

Perlindungan Konsumen dalam aktivitas E-Commerce: Implementasi dan Tantangan dalam PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

Ivana Trixie¹ Gunardi Lie²

Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara Jakarta, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: ivana.205220032@stu.untar.ac.id¹ gunardi@fh.untar.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini membahas mekanisme perlindungan konsumen dan pengawasan transaksi e-commerce dalam kerangka PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Metode studi kepustakaan digunakan untuk menelaah ketentuan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dalam transaksi elektronik, termasuk larangan larangan dan tanggung jawab ganti rugi yang diatur dalam PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa meski payung hukum telah tersedia, implementasi e-commerce memerlukan Peraturan Pemerintah pelaksana untuk memperjelas detail operasional dan pengawasan teknis. Selain itu, pengawasan transaksi daring harus diperkuat melalui peningkatan kapasitas penyidik PPNS, pemanfaatan teknologi big data untuk deteksi pelanggaran SNI dan label, serta peningkatan edukasi bagi pelaku usaha mikro dan konsumen. Kajian ini merekomendasikan sosialisasi peraturan e-commerce, kolaborasi lintas sektor, dan evaluasi regulasi secara berkala agar perlindungan konsumen dalam ekosistem e-commerce di Indonesia dapat berjalan efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: E-Commerce, Regulasi

Abstract

This study examines the mechanism of consumer protection and supervision of e-commerce transactions within the framework of Government Regulation No. 80 of 2019 concerning Trade through Electronic Systems (PMSE). A literature review method is employed to analyze the legal provisions regulating the rights and obligations of consumers and business actors in electronic transactions, including prohibitions and liability for compensation as stipulated in PP No. 80 of 2019 on Trade through Electronic Systems (PMSE). The study results indicate that although a legal umbrella is available, the implementation of e-commerce requires implementing government regulations to clarify operational details and technical supervision. Furthermore, supervision of online transactions must be strengthened through enhanced capacity of civil servant investigators (PPNS), utilization of big data technology to detect violations of SNI (Indonesian National Standard) and labeling, as well as increased education for micro-business actors and consumers. This study recommends the socialization of e-commerce regulations, cross-sector collaboration, and regular evaluation of regulations to ensure effective and sustainable consumer protection within Indonesia's e-commerce ecosystem.

Keywords: E-Commerce, Regulation



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

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan e-commerce di Indonesia menunjukkan tren yang sangat pesat. Fenomena ini menempatkan e-commerce sebagai salah satu sektor yang memiliki prospek menjanjikan dalam dunia perdagangan modern. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh A.T. Kearney, Indonesia yang memiliki populasi lebih dari 240 juta jiwa, mencatatkan nilai pasar e-commerce sebesar USD 1,3 miliar pada tahun 2013. Hal ini menegaskan bahwa Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi pertumbuhan

bisnis e-commerce. Lebih lanjut, tercatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 39 juta orang, dengan sekitar 5 juta di antaranya—atau sekitar 12%—telah menggunakan internet sebagai media untuk melakukan transaksi perdagangan secara elektronik¹ Asia masih menjadi pasar yang menjanjikan bagi pertumbuhan *e-commerce*, terutama Cina dan negara ASEAN. Diprediksi pertumbuhan *e-commerce* di ASEAN dari tahun 2013 hingga 2017 mencapai 25%, hasil ini masih jauh berada diatas pertumbuhan pasar di Amerika Serikat yang hanya 11 % dan negara Uni Eropa yang hanya 10%² Perkiraan menunjukkan bahwa volume transaksi e-commerce akan menyamai, bahkan melampaui, volume perdagangan konvensional. Hal ini wajar mengingat keunggulan e-commerce, antara lain kemampuan menjangkau pasar yang jauh lebih luas serta pengurangan biaya operasional dan promosi—perusahaan tidak lagi memerlukan jaringan gerai fisik maupun iklan di berbagai media, melainkan cukup menampilkan informasi perusahaan dan portofolio produk melalui situs web atau beranda daring. Industri e-commerce di Indonesia diharapkan terus berkembang, tidak hanya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga berperan sebagai tulang punggung dalam era ekonomi digital. Dalam pelaksanaan e-commerce, terdapat dua metode utama untuk melakukan transaksi daring. Metode pertama memanfaatkan aplikasi Electronic Data Interchange (EDI), yaitu sistem yang memungkinkan pengiriman dokumen bisnis secara elektronik—seperti pesanan pembelian, faktur, dokumen pengapalan, dan korespondensi lainnya. Dengan EDI, proses yang sebelumnya memerlukan kertas sepenuhnya diubah menjadi format digital, sehingga mempercepat alur bisnis dan mengurangi penggunaan dokumen fisik.³

