

PENYULUHAN HUKUM TENTANG PELUANG DAN ANCAMAN BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE DI INDONESIA

Ashintas Sekar Bidari

Fakultas Hukum, Universitas Surakarta, Surakarta, Indonesia

Email : ashintasb@unsu.ac.id

Abstract

This legal education aims to educate the public regarding the development of online business in Indonesia. An online business called E-Commerce Transactions arose because of rapid technological developments. The impact on society is to change the pattern of society acting as consumers both in meeting the needs of goods and services using internet media (online). Unwittingly these impacts can be opportunities and threats for the community. Opportunities that arise can provide convenience and practicality in shopping. However, behind the convenience, there is also a threat to consumers experiencing losses, defaults and fraud from online businesses. Therefore, consumer protection really needs to be created not only with accommodating legal rules but supported by self-awareness of consumers to be selective and careful in conducting online transactions.

Keywords: *online transactions, consumers, opportunities, threats*

Abstrak

Penyuluhan hukum ini bertujuan untuk mengedukasi bagi masyarakat terkait perkembangan bisnis online di Indonesia. Bisnis online yang disebut dengan Transaksi E-Commerce muncul karena perkembangan teknologi yang pesat. Dampaknya bagi masyarakat adalah merubah pola masyarakat bertindak sebagai konsumen baik dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa menggunakan media internet (online). Tanpa disadari dampak yang muncul tersebut dapat berupa peluang serta ancaman bagi masyarakat. Peluang yang muncul dapat memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam berbelanja. Akan tetapi dibalik kemudahan itu, juga muncul ancaman bagi konsumen mengalami kerugian, wanprestasi serta penipuan dari pelaku usaha online. Oleh karena itu, perlindungan konsumen sangat perlu diciptakan tidak hanya dengan aturan hukum yang mengakomodir tetapi didukung dengan kesadaran diri dari konsumen untuk selektif dan hati-hati dalam melakukan transaksi online.

Kata kunci : Transaksi online, Konsumen, Peluang, Ancaman

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa pergeseran budaya masyarakat salah satunya dalam kegiatan bisnis. Peran internet sebagai media pelaku usaha menjalankan sebuah bisnis. Kemajuan bisnis online membawa perbuahan cara pelaku usaha menjual produknya serta merubah cara konsumen dalam membeli suatu produk. Sebelum adanya bisnis online pelaku usaha yang menjual produknya secara konvensional kepada konsumen, maka setelah adanya internet sebagai media bisnis perilaku pelaku usaha dan konsumen hanya via online tanpa harus *face to face*. Perkembangan transaksi E-Commerce di Indonesia sangat luar biasa dimana konsumen sangat mudah memenuhi barang dan jasa yang diperlukan dengan menggunakan media internet. Kondisi yang seperti ini merupakan perubahan revolusi yang dikenal dengan Revolusi Digital. Revolusi

Digital khususnya Transaksi *E-Commerce* membawa dampak yang positif dan negatif baik untuk pelaku usaha serta konsumen.¹

Transaksi *E-Commerce* bisa memberikan peluang konsumen dalam berbelanja secara online, akan tetapi di satu sisi juga membawa ancaman. Transaksi *E-Commerce* merupakan sebuah perjanjian yang diawali dengan sebuah kesepakatan. Akan tetapi ketika masyarakat (konsumen) bertransaksi melalui *E-Commerce* pelaku usaha menggunakan sebuah perjanjian baku (standart contract). Perjanjian baku ini adalah perjanjian draft dan konsep disusun serta ditentukan oleh pelaku usaha sehingga memposisikan masyarakat (konsumen) pada kedudukan lebih rendah. Dengan perjanjian baku tersebut akan muncul celah pelaku usaha membebaskan dirinya dari sebuah tanggung jawab apabila terdapat kerugian pada transaksi online tersebut. Selain itu, transaksi *E-Commerce* juga berpotensi terjadinya wanprestasi dan penipuan karena mayoritas konsumen tidak mengetahui identitas pelaku usaha yang sebenarnya².

