat bertransaksi lintas negara.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah normatif yuridis dengan pendekatan studi kepustakaan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kepustakaan atau studi literatur dimana peneliti mengandalkan berbagai literatur untuk memperoleh data penelitian. Studi literatur bisa didapat dari berbagai sumber baik jurnal, buku, dokumentasi, internet dan pustaka. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penulisan. Jenis penulisan yang digunakan adalah studi literatur review yang berfokus pada hasil penelitian yang berkaitan dengan topik atau variabel penulisan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Perbedaan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Perdagangan Internasional

Transaksi elektronik lintas negara memberikan dampak positif yang signifikan bagi dunia bisnis dan konsumen. Pertama, mekanisme ini meningkatkan efisiensi dan produktivitas para pelaku usaha melalui otomatisasi dalam proses pembelian, pembayaran, dan pengiriman. Kedua, persaingan di pasar global mendorong inovasi dan kreativitas di kalangan pelaku usaha, yang berusaha untuk menciptakan solusi baru serta meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Ketiga, terbukanya peluang untuk kerjasama internasional memungkinkan perusahaan membentuk jaringan bisnis global, sekaligus meningkatkan akses terhadap berbagai sumber daya dan teknologi. Bagi konsumen, transaksi elektronik memberikan kemudahan dalam memilih produk dan layanan dari beragam penjual di seluruh dunia tanpa adanya batasan geografis. Secara keseluruhan, fenomena ini menciptakan lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif, serta meningkatkan kesejahteraan dan kepuasan konsumen dengan tercapainya akses yang lebih mudah terhadap produk berkualitas tinggi.

⁴ Yuliana. (2023). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan E-Commerce. *Competitive Business Journal*, 4(1), 2.

Namun, transaksi elektronik lintas batas negara seringkali membawa sejumlah dampak negatif yang signifikan, seperti ketidakpastian hukum, kerugian bagi konsumen, kesulitan dalam penegakan hukum, serta ancaman terhadap kedaulatan dan kepentingan nasional. Di tengah keragaman yurisdiksi, ketidakpastian hukum menjadi tantangan serius yang mencakup perlindungan konsumen, perjanjian bisnis, dan hak kekayaan intelektual. Konsumen pun dihadapkan pada risiko penipuan, ketidaksesuaian produk, serta masalah keamanan data yang dapat menyebabkan pencurian informasi pribadi atau keuangan. Penegakan hukum terhadap transaksi lintas batas menjadi sulit karena adanya perbedaan yurisdiksi, yang menjadikan penyelesaian sengketa semakin rumit.

Di banyak negara, perlindungan konsumen dalam e-commerce masih terbatas dan kurang terjamin. Regulasi yang ada sering kali tidak dapat mengikuti perkembangan transaksi elektronik yang semakin kompleks. Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk menciptakan regulasi yang lebih kuat dan harmonis yang mampu memberikan perlindungan yang adil bagi konsumen di pasar global. Misalnya, dalam banyak kasus, konsumen yang membeli produk dari luar negeri menghadapi kesulitan dalam mengakses mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif, sehingga mereka berisiko terjebak dalam transaksi yang merugikan (Setiawati, Sholahudin, Nurfattah, Sari, dan AP, 2023).⁵

Ancaman terhadap kedaulatan dan kepentingan nasional termasuk pelanggaran hak kekayaan intelektual, penghindaran pajak, pencucian uang, serta potensi keterlibatan dalam kegiatan terorisme dan kejahatan siber. Oleh karena itu, kerjasama internasional dalam merumuskan regulasi dan kerangka hukum yang efektif sangatlah penting untuk mengatasi dampak negatif ini, memastikan perlindungan konsumen, serta menjaga integritas keamanan nasional dan ketertiban internasional. Ketidakpastian hukum di dunia maya menegaskan betapa pentingnya memiliki kerangka regulasi yang bersifat lintas negara. Hukum internasional dapat menjadi landasan bagi kerjasama antarnegara dalam penegakan hukum, penanganan kejahatan siber yang melintasi batas, serta harmonisasi peraturan terkait transaksi elektronik. Selain itu, kerangka ini juga berkontribusi terhadap perdagangan internasional yang sehat dan berkelanjutan, dengan melibatkan negara-negara dalam pembentukan standar dan norma bersama.⁶

