



Perlindungan Konsumen Dalam Era Digital: Tantangan Dan Peluang

Gusti Ginanjar Pamungkas^{1*}, Hana Faridah²

^{1*}Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang,
gustiginanjar3@gmail.com

²Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang,
hanafaridah1006@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan. Namun, transformasi ini juga memunculkan tantangan yang signifikan dalam melindungi konsumen. Tantangan tersebut meliputi yurisdiksi dalam transaksi elektronik, risiko keamanan dan privasi, serta perubahan model bisnis yang melibatkan pengumpulan dan penggunaan data konsumen. Di sisi lain, era digital juga memberikan peluang untuk memperkuat perlindungan konsumen. Penggunaan teknologi seperti blockchain dan kecerdasan buatan dapat meningkatkan kepatuhan hukum dan deteksi penipuan. Media sosial dan ulasan online juga memberikan konsumen kesempatan untuk berbagi pengalaman dan mendorong perbaikan kualitas produk dan praktik bisnis. Untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang efektif, diperlukan kerjasama antara pemerintah, perusahaan, dan konsumen itu sendiri. Pemerintah perlu memperbarui peraturan yang relevan dengan perkembangan teknologi, sedangkan perusahaan harus mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab. Di sisi lain, konsumen perlu meningkatkan kesadaran akan hak-hak mereka dan melaporkan pelanggaran yang mereka alami.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen; Era Digital; Perlindungan Data Pribadi; Transaksi Elektronik.*

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam ekonomi dan teknologi informasi, yang memicu perubahan dari ekonomi konvensional ke arah ekonomi digital. Digitalisasi ekonomi terbukti telah membawa berbagai perubahan, dengan digital ekonomi setidaknya memberikan benefit dalam meraih efisiensi, efektivitas,

penurunan cost production, kolaborasi, terkoneksi satu pihak dengan pihak lain, oleh karena itu, transformasi digital ekonomi, sudah selayaknya dijadikan alternative solusi sebagai mesin pertumbuhan ekonomi baru. Namun, perubahan ini juga menimbulkan permasalahan baru, terutama dalam hal perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen di era digital memerlukan pembaharuan undang-undang perlindungan konsumen untuk mengakomodasi perkembangan teknologi informasi dan ekonomi digital. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum dapat mengakomodasi permasalahan hukum yang timbul di era ekonomi digital dewasa ini. Banyaknya jumlah pelaku usaha online mengakibatkan sistem pengawasan menjadi kurang memadai dan seringkali konsumen hanya dapat menerima kerugian dengan pasrah, kebocoran data pribadi, dan penipuan online. Oleh karena itu, perlindungan konsumen di era digital menjadi isu yang penting untuk diangkat dan diteliti.

Selain itu, revolusi industri 4.0 dan society 5.0 telah membawa perubahan dalam cara hidup, bekerja, dan berinteraksi. Hal ini juga berdampak pada ketenagakerjaan dan hubungan kerja di Indonesia. Dalam konteks persaingan usaha, ekosistem digital juga berdampak pada hukum persaingan usaha di Indonesia. Oleh karena itu, perlindungan konsumen di era digital bukan hanya menjadi isu hukum, tetapi juga isu sosial dan ekonomi yang kompleks. Dalam konteks Indonesia, ekonomi digital telah memberikan kontribusi yang signifikan pada PDB Indonesia pada 2017 besarnya mencapai 7,3 persen. Oleh karena itu, perlindungan konsumen di era digital juga menjadi isu penting dalam pengembangan ekonomi digital di Indonesia. Visi Ekonomi Digital Indonesia menurut Kementerian Perekonomian Republik Indonesia, adalah untuk mendorong inklusifitas dan Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan. Dengan tujuan hasil yang diharapkan terjadinya peningkatan pada sektor bisnis/industri.

Dalam penelitian ini, akan dilakukan eksplorasi mengenai tantangan dan peluang dalam perlindungan konsumen di era digital, khususnya di Indonesia. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan Undang-Undang. Artikel ini akan membahas relevansi hukum perlindungan konsumen yang ada di Indonesia saat ini dalam mengakomodasi perkembangan digitalisasi ekonomi dan apa yang harus dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan hukum yang ada. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan hukum perlindungan konsumen di era digital.