Sebuah Asosiasi yang dinamakan APJII (Pengguna Jaringan Internet Indonesia), memiliki data sekitar 54,6% penduduk di negara kita yakni 143,26 juta jiwa menggunakan internet. Hasil survey Globalwebindex (2018) yaitu pengguna internet sejumlah 60% bertransaksi online di Tokopedia dan 61% ke Lazada. Survey tahun 2017 menjelaskan bahwa penduduk Indonesia rata-rata mengakses internet adalah 8 jam 51 menit dalam satu hari.³

Penulis menganggap bahwa dengan mengadakan sebuah penyuluhan hukum tentang perlindungan konsumen dalam era revolusi digital ini sangat penting. Harapannya agar masyarakat lebih bijak dan hati-hati ketika melakukan transaksi *E-Commerce* (online).

METODE PELAKSANAAN

A. Realisasi Kegiatan

- | | |
|-----------------------------|-------------------------|
| 1. Pengurusan ijin | : 25 – 29 November 2019 |
| 2. Penyusunan naskah/materi | : 2 – 7 Desember 2019 |
| 3. Pelaksanaan kegiatan | : 11 Desember 2019 |
| 4. Penyusunan laporan | : 16 – 20 Desember 2019 |

B. Kelompok Sasaran

Kelompok Sasaran Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah anggota Dharma Wanita Persatuan Kabupaten Wonogiri yang terdiri dari perwakilan 35 Kecamatan di Kabupaten Wonogiri. Pelaksanaan kegiatan bertempat di Kantor Setda Kabupaten Wonogiri.

C. Metode

Metode kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang digunakan dalam melaksanakan yaitu antara lain :

¹ Suwari Akhmaddhian dan Asri Agustiwi, 2016. “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia”. Unifikasi : Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 3 No. 2 Juli 2016.40-60.

² Erga Yuhandra. 2018. “Pencegahan dan Penindakan Kenakalan Remaja Pada Era Informatika di Kabupaten Kuningan, Indonesia” *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 01 Nomor 01 Januari 2018.8-15

³ Okta Nofri, Andi Hafifah, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar, *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*”, Nomor 1 Januari-Juni, 2018. 114

1. Paparan materi;
2. Diskusi;
3. Tanya jawab.

D. Evaluasi

Respon Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sangat positif. Hal ini didukung tema yang menarik dan merupakan peristiwa yang sering dihadapi oleh para peserta di Era Digital saat ini. Berdasar hasil evaluasi maka harapannya ke depan, kegiatan pengabdian ini bisa diselenggarakan secara rutin khususnya di Kabupaten Wonogiri. Hambatan yang muncul dalam kegiatan ini adalah terbatasnya waktu untuk sesi tanya jawab.



Gambar. 1. Pelaksanaan Penyuluhan Hukum

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Transaksi Online

Perkembangan teknologi telah menciptakan sebuah budaya bagi masyarakat. Dampak perkembangan teknologi yang pesat salah satunya adalah membawa perubahan dibidang ekonomi, salah satunya pergeseran konsumen dalam melakukan pembelian. Tersedianya media bisnis online melalui E-Commerce maka konsumen dengan mudah memenuhi kebutuhan baik barang dan jasa. Era revolusi digital merupakan kondisi dimana internet menjadi sentralnya pusat informasi, akan tetapi sebagai media pendukung kegiatan bisnis

E-Commerce berupa kontrak dagang elektronik yang dimana kontraknya berupa kontrak elektronik dan kontrak berlangsung virtual atau berada di dunia maya.⁴ Definisi *E Commerce* adalah perdagangan berbasis elektronik sehingga perdagangan yang melalui fax termasuk dalam *E Commerce*. Secara umum *E Commerce* menggunakan media internet untuk operasional transaksi yang terjadi. Cara operasional yang membutuhkan proses fisik dan otak tidak kita temukan dalam transaksi *E Commerce*, karena semua prosesnya menggunakan cara operasionalnya dengan komputer dalam memutuskan kebutuhan komersial, bisnis dan perdagangan.⁵

Transaksi online menurut Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik merupakan aktivitas perdagangan dengan media dan prosedur elektronik. Sedangkan transaksi elektronik dalam UU ITE Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan transaksi yang dilaksanakan dengan media berupa computer atau jaringan elektronik serta media lainnya yang bersifat elektronik.