Pesatnya kemajuan internet—ditandai oleh peningkatan kecepatan, kapasitas yang lebih besar, akses yang semakin mudah, serta biaya yang semakin terjangkau—telah membawa transformasi revolusioner di berbagai sektor, termasuk komunikasi, hiburan, dan pariwisata. Namun, dampak paling mencolok terlihat pada sektor perdagangan. Seiring dengan perkembangan teknologi, regulasi perdagangan juga mengalami penyesuaian, terutama sejak kemunculan e-commerce. Pertumbuhan transaksi melalui platform daring sangat signifikan sejak pertama kali internet diperkenalkan, karena akses global ini mempercepat laju perdagangan internasional dan mengaburkan batasan geografis antarnegara. Oleh karena itu, perdagangan berbasis internet sering kali disebut sebagai “final frontier of commerce” pada abad ke-21.⁴ Perkembangan pesat akses internet—yang ditandai dengan kemudahan koneksi, peningkatan kapasitas, serta biaya yang semakin terjangkau—telah mendorong pertumbuhan jumlah konsumen e-commerce. Beberapa faktor yang mendorong minat konsumen antara lain sifatnya yang praktis, kemudahan dalam sistem pembayaran, efisiensi waktu, serta beragam program promosi menarik dari pelaku usaha daring. Namun, di balik berbagai kemudahan tersebut, muncul pula kekhawatiran mengenai tanggung jawab perusahaan online terhadap konsumen, mengingat maraknya pemain di pasar digital. Keberadaan e-commerce dalam kerangka Undang-Undang Perdagangan dianggap krusial, mengingat potensi dan laju pertumbuhan bisnis daring di Indonesia. Oleh karena itu, konsumen—sebagai subjek yang paling rentan—memerlukan perlindungan hukum yang memadai, sebagaimana diatur dalam PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) menjadi landasan bagi setiap pelaku usaha, baik dalam perdagangan konvensional maupun transaksi elektronik.

¹ A.T.Kearney, “*Lifting The Barriers of E-commerce in ASEAN*”, (CIMB ASEAN Research Institute, 2015), hal 4

² 2 *ibid*, hal 5.

³ Kamlesh K. Bajaj & Debjani Nag, “E-commerce: The Cutting Age of Business”, (New Delhi: Tata Mcgraw-Hill Publishing Company Limited 1999), hal. 13-14.