Hukum internasional yang mengatur transaksi elektronik lintas batas negara mencakup United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts (CUECIC). Konvensi ini disusun oleh United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL) pada tahun 2005 dengan tujuan utama meningkatkan kepastian hukum dan membangun kepercayaan dalam penggunaan komunikasi elektronik dalam konteks kontrak internasional. CUECIC mengatur berbagai aspek penting, seperti ruang lingkup dan definisi komunikasi elektronik, syarat keabsahan komunikasi elektronik sebagai alat bukti kontrak, penentuan lokasi pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut, serta proses pengiriman

⁵ Alam, G.N., & Azmi, F. (2024). Proteksionisme E-Commerce dalam Pelarangan Impor Barang Cross Border aplikasi Shopee. *Jurnal Perdagangan Internasional*, 2(1), 31-43.

⁶ Nainggolan, S.H., M.H., Dr. B. (2021). *Jaminan Perlindungan Hukum dalam Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara* (p. 17). Yogyakarta: Publika Global Media.

dan penerimaan komunikasi elektronik. Selain itu, CUECIC juga menjelaskan hubungannya dengan instrumen hukum internasional lainnya.⁷

Selain CUECIC, ada berbagai instrumen hukum internasional lainnya yang berhubungan dengan transaksi elektronik antarnegara. Pertama, Konvensi United Nations Convention on CISG mengatur kontrak jual beli barang antara pihak-pihak yang berada di negara-negara berbeda. Kemudian, United Nations Model Law on Electronic Commerce (MLEC) yang dirancang oleh UNCITRAL pada tahun 1996 memberikan panduan bagi negara-negara dalam menyusun regulasi perdagangan elektronik. Selanjutnya, United Nations Model Law on Electronic Signatures (MLES), yang dirilis oleh UNCITRAL pada tahun 2001, menawarkan panduan dalam penyusunan regulasi mengenai tanda tangan elektronik. Terakhir, ASEAN Agreement on Electronic Commerce merupakan kesepakatan antara sepuluh negara anggota ASEAN yang diratifikasi pada tahun 2018. Tujuannya adalah untuk meningkatkan integrasi ekonomi dan memperkuat perdagangan elektronik di kawasan ASEAN. Keseluruhan instrumen ini bersama-sama membentuk kerangka hukum internasional yang mendukung dan mengatur transaksi elektronik lintas batas negara.

Tantangan Hukum Dalam Perlindungan Konsumen E-Commerce di Era Perdagangan Internasional

Saat ini transaksi jual beli *online* tidak terbatas untuk pembelian dalam negeri saja, konsumen dapat mudah membeli barang di luar negaranya dengan prosedur yang mudah, melalui berbagai *platform e-commerce* global seperti Amazon, AliExpress, atau eBay.⁸ Tentunya hal ini memudahkan konsumen untuk membeli barang yang tidak dijual di Indonesia, tanpa harus bepergian ke negara tempat barang tersebut dijual. Namun dibalik kemudahan tersebut terdapat tantangan hukum soal keaslian barang. Yaitu yang pertama, terdapat pelaku usaha baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang berlaku curang terhadap konsumen karena tidak jujur maupun sengaja menjual barang palsu yang kualitasnya berbeda dengan apa yang dijanjikan demi memperoleh keuntungan besar.⁹

Secara normatif, hukum nasional Indonesia melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mewajibkan setiap pelaku usaha, termasuk dari luar negeri, untuk menjamin hak-hak konsumen di Indonesia.¹⁰ Perusahaan e-commerce luar negeri sebagai pelaku usaha wajib memenuhi seluruh hak konstitusional yang diberikan kepada konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK). Menurut Pasal 1 angka 2 UU PK, konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain, dan bukan untuk diperdagangkan. Selain definisi tersebut, hak-hak konsumen juga ditegaskan dalam Pasal 4 angka 2 UU No. 8 Tahun 1999, yang menyatakan bahwa konsumen berhak memilih barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa tersebut sesuai nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan. Apabila perusahaan e-commerce luar negeri terbukti merugikan

⁷ Smith, S. E. (2008). The United Nations Convention on the Use of Electronic Communication in International Contracts (CUECIC): Why It Should Be Adopted and How It Will Affect International E-Contracting. *11 SMU Sci. & Tech. L. Rev.*, 11(2), 133.

⁸ Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. (2020). Pemasaran dan E-Commerce. Yogyakarta: CV Andi Offset, 35

⁹ Indah Prawesti dan Suhirman. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Barang Bermerek palsu secara online, *Kerta Semaya*, 2 (1), 8. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/38776/2350>.