B. Konsumen

Konsumen dalam Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki hak-hak antara lain penggunaan barang dan jasa secara aman, pemilihan barang/ jasa disertai jaminan atas kondisi barang / jasa tersebut, hak untuk informasi yang sesungguhnya atas barang / jasa, hak untuk menyalurkan keluhan atau pendapatnya, hak mendapat perlindungan dengan advokasi atau penyelesaian sengketa, hak mendapat edukasi, hak mendapatkan pelayanan yang sama (non diskriminasi), hak mendapatkan ganti rugi ketika menerima ketidaksesuaian barang/jasa, dan hak-hak lain yang diatur dalam undang-undang.

Kegiatan yang tidak boleh dilakukan Pelaku Usaha dalam Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain memiliki produksi yang bertentangan dengan aturan UU, ketidaksesuaian produk dengan spesifikasinya, memasang label produk yang tidak sesuai dengan kegunaan, manfaat, komposisi serta mutu barang yang sebenarnya, serta memberi kebenaran informasi atas barang yang dijual sebagai kewajiban dari pelaku usaha. Pelaku usaha dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari setelah bertransaksi dengan konsumen dibebani tanggung jawab

⁴ Mariam Darus Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001. Hlm. 281-282

⁵ Evi Retnowulan, "Tinjauan Hukum Jual Beli Secara Online", Jurnal Hukum Vol XIX No.19 Oktober 2010 ISSN 1412-0887, Hlm. 18

memberi ganti kerugian. Ganti ruginya antara lain mengembalikan uang konsumen, mengganti barang atau jasa dan ganti rugi yang diatur UU.

Kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan data, informasi secara benar, dimaksudkan untuk memberi perlindungan kepada konsumen *e-commerce* agar konsumen memiliki kepastian hukum atas kesepakatan yang diberikannya kepada pelaku usaha. Kesempatan yang dimiliki konsumen sangat luas dalam mempertimbangkan sebelum transaksi disepakati oleh kedua pihak. Kewajiban dari pelaku usaha ini merupakan hak konsumen yang diakui secara internasional. PBB mengeluarkan aturan internasional berupa *Guidelines for Consumer Protection of 1985*, menyebutkan bahwa seluruh konsumen di dunia, mempunyai hak-hak antara lain berupa hak diberikan informasi jelas, benar, dan jujur. Negara-negara anggota PBB harus menerapkannya.⁶

C. Peluang dan Ancaman

Revolusi Digital membawa pergeseran budaya konsumen dari transaksi konvensional menjadi transaksi online. Pergeseran ini dapat membawa peluang serta ancaman konsumen dalam melakukan transaksi online. Peluang dan ancaman ini muncul karena konsep transaksi konvensional berbeda dengan transaksi online. Peluang transaksi online bagi konsumen, yaitu :

1. Efisien waktu dan tenaga;
2. Transaksi belanja yang lebih privasi;
3. Kemudahan dalam berbelanja;
4. Konsumen tidak perlu *face to face* dengan pelaku usaha;
5. Perbandingan harga yang mudah;
6. Berbelanja dimana saja dan kapan saja.