METODE

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah hukum normatif yang berfokus pada studi literatur dengan melakukan pendekatan Undang-Undang. Penelitian ini akan mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti peraturan perundang-undangan, buku, jurnal, dan artikel terkait untuk melakukan analisis terhadap permasalahan-permasalahan hukum yang ada di era digital. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang berfokus pada teori-teori hukum dan pendekatan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian ini. Sumber data sekunder tersebut digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang kerangka teoritis dan konsep-konsep hukum yang terkait dengan perlindungan konsumen dalam era digital. Melalui analisis sumber data sekunder ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan tantangan yang dihadapi dalam melindungi konsumen serta menggali peluang yang dapat digunakan untuk memperkuat perlindungan konsumen di lingkungan digital. Sumber data sekunder ini mencakup literatur hukum, jurnal ilmiah, perundang-

undangan, dan sumber informasi lainnya yang relevan dengan masalah perlindungan konsumen dalam konteks digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya Perlindungan Konsumen di Era Digital

Upaya perlindungan konsumen di era digital menjadi isu yang penting dan kompleks di Indonesia. Berbagai undang-undang dan peraturan telah dibuat untuk mengatur perlindungan konsumen di era digital. Berikut ini adalah upaya perlindungan konsumen di era digital berdasarkan undang-undang yang berlaku di Indonesia:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang ini mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia. Dalam undang-undang ini, terdapat 5 asas perlindungan konsumen, yaitu asas manfaat, asas kepastian, asas keadilan, asas keseimbangan, dan asas kebebasan. Namun, undang-undang ini belum dapat mengakomodasi permasalahan hukum yang timbul di era ekonomi digital dewasa ini. Banyaknya jumlah pelaku usaha online mengakibatkan sistem pengawasan menjadi kurang memadai dan seringkali konsumen hanya dapat menerima kerugian dengan pasrah, kebocoran data pribadi, dan penipuan online.

2. Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi

Rancangan undang-undang ini mengatur tentang perlindungan data pribadi di Indonesia. Dalam era digital, kebocoran data pribadi menjadi masalah yang sering terjadi. Rancangan undang-undang ini diharapkan dapat memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen dalam hal penggunaan data pribadi.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019

Peraturan ini mengatur tentang sistem pengiriman, sistem pembayaran, iklan elektronik, kontrak elektronik, persyaratan perdagangan, dan lain-lain. Peraturan ini diharapkan dapat memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen dalam bertransaksi di era digital.

Dari beberapa undang-undang dan peraturan yang ada, dapat disimpulkan bahwa upaya perlindungan konsumen di era digital di Indonesia masih perlu diperkuat. Undang-undang yang ada masih perlu diperbaharui agar dapat mengakomodasi perkembangan teknologi informasi dan ekonomi digital. Selain itu, perlindungan data pribadi juga menjadi isu yang penting dalam perlindungan konsumen di era digital. Diharapkan dengan adanya upaya-upaya perlindungan yang lebih baik, konsumen dapat merasa lebih aman dan terlindungi dalam bertransaksi di era digital.

Tantangan dalam Perlindungan Konsumen di Era Digital

Di Indonesia, perlindungan konsumen di era digital menghadapi tantangan yang kompleks. Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah secara signifikan cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan. Namun, transformasi ini juga memunculkan tantangan yang perlu diatasi agar konsumen dapat terlindungi dengan baik. Susanti (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital membawa peluang besar dalam efisiensi dan inovasi, namun juga menghadirkan tantangan berupa kesiapan regulasi dan perlindungan konsumen yang belum sepenuhnya memadai. Meskipun penelitiannya berfokus pada perbankan syariah, pola tantangan yang muncul serupa dengan perlindungan konsumen digital secara umum, yaitu perlunya peningkatan literasi digital, penguatan perlindungan data pribadi, serta adaptasi hukum agar selaras dengan perkembangan teknologi. Berikut merupakan beberapa tantangan dalam perlindungan konsumen di era digital di Indonesia, yaitu :