¹⁰ Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999, Pasal 2 dan Pasal 4.

konsumen di Indonesia, secara hukum konsumen berhak menuntut pertanggungjawaban dari perusahaan tersebut.

Namun dalam praktiknya, banyak platform asing tidak memiliki badan hukum atau kantor perwakilan di Indonesia, sehingga proses penegakan hukum sulit dilakukan. Indonesia telah memiliki beberapa regulasi yang relevan, seperti Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 *juncto* UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.¹¹ Meski demikian, regulasi tersebut belum secara khusus mengatur pertanggungjawaban hukum pelaku usaha asing atau mekanisme perlindungan konsumen lintas negara secara rinci. Gugatan hukum terhadap perusahaan asing membutuhkan upaya ekstra, termasuk pembuktian yurisdiksi dan ketersediaan mekanisme penyelesaian sengketa lintas negara. Dalam hal kerugian yang disebabkan oleh produk cacat, tindakan perusahaan e-commerce tersebut dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum, baik karena pelanggaran terhadap hak-hak konstitusional konsumen maupun karena kegagalan memenuhi kewajiban hukum yang seharusnya dipatuhi.¹²

Selain itu, saat melakukan transaksi di *e-commerce* dalam skala nasional maupun internasional, pastinya terjadi pertukaran data antara konsumen dan pelaku usaha. Regulasi dalam perlindungan data pribadi merupakan salah satu hal utama yang harus diperhatikan dalam perdagangan internasional. Demi terciptanya transaksi yang lancar, untuk hubungan komunikasi dan proses pengiriman barang, konsumen harus menyerahkan data pribadi mereka, seperti alamat kedudukan konsumen, baik alamat rumah, maupun alamat kantor. Selain itu nomor telepon pribadi juga termasuk ke dalam data yang dibutuhkan. Data tersebut menjadi rentan dan dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Untuk itu sebelum melakukan transaksi, konsumen harus dengan jeli memilih platform e-commerce terpercaya yang dapat menjamin keamanan data pribadi mereka.

Dalam konteks global, sejumlah regulasi perlindungan data pribadi telah diberlakukan. Seperti GDPR di Eropa dan CCPA di California yang telah menjadi acuan global menunjukkan efektivitas yang bervariasi tergantung wilayah, kesadaran konsumen, dan kesiapan pelaku usaha, serta menegaskan pentingnya perlindungan data dalam ekosistem digital saat ini. Namun masih terdapat perusahaan yang masih sulit untuk menerapkan regulasi ini sepenuhnya dan akhirnya dijatuhi denda karena perbuatannya tersebut. Salah satu contoh perusahaan yang terlibat adalah perusahaan kosmetik, Sephora. Sephora dijatuhi denda sebesar \$1.2 juta oleh Jaksa Agung California karena gagal mematuhi ketentuan CCPA berupa memberikan opsi bagi konsumen untuk dapat menolak penjualan data pribadi mereka.¹³ Hal ini menunjukkan bahwa penegakan hukum baru efektif jika negara memiliki otoritas yang kuat dan mekanisme pengawasan yang jelas.

Sementara di Indonesia, meskipun telah hadir UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, regulasi ini masih dalam tahap transisi dan implementasinya belum merata, pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran data pribadi oleh pelaku

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 *juncto* UU No. 19 Tahun 2016.

¹² Nandayani, N. P. I., & Marwanto. (2020). Perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk barang palsu yang dijual secara e-commerce dengan perusahaan luar negeri. *Kertha Semaya: Journal of Legal Studies*, 8(2).

¹³ Wulandari, S. A., Aliyah, K. K., Faradilla, A. N., & Agustina, S. A. (2024). Implikasi Hukum Privasi Data Internasional terhadap Pilihan Konsumen dalam Penggunaan E-Commerce Lintas Negara. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(2), 82–87.

usaha e-commerce, terutama yang berbasis di luar negeri masih sangat lemah.¹⁴ Akibatnya, belum semua perusahaan terutama dari luar negeri tunduk atau menyesuaikan diri dengan standar perlindungan data yang seharusnya berlaku untuk konsumen Indonesia. Selain itu, rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya serta lemahnya pengawasan pemerintah terhadap pelaku usaha e-commerce, baik lokal maupun asing, memperparah kerentanan konsumen terhadap penipuan, barang palsu, dan penyalahgunaan data pribadi. Banyak konsumen belum memahami pentingnya memilih platform yang terpercaya dan belum mengetahui mekanisme pengaduan jika haknya dilanggar.¹⁵

KESIMPULAN

Transaksi e-commerce lintas negara memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi global, meningkatkan efisiensi bisnis, memperluas akses pasar, serta menciptakan peluang inovasi dan kolaborasi internasional. Namun demikian, kemajuan ini diiringi oleh berbagai tantangan hukum yang kompleks, terutama terkait perlindungan konsumen.