Ancaman transaksi online bagi konsumen yaitu :

1. Konsumen tidak bisa melihat dan memeriksa barang yang dibeli;
2. Pelaku usaha memberikan informasi yang tidak benar soal spesifikasi barang yang dijual;
3. Konsumen tidak mengetahui secara jelas informasi dan identitas serta lokasi pelaku usaha, sehingga konsumen mengalami kesulitan apabila mengembalikan barang yang tidak sesuai;
4. Pelaku usaha hanya *reseller* (penjual perantara), sehingga konsumen mengalami kendala memiliki jaminan ganti kerugian dari pelaku usaha;
5. Berlakunya *standart contract* untuk transaksi online;
6. Konsumen diposisikan di kedudukan yang lebih rendah dari pelaku usaha;
7. Celah terjadinya wanprestasi;
8. Penjual tidak memberikan tanggung jawab dan memberi kompensasi bagi konsumen;
9. Celah adanya penipuan dari situs tidak terpercaya.

Siaran Pers Yayasan Lembaga Konsumen [Y]Indonesia (YLKI) dalam rangka Hari Konsumen Sedunia tanggal 15 Maret 2018, menguatkan pendapat yang menyatakan

⁶ AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Diadit Media, 2002, Hlm. VII

bahwa *e-commerce* tidak sepenuhnya menguntungkan konsumen dengan beberapa alasan yaitu :⁷

1. Lemahnya regulasi sektoral yang melindungi konsumen;
2. Produsen *e-commerce*, termasuk *provider* aplikasi belum sepenuhnya mempunyai itikad baik dalam bertransaksi;
3. Belum ada perlindungan data pribadi konsumen;
4. *Provider* banyak menyisipkan perjanjian baku yang tidak dipahami konsumen;
5. Aspek literasi dan keberdayaan konsumen yang masih rendah.

Jual beli online rentan dan sering terjadi kecurangan antara ketidakjelasan domisili pelaku usaha, ketidakbenaran informasi produk, harga dan pembayaran. Kecurangan yang biasanya terjadi seperti toko fiktif yang dimiliki oleh pelaku usaha.⁸ Pelaku usaha online banyak yang tidak melek akan hak dan kewajibannya sebagaimana yang tertuang dalam Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik. Masyarakat sebagai konsumen sangat perlu diberikan edukasi hak dan kewajiban konsumen khususnya dalam transaksi online. Hal ini bertujuan apabila konsumen mengalami kerugian maka konsumen dapat memahami posisinya dan mengajukan ganti rugi. Selain itu, Pemerintah juga perlu menciptakan kebijakan yang dapat mengkomodir perlindungan hukum transaksi online baik.

Dengan adanya peluang dan ancaman maka perlindungan konsumen yang baik harus terwujud. Peraturan Undang-undang terkait perlindungan konsumen dan transaksi online yang ada di Indonesia yaitu :

1. Kitab Undang Undang Hukum Perdata;
2. Kitab Undang Undang Hukum Pidana;
3. Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
4. Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik
5. Undang Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
6. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Sistem Penyelesaian dan Transaksi Elektronik
7. Peraturan Pemerintah Elektronik Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan

Berdasarkan teori hukum makna perlindungan hukum merupakan perlindungan akan sesuatu supaya tidak ada penafsiran yang berbeda dan penegak hukum tidak dapat menciderai.⁹ Perlindungan bagi konsumen berdasar UUPK bertujuan menurut antara lain meningkatkan konsumen untuk lebih sadar melindungi diri, menjaga kedudukan konsumen sesuai harkatnya, meningkatkan pengetahuan konsumen dalam menuntut haknya, mewujudkan kepastian hukum bagi perlindungan konsumen, meningkatkan kesadaran para pelaku usaha untuk tanggung jawab dan jujur dalam melakukan transaksi

⁷ Data YLKI yang dikutip dari Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik Consumer Protection in Consumer", Jurnal Negara Hukum Vol 10, No 1 Juni, 2019, Hlm. 3

⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, Yogyakarta : FH UI Press, 2009, Hlm. 4

⁹ Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009, hlm. 38.

online, meningkatkan barang / jasa yang berkualitas dalam transaksi online. Perlindungan bagi konsumen mencakup dua hal, yaitu :¹⁰