⁴ *Ibid*, al 162

Dalam PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) secara khusus mengatur sistem perdagangan elektronik, mewajibkan setiap orang atau badan usaha yang menawarkan barang dan jasa secara daring untuk menyediakan data serta informasi yang benar dan lengkap. Ketentuan pelaksanaan lebih rinci akan diatur melalui Peraturan Pemerintah yang saat ini masih dalam tahap finalisasi, dan juga menegaskan prinsip keadilan dan keterbukaan dalam hubungan bisnis antara pelaku usaha dan konsumen. Di era e-commerce, perlindungan ini menjadi sangat penting mengingat transaksi elektronik pada dasarnya bergantung pada asas kepercayaan kedua belah pihak. Dengan demikian, regulasi yang memadai diharapkan dapat menekan potensi penyalahgunaan oleh oknum tidak bertanggung jawab dalam memasarkan produk mereka secara daring.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan konsumen dalam e-commerce diatur dalam PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)?
2. Bagaimana mekanisme pengawasan terhadap transaksi e-commerce dalam No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah, yuridis-normatif. Metode yuridis- nasional dan merupakan pedoman sosial yang dipakai sebagai standar berperilaku. (Marzuki, 2005). Atau dapat diartikan, Penelitian ini meneliti dengan bahan kepustakaan dan data sekunder atau regulasi/peraturan-peraturan terkait dengan topik penelitian ini. Dengan menggunakan metode pendekatan yuridis, penelitian ini berfokus kepada kaidah atau aturan hukum tentang PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan pendekatan literatur, yaitu penelitian yang menggunakan sumber/bahan pustaka hukum yang dapat dipertanggung jawabkan. Bahan hukum primer yang digunakan di dalam penelitian ini ialah, UUD 1945, PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan Bahan hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini ialah, jurnal, literatur , skripsi, tesis, artikel diperoleh dari studi kepustakaan dan dapat dipertanggung jawabkan. Metode analisis yang digunakan untuk meneliti data-data didalam penelitian ini ialah, metode analisis data kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagaimana perlindungan konsumen dalam e-commerce diatur dalam PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

Dalam sistem hukum Indonesia, perlindungan konsumen telah memperoleh legitimasi normatif melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) yang diperkuat secara sektoral oleh Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Hak dan kewajiban Pelaku Usaha diatur dalam Pasal 6 sampai 17, sementara hak dan kewajiban konsumen dijelaskan dalam Pasal 18 sampai 25. Pasal-pasal ini memberikan pedoman mengenai peran dan kedudukan konsumen serta pelaku usaha dalam proses transaksi bisnis atau perdagangan. Terkait dengan transaksi e-commerce, perlindungan hukum bagi konsumen berfokus pada tindakan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab mereka. Selain itu, juga diatur mengenai larangan terhadap iklan yang menyesatkan atau yang dapat mengelabui konsumen, di mana barang dan/atau jasa yang ditawarkan seolah-olah memiliki kualitas yang baik padahal kenyataannya tidak demikian.⁵ Dalam transaksi e-commerce, tanggung jawab juga berlaku bagi pelaku usaha, atau

⁵ Az. Nasution, "Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet", (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), hal 28.

yang disebut merchant, apabila konsumen menerima barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian. Aspek tanggung jawab pelaku usaha ini diatur dalam Pasal 8 hingga 9. Ketentuan ini berlaku ketika pelaku usaha melakukan tindakan yang menyebabkan kerugian bagi konsumen, seperti kerusakan atau pencemaran terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Tanggung jawab ini tidak hanya berlaku bagi pelaku usaha yang memproduksi barang atau jasa, tetapi juga untuk pelaku usaha yang terlibat dalam kegiatan periklanan, serta importir barang atau penyedia jasa asing.

Persoalan juga dapat muncul jika pelaku usaha dan konsumen berada di yurisdiksi yang berbeda. Dalam hal pelaku usaha berada di luar Indonesia, harus menunjuk perwakilan yang berkududukan di wilayah Indonesia. Prinsip utama dalam transaksi online di Indonesia masih sangat bergantung pada aspek kepercayaan antara penjual dan pembeli. Keamanan infrastruktur dalam transaksi online, seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual dan pembeli, serta keamanan jalur pembayaran (*payment gateway*) dan keandalan website e-commerce, belum menjadi perhatian utama baik bagi penjual maupun pembeli. Hal ini terutama berlaku untuk transaksi dengan skala kecil hingga menengah, di mana nilai nominal transaksi tidak terlalu besar, seperti pada transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas online, toko online, atau blog. Setelah adanya regulasi yang jelas mengenai transaksi online dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya *product awareness* diharapkan dapat mengurangi atau meminimalkan risiko terjadinya praktik perdagangan yang curang, serta dapat memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen.