Perbedaan regulasi perlindungan konsumen antarnegara menjadi hambatan utama dalam menjamin keadilan bagi konsumen yang dirugikan, karena adanya ketidakpastian yurisdiksi, kesulitan penegakan hukum lintas negara, serta lemahnya akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa internasional. Selain itu, isu krusial seperti penipuan, barang palsu, pelanggaran hak atas data pribadi, serta ketidakjelasan tanggung jawab pelaku usaha asing masih menjadi persoalan yang belum terselesaikan secara efektif.

Instrumen hukum internasional seperti CUECIC, CISG, MLEC, MLES, serta ASEAN Agreement on Electronic Commerce sudah menjadi langkah awal dalam menciptakan kerangka hukum lintas batas. Namun, efektivitas implementasi masih sangat tergantung pada komitmen dan harmonisasi regulasi di tingkat nasional.

Secara normatif, hukum Indonesia telah memuat perlindungan konsumen melalui UU No. 8 Tahun 1999, UU ITE, dan UU PDP Tahun 2022. Namun, belum optimalnya penegakan hukum, minimnya pengawasan terhadap platform asing, serta rendahnya literasi konsumen membuat perlindungan terhadap konsumen e-commerce lintas negara belum berjalan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, G.N., & Azmi, F. (2024). Proteksionisme E-Commerce dalam Pelarangan Impor Barang Cross-Border Aplikasi Shopee. *Jurnal Perdagangan Internasional*, 2(1), 31-43.
- Smith, S. E. (2008). The United Nations Convention on the Use of Electronic Communication in International Contracts (CUECIC): Why It Should Be Adopted and How It Will Affect International E-Contracting. *11 SMU Sci. & Tech. L. Rev.*, 11(2), 133.
- Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), hlm 2-3. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/225>

¹⁴ Nugraha, S., Dwi Andayani, dan M.S Tumanggor. "Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha E-Commerce Atas Terjadinya Pencurian Data Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia Berdasarkan Pasal 19 dan Pasal 62 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *UNES Law Review*, Vol. 6, No. 2, Desember, 2023.

¹⁵ Irsan Rahman dkk., "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital," *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, Vol. 2, No. 08, Agustus, 2023.

- Indah Prawesti dan Suhirman. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Barang Bermerek palsu secara online, *Kerta Semaya*, 2 (1), 8. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/38776/2350>
- Nandayani, N. P. I., & Marwanto. (2020). Perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk barang palsu yang dijual secara e-commerce dengan perusahaan luar negeri. *Kertha Semaya: Journal of Legal Studies*, 8(2).
- Nainggolan, S.H., M.H., Dr. B. (2021). *Jaminan Perlindungan Hukum dalam Transaksi Elektronik Lintas Batas Negara* (h. 17). Yogyakarta: Publika Global Media.
- Sari, D. P., & Dhewanto, W. (tahun publikasi). Pengaruh persepsi risiko, persepsi manfaat, dan sikap terhadap niat beli melalui situs jual beli online. *Nama Jurnal*, Volume(Nomor), halaman-halaman.
- Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. (2020). Pemasaran dan E-Commerce. (h. 35.) Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yuliana. (2023). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan E-Commerce. *Competitive Business Journal*, 4(1), 93–105. journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/a
- Wulandari, S. A., Aliyah, K. K., Faradilla, A. N., & Agustina, S. A. (2024). Implikasi Hukum Privasi Data Internasional terhadap Pilihan Konsumen dalam Penggunaan E-Commerce Lintas Negara. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(2), 82–87. Retrieved from <https://www.journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/1739>.
- Nugraha, S., Dwi Andayani, dan M.S Tumanggor. "Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha E-Commerce Atas Terjadinya Pencurian Data Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia Berdasarkan Pasal 19 dan Pasal 62 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *UNES Law Review*, Vol. 6, No. 2, Desember, 2023.
- Irsan Rahman dkk., "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital," *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, Vol. 2, No. 08, Agustus, 2023.