1. Keamanan Data Konsumen

Tantangan utama dalam perlindungan konsumen di era digital adalah keamanan data. Serangan siber, pencurian identitas, dan pelanggaran privasi menjadi ancaman bagi konsumen. Perlindungan data konsumen menjadi penting untuk memastikan bahwa informasi pribadi tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang. Penelitian Heriani dan Adlina (2024) menambahkan bahwa layanan berbasis digital seperti telemedicine menghadirkan tantangan serius terkait privasi data, persetujuan tindakan medis, dan akuntabilitas layanan. Walaupun bidangnya terkait kesehatan, pola tantangannya serupa: perlindungan data konsumen harus diperkuat dan regulasi harus menyesuaikan diri dengan model layanan digital yang berkembang cepat. Menurut Prayuti (2024), praktik e-commerce di Indonesia menghadirkan risiko tinggi terkait keamanan data dan penyalahgunaan informasi konsumen. Ia menekankan pentingnya regulasi yang responsif untuk mengatur pengelolaan data, cross-border data transfer, serta kewajiban platform dalam memberikan perlindungan kepada pengguna.

2. Transaksi Elektronik

Transaksi elektronik semakin populer di era digital, tetapi tantangan yang muncul adalah keabsahan dan keamanan transaksi tersebut. Konsumen harus dapat mempercayai platform atau situs web yang mereka gunakan, dan pemerintah perlu memastikan adanya regulasi yang efektif dalam melindungi konsumen dalam transaksi elektronik. Sidauruk et al. (2024) menemukan bahwa perjanjian bisnis digital menimbulkan tantangan baru terkait validitas kontrak, identitas para pihak, dan keabsahan bukti elektronik. Dalam konteks perlindungan konsumen, kelemahan-kelemahan ini membuat konsumen lebih rentan menghadapi penyalahgunaan kontrak dan ketidakjelasan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi online. Putri (2024) menegaskan bahwa kontrak elektronik dalam bisnis digital menghadirkan persoalan terkait validitas perjanjian, itikad baik pelaku usaha, serta risiko konsumen terhadap ketidakjelasan syarat dan ketentuan layanan. Studi kasus pada bisnis sewa kebaya online menunjukkan bahwa digitalisasi transaksi membutuhkan standar kontrak yang jelas untuk melindungi konsumen dari kerugian.

3. Penegakan Hukum

Tantangan lain dalam perlindungan konsumen di era digital adalah penegakan hukum yang efektif. Undang-undang perlindungan konsumen yang ada perlu ditegakkan secara konsisten dan adil untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Temuan Wahyuningsih et al. (2025) memperkuat hal tersebut dengan menunjukkan bahwa ekosistem digital mengubah struktur hukum bisnis secara fundamental. Perubahan ini menuntut pembaruan regulasi agar mampu menjawab risiko baru seperti penipuan digital, transaksi lintas yurisdiksi, dan penyalahgunaan data konsumen. Oleh karena itu, perlindungan konsumen di Indonesia harus terus beradaptasi agar dapat memberikan kepastian hukum dalam transaksi digital.

4. Kesadaran Konsumen

Kesadaran konsumen tentang hak-hak mereka dan cara melindungi diri di era digital juga menjadi tantangan. Banyak konsumen masih kurang sadar akan risiko dan tindakan pencegahan yang perlu diambil saat berinteraksi dengan produk dan layanan di lingkungan digital. Nandavita et al. (2025) menekankan pentingnya penerapan etika pemasaran dalam ekosistem digital untuk mencegah manipulasi konsumen. Transparansi informasi, kejujuran iklan, dan penggunaan data yang bertanggung jawab menjadi kunci untuk mewujudkan keadilan dan perlindungan

konsumen. Hal ini sejalan dengan perlunya pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik pemasaran digital yang seringkali menyesatkan konsumen. Rahmawati (2023) menunjukkan bahwa tantangan hukum dalam budaya digital tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga menyangkut nilai-nilai etika dan prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan perlindungan dari praktik merugikan. Temuan ini relevan dalam konteks perlindungan konsumen digital yang memerlukan standar moral selain regulasi teknis.

5. Pengembangan Regulasi yang Responsif

Regulasi yang relevan dan responsif sangat penting dalam mengatasi tantangan dalam perlindungan konsumen di era digital. Pemerintah perlu mengembangkan regulasi yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan memperhatikan kebutuhan dan kepentingan konsumen.