Bagaimana mekanisme pengawasan terhadap transaksi e-commerce dalam No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

Perkembangan e-commerce dalam beberapa tahun terakhir telah membawa kemudahan luar biasa bagi masyarakat untuk bertransaksi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pelaku usaha dari berbagai skala kini melek digital dan memanfaatkan platform daring untuk menjangkau konsumen lebih luas. Di tingkat global, e-commerce memungkinkan usaha kecil dan menengah (UKM) bersaing lebih setara dengan korporasi besar karena akses pasar yang tidak lagi dibatasi oleh lokasi fisik. Peluang tersebut hanya dapat direalisasikan oleh pelaku usaha yang memiliki kompetensi dalam mengelola platform, logistik, dan layanan pelanggan. Tanpa kemampuan operasional dan teknis yang memadai, UKM justru dapat mengalami kerugian akibat order yang tidak tertangani dengan baik. Keberhasilan transaksi daring juga bergantung pada kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan keamanan data pribadi mereka. Konsumen yang ragu melakukan transaksi akan menahan diri dan beralih ke alternatif lain. Oleh karena itu, penguatan regulasi dan mekanisme pengawasan menjadi kunci agar ekosistem e-commerce berfungsi secara optimal. Kerangka hukum yang jelas membantu pelaku usaha memahami kewajiban dan hak mereka. Di sisi lain, konsumen mendapat kepastian bahwa hak mereka dilindungi. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan volume transaksi daring. Tanpa pengawasan yang memadai, pelaku usaha kurang bertanggung jawab dapat memasukkan produk di bawah standar. Produk tanpa SNI atau tanpa label berbahasa Indonesia dapat tetap beredar di platform. Kondisi ini menimbulkan risiko keselamatan dan kerugian finansial bagi konsumen. Selain itu, praktik penipuan—seperti pengiriman barang berbeda dari yang diiklankan—sering terjadi.

Permasalahan ini membutuhkan pengawasan yang ketat oleh pemerintah terhadap perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) yang merupakan pilar fundamental dalam membangun kepercayaan publik terhadap transaksi digital. Dalam konteks ini, Pasal 26–28 PP No. 80 Tahun 2019 dirancang untuk membentuk kerangka pengawasan atas aktivitas e-commerce oleh pelaku usaha. Namun, apabila ditelaah secara kritis, ketentuan tersebut lebih

bersifat deklaratif dan normatif, serta belum mampu menjawab kompleksitas pengawasan pada praktik transaksi digital yang lintas batas, cepat, dan terdesentralisasi. Pasal 26 menetapkan bahwa pengawasan dilakukan oleh Menteri Perdagangan, yang dapat bekerja sama dengan kementerian/lembaga lain, pemerintah daerah, dan masyarakat. Di sini terlihat bahwa model pengawasan yang dirancang bersifat polisentris dan berbasis koordinasi horizontal antarinstansi. Namun dalam realitas birokrasi Indonesia yang masih sektoral dan silo-based, formula ini menyisakan problem fragmentasi kelembagaan dan ketidakjelasan locus of responsibility. Tidak ada penjelasan mengenai siapa yang menjadi koordinator utama dalam sistem pengawasan ini, bagaimana pembagian kewenangan teknis antara pusat dan daerah, serta bagaimana keterlibatan masyarakat (civil society) dapat difungsikan secara substantif, bukan hanya formalistik. Pasal 27 menjabarkan bentuk pengawasan ke dalam tiga kategori: pemantauan, evaluasi, dan pemeriksaan. Namun, ketiga bentuk tersebut dilakukan tanpa pedoman pelaksanaan yang konkret. Tidak ada parameter objektif mengenai frekuensi pengawasan, indikator evaluasi kinerja pelaku usaha, maupun prosedur pemeriksaan berbasis bukti digital. Hal ini menciptakan ruang diskresioner yang luas dan membuka potensi non-enforcement atau pengawasan yang hanya bersifat simbolik. Dalam praktik, sebagian besar pelaku usaha PMSE di Indonesia—terutama yang berskala mikro dan berbasis media sosial (social commerce)—beroperasi tanpa pengawasan yang berarti, sehingga regulasi ini hanya efektif secara teks, tetapi tidak operasional dalam konteks regulatif.