1. Perlindungan atas spesifikasi barang dan / atau spesifikasi jasa yang tidak sama dengan spesifikasi yang diberikan dan diatur UU. Terkait bahan baku, produksi, distribusi, desain. Serta, terkait masalah konsumen mendapatkan penggantian apabila timbul kerugian;
2. Ketidakadilan bagi konsumen terkait proses produksi dan proses edar produsen, misalnya soal promosi barang, harga barang, pelayanan yang diterima, kontrak standar yang digunakan, purnajual barang, dan sebagainya.

Adapun fungsi dan peranan hukum dalam melindungi hak-hak bagi konsumen terhadap adanya transaksi secara *online* dari dua hal, yaitu:

1. Aspek hukum perdata yaitu terkait dengan hak konsumen dan kewajiban bagi konsumen. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Pasal 4 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen harus diberikan perlindungan hukum dengan memenuhi hak-haknya antara lain keamanan bertransaksi, keselamatan, hak mendapat informasi, hak memilih, hak didengar, dan hak terhadap lingkungan hidup.¹¹
2. Aspek hukum pidana oleh Negara dan Pemerintah Instansi, antara lain ¹²:
 - a. Kementerian Perdagangan yang memberikan ruang lingkupnya dalam perdagangan terkait tugas dan tanggungjawabnya;
 - b. Direktorat Jenderal Standardisasi terkait kebijakan dan standardisasi teknis dalam memberikan perlindungan konsumen;
 - c. BPSK merupakan media pelaku usaha dan konsumen dalam menyelesaikan sengketa.

Negara dapat memberikan perlindungan hukum yang bersifat mencegah (*prohibited*) dan memberi hukuman (*sanction*).¹³ Negara berperan memberikan masyarakat dengan sebuah perlindungan dalam transaksi via online. Belum terbentuknya UU khusus transaksi online memang menjadi kendala. Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik dinilai belum mampu dijadikan pedoman terhadap permasalahan transaksi online yang dilakukan oleh konsumene. Namun dengan adanya Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dijadikan pedoman terkait adanya permasalahan yang terjadi pada konsumen dalam hal bertransaksi. Meskipun faktanya Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut belum mampu memenuhi hak-hak yang dimiliki konsumen dalam bertransaksi *online*. Hal tersebut tentu dikarenakan perbedaan karakteristik yang terdapat pada kegiatan transaksi secara *online* dengan transaksi konvensional.

¹⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 10

¹¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Sinar Grafika, 2011), Hlm. 89.

¹² Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Kencana, 2008), Hlm. 74.

¹³ Rafael La Porta, "Investor Protection and Corporate Governance", *Jurnal of Financial Economics*, No. 58, 1999, hlm. 9.

Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur pelaku usaha dalam memberi informasi secara benar dan lengkap, seperti yang diatur Pasal 9 menyatakan informasi yang lengkap, riil dan jelas harus disediakan oleh pelaku usaha, hal ini terkait syarat yang digunakan dalam kontrak, kejelasan identitas produsen, dan kejelasan produk yang ditransaksikan. Kebenaran dan kelengkapan informasi meliputi :

1. Identitas pelaku usaha, status subjek hukum serta kompetensi dari pelaku usaha apakah selaku produsen, hanya sebagai pemasok, sebagai penyelenggara atau hanya sebagai perantara saja.
2. Informasi syarat sah perjanjian yang ketiga yaitu tentang obyek/hal-hal tertentu, terkait produk yang dijual atau ditawarkan bisa berupa nama toko, alamat yang jelas, deskripsi produk yang jelas.