Lebih jauh, Pasal 28 memperkenalkan prinsip-prinsip normatif yang harus menjadi dasar pengawasan, yakni: kepentingan nasional, perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, dan keamanan sistem elektronik. Prinsip-prinsip ini seharusnya menjadi tolok ukur etis dan teknokratis dalam desain pengawasan digital. Namun dalam kenyataannya, tidak terdapat mekanisme *compliance check* yang dapat mengukur sejauh mana pelaku usaha tunduk pada prinsip tersebut. Misalnya, tidak ada sistem audit keamanan sistem elektronik secara berkala, padahal isu kebocoran data konsumen menjadi persoalan serius. Selain itu, banyak platform asing yang masih dapat diakses publik meskipun tidak memiliki perwakilan hukum di Indonesia, yang secara langsung melemahkan prinsip *digital sovereignty* sebagaimana dimandatkan oleh Pasal 28 huruf a. Kritik paling substansial terhadap Pasal 26–28 adalah tidak adanya mekanisme sanksi administratif langsung yang dapat diberlakukan oleh pengawas terhadap pelaku usaha yang melanggar. Dalam hukum administrasi modern, pengawasan tanpa instrument of enforcement cenderung menjadi retorika hukum. Tidak ada ketentuan dalam PP ini yang secara eksplisit memberikan kewenangan kepada Menteri atau unit pengawasan untuk melakukan tindakan korektif seperti pencabutan izin, pemblokiran sistem elektronik, atau pemberian denda administratif yang bersifat efektif dan progresif. Akibatnya, proses pengawasan kehilangan deterrent effect, dan pelaku usaha tidak memiliki insentif untuk patuh terhadap norma, apalagi jika pelanggaran dilakukan oleh platform dengan kekuatan pasar dominan (*market power asymmetry*). Dengan demikian, mekanisme pengawasan dalam Pasal 26–28 PP No. 80 Tahun 2019 cenderung menyisakan kekosongan regulatif (regulatory void) dalam aspek eksekusi, proseduralisasi, dan pelibatan teknologi. Dalam sistem yang ideal, pengawasan PMSE harus berbasis pada teknologi regulatif (regtech), seperti algoritma pendeteksi fraud, sistem pelaporan otomatis, serta dashboard transparansi kinerja pelaku usaha. Selain itu, perlu dibentuk unit kerja lintas sektor yang memiliki otoritas tunggal dalam pengawasan PMSE, termasuk terhadap platform asing. Tanpa itu semua, pengawasan sebagaimana diatur dalam PP No. 80 Tahun 2019 hanya akan menjadi rangka kosong (hollow regulation) yang tidak mampu menjawab disrupsi digital dan ketimpangan relasi hukum antara konsumen dan korporasi digital.

KESIMPULAN

Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia telah memiliki dasar hukum yang cukup kuat melalui UU No. 8 Tahun 1999 dan PP No. 80 Tahun 2019. Hak dan kewajiban pelaku usaha serta konsumen telah diatur secara rinci, termasuk tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat barang atau jasa yang tidak sesuai. Tantangan muncul ketika pelaku usaha berada di luar yurisdiksi Indonesia, sehingga keharusan untuk menunjuk perwakilan lokal menjadi penting. Praktik e-commerce di Indonesia masih sangat bergantung pada kepercayaan, sementara aspek keamanan dan infrastruktur digital belum mendapat perhatian serius. Oleh karena itu, regulasi yang jelas dan peningkatan kesadaran konsumen sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang adil dan aman. Perkembangan e-commerce membawa peluang besar bagi pelaku usaha, namun juga menimbulkan tantangan serius dalam hal perlindungan konsumen dan pengawasan digital. Pasal 26–28 PP No. 80 Tahun 2019 memang menyusun kerangka pengawasan, tetapi hanya bersifat normatif tanpa mekanisme pelaksanaan yang jelas dan efektif. Fragmentasi kelembagaan, tidak adanya pedoman teknis, serta ketiadaan instrumen sanksi administratif membuat regulasi ini lemah dalam aspek penegakan hukum. Ketidakhadiran sistem teknologi pengawasan yang memadai semakin memperparah lemahnya kontrol terhadap praktik dagang yang merugikan konsumen, khususnya pada platform asing. Oleh karena itu, revisi regulasi dan penguatan infrastruktur pengawasan berbasis teknologi menjadi hal mendesak guna menjamin keadilan, keamanan, dan kepercayaan dalam ekosistem perdagangan digital Indonesia.