Problematika perlindungan hukum bagi konsumen memang dipengaruhi beberapa faktor antara lain :

1. Nilai transaksi yang kecil, sehingga konsumen mengurungkan niatnya untuk menuntut pelaku usaha online yang melakukan wanprestasi atau penipuan;
2. Ketidaktahuan konsumen atas informasi pelaku usaha online sehingga menganggap bahwa mengajukan ganti rugi adalah perbuatan yang sia-sia;
3. Kurangnya edukasi bagi konsumen tentang kewajiban dan hak konsumen serta pelaku usaha;
4. Konsumen enggan menyelesaikan permasalahan jual beli online melalui jalur litigasi (hukum) dengan pertimbangan waktu lama dan banyaknya biaya;
5. Lemahnya penegakan hukum di negara kita terkait persoalan jual beli online yang merugikan konsumen.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi yang membawa revolusi digital khususnya pada dunia bisnis yaitu bisnis online. Bisnis online membawa perubahan pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi *E-Commerce*. Bisnis online ini memang membawa peluang bagi konsumen, akan tetapi juga terdapat celah dimana pelaku usaha dapat melakukan wanprestasi dan penipuan yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, konsumen harus diberikan perlindungan hukum yang baik dari sisi kebijakan pemerintah serta edukasi bagi konsumen. Edukasi bagi konsumen sangat penting agar konsumen dapat lebih selektif dalam melakukan transaksi online. Kebijakan pemerintah terkait perlindungan hukum harus baik misalnya meminimalisir konsumen mengalami wanprestasi dan penipuan. Kebijakan di Indonesia saat ini bahwa kebijakan terkait transaksi online hanya mengacu pada Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik yang dimana belum dapat mengakomodir secara maksimal dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen.

SARAN

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memberikan saran-saran yaitu sebaiknya konsumen lebih bijak dan selektif dalam melakukan transaksi online, selektif dalam

memilih toko online / pelaku usaha online yang jelas alamat dan nomor kontak, prosedur pengaduan ganti rugi, serta jangka waktu pengaduan kerugian yang mungkin dialami. Pemerintah seyogyanya memberikan penyuluhan baik bagi konsumen dan pelaku usaha agar keduanya benar-benar memahami hak dan kewajiban dalam melakukan transaksi online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terselenggaranya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak luput dari partisipasi banyak pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Surakarta, Dekan Fakultas Hukum Universitas Surakarta, Ketua LPPM Universitas Surakarta, Ketua Dharma Wanita Persatuan Kabupaten Wonogiri serta para pihak yang telah berpartisipasi dan mendukung kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adi Nugroho, Susanti. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Kencana.
- Darus Badruzaman, Mariam. 2009. *Kompilasi Hukum Perikatan*. PT Citra Aditya Bakti:Bandung. 2001
- Halim Barkatullah, Abdul. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, Yogyakarta : FH UI Press.
- Mertokusumo, Sudikno. 2009. *Penemuan Hukum*, PT Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Nasution, AZ. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Diadit Media.
- Sidabalok, Janus. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Ctk. Ketiga, PT Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Tri Siwi Kristiyanti, Celina. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.

Jurnal

- Akhmaddhian, Suwari dan Asri Agustiwi, 2016. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia". *Unifikasi : Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 3 No. 2 Juli 2016.40-60.
- La Porta, Rafael. 1999. "Investor Protection and Corporate Governance", *Jurnal of Financial Economics*, No. 58
- Okta Nofri, Okta.2018. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar". *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, Nomor 1 Januari – Juni
- Rongiyati, Sulasi. 2019. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik Consumer", *Jurnal Negara Hukum* .Vol 10 No 1 Juni.

Retnowulan, Evi . 2010. “Tinjauan Hukum Jual Beli Secara Online”. *Jurnal Hukum* Vol XIX No.19 Oktober 2010.

Yuhandra, Erga. 2018. “Pencegahan dan Penindakan Kenakalan Remaja Pada Era Informatika di Kabupaten Kuningan, Indonesia” *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 01 Nomor 01 Januari 2018.8-15

Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang Undang Hukum Perdata;

Kitab Undang Undang Hukum Pidana;

Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008
Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem
Elektronik