Saran

Melihat kelemahan struktural dan normatif dalam Pasal 26–28 PP No. 80 Tahun 2019, diperlukan langkah reformasi regulatif yang menyeluruh. Pertama, pemerintah perlu menyusun peraturan pelaksana yang memuat prosedur teknis pengawasan, termasuk indikator evaluasi, standar audit digital, serta frekuensi pemeriksaan rutin terhadap pelaku usaha PMSE. Kedua, perlu dibentuk otoritas pengawasan tersentralisasi yang bersifat lintas sektor dan dilengkapi kewenangan administratif untuk menjatuhkan sanksi secara langsung kepada pelaku usaha yang melanggar, termasuk pencabutan izin, pemblokiran akses platform, dan denda progresif. Ketiga, integrasi teknologi pengawasan berbasis algoritma (regulatory technology/regtech) menjadi prioritas, agar proses pemantauan dapat dilakukan secara real-time dan berbasis data. Terakhir, keterlibatan publik dan organisasi masyarakat sipil harus diperkuat melalui kanal pelaporan terbuka dan transparan, guna menciptakan pengawasan partisipatif yang dapat memperkuat akuntabilitas dalam ekosistem perdagangan elektronik nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta: Puskakom UI 2015.
- Badruzaman, Mariam Darus. *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar), dalam BPHN, Simposium Aspek- Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Binacipta, 1986.
- Bajaj, Kamlesh K. & Debjani Nag. *E-commerce: The Cutting Age of Business*. New Delhi: Tata Mcgraw-Hill Publishing Company Limited 1999.
- Direktorat Kerjasama ASEAN, Kemendag. *Indonesia E-commerce Menuju Asean Free Trade Area (AFTA)2015*. Jakarta, 4 Desember 2014.
- Hartano, Sri Redjeki. *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas, Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju, 2000.

- Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan*, Permendag No 73/M- Dag/Per/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label Dalam Bahasa Indonesia Pada Barang
- Indonesia. *Peraturan Pemerintah Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen*, PP No. 58 Tahun 2001. TLN No 4126.
- Indonesia. *Peraturan Pemerintah Tentang Penyelenggaraan Sistem Transaksi Elektronik*. PP No 82 Tahun 2012. LN No 189.
- Indonesia. *Surat Edaran Dirjen Pajak Mengenai Penegasan Penegasan Ketentuan Perpajakan Transaksi E-Commerce*, Peraturan Nomor SE- 62/PJ/2013.
- Indonesia. *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, UU No 11 Tahun 2008, LN No.58.
- Indonesia. *Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, UU No. 5 Tahun 1999, LN No 33 Tahun 1999, TLN No 3817.
- Indonesia. *Undang-Undang Perdagangan*, UU No. 7 tahun 2014, LN No. 45 Tahun 2014, TLN No. 5512.
- Indonesia. *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, LN No. 42 Tahun 1999, TLN 3821
- Kearney, A.T. *Lifting The Barriers of E-commerce in ASEAN*. CIMB ASEAN Research Institute, 2015
- Kian, Catherine Tay Swee. Et al. *E-commerce Law (What You Need to Know)*. Singapore: Times Books International, 2001.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata [Burgerlijk Wetboek] Edisi Revisi*. diterjemahkan oleh R. Subekti dan R. Tjitrosudibio. Jakarta: Pradnya Paramita, 1999.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Nasution, Az. *Konsumen dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995. *668 Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-48 No.3 Juli-September 2018*
- Nasution, Az. *Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet*, Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001
- Newsletter Komisi Hukum Nasional. *Desain Hukum (Kiblat UU Perdagangan Baru)*. Jakarta, Vol 14, No 4, Mei 2014.
- Sanusi, Arsyad. *E-commerce: Hukum dan Solusinya*. Bandung: PT Mizan Grafika Sarana, 2001.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, 2006.