6. Perlindungan konsumen yang masih lemah dari aspek hukum

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum dapat mengakomodasi permasalahan hukum yang timbul di era ekonomi digital dewasa ini. Banyaknya jumlah pelaku usaha online mengakibatkan sistem pengawasan menjadi kurang memadai dan seringkali konsumen hanya dapat menerima kerugian dengan pasrah, kebocoran data pribadi, dan penipuan online. Oleh karena itu, perlindungan konsumen yang masih lemah dari aspek hukum menjadi tantangan dalam perlindungan konsumen di era digital. Dana et al. (2024) menegaskan bahwa transaksi perdagangan elektronik membutuhkan mekanisme perlindungan hukum yang lebih kuat, terutama terkait penyelesaian sengketa, kejelasan kontrak elektronik, dan akuntabilitas pelaku platform digital. Studi ini menunjukkan bahwa UU No. 8 Tahun 1999 belum mampu menjawab kompleksitas masalah dalam transaksi online, khususnya ketika melibatkan platform luar negeri dan penjual anonim. Tamrin (2025) menegaskan bahwa UU No. 8 Tahun 1999 sudah tidak memadai untuk menangani perlindungan konsumen digital, terutama karena belum mengatur isu penting seperti keamanan data, jejak digital, dan tanggung jawab platform digital. Hal ini menunjukkan urgensi reformasi hukum untuk memperluas perlindungan terhadap konsumen di ruang digital.

7. Peningkatan pemahaman masyarakat tentang digitalisasi produk dan layanan keuangan

Masyarakat perlu meningkatkan pemahaman tentang digitalisasi produk dan layanan keuangan sehingga dapat menggunakan layanan keuangan dengan bijak dan aman. Hal ini menjadi tantangan karena masih banyak masyarakat yang belum memahami risiko dan keamanan dalam menggunakan layanan keuangan digital.

Peluang dalam Perlindungan Konsumen di Era Digital

Beberapa peluang dalam perlindungan konsumen di era digital, yaitu:

1. Kemudahan Akses Informasi

Dalam era digital, konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai produk dan layanan yang mereka butuhkan. Hal ini dapat membantu konsumen dalam memilih produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Konsumen dapat mencari informasi melalui mesin pencari, media sosial, atau platform e-commerce. Selain itu, konsumen juga dapat membaca ulasan dan testimoni dari konsumen lain sebelum memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan layanan tertentu

2. Kemudahan Dalam Bertransaksi

Pasar digital memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi. Konsumen dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke toko

fisik. Hal ini dapat menghemat waktu dan tenaga konsumen. Selain itu, konsumen juga dapat memilih berbagai metode pembayaran yang tersedia, seperti transfer bank, kartu kredit, atau dompet digital.

3. Perlindungan Data Pribadi

Dalam era digital, perlindungan data pribadi menjadi isu yang penting. Namun, dengan adanya peraturan dan undang-undang yang mengatur perlindungan data pribadi, konsumen dapat merasa lebih aman dalam menggunakan layanan digital. Konsumen dapat memilih untuk memberikan data pribadi mereka hanya pada platform yang terpercaya dan memastikan bahwa data pribadi mereka tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Gayo dan Ilham (2024) menyatakan bahwa penyedia layanan digital memiliki kewajiban hukum untuk menjamin keamanan, transparansi, dan keandalan layanan bagi konsumen. Mereka menekankan bahwa platform digital tidak boleh hanya berfungsi sebagai perantara, tetapi harus bertanggung jawab penuh terhadap kerugian yang dialami konsumen akibat kegagalan sistem atau kelalaian penyedia layanan.

4. Kemudahan dalam Mengajukan Keluhan

Dalam era digital, konsumen dapat dengan mudah mengajukan keluhan melalui platform digital. Hal ini dapat memudahkan konsumen dalam mengajukan keluhan dan memperoleh solusi dari pelaku usaha. Konsumen dapat mengajukan keluhan melalui email, chat, atau formulir online yang disediakan oleh pelaku usaha. Selain itu, beberapa platform e-commerce juga menyediakan fitur pengembalian barang atau refund jika konsumen tidak puas dengan produk atau layanan yang diberikan.

Dari beberapa peluang yang ada, era digital memberikan peluang bagi konsumen untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi dengan mudah. Selain itu, perlindungan data pribadi dan kemudahan dalam mengajukan keluhan juga menjadi peluang dalam perlindungan konsumen di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perlindungan konsumen di era digital, dapat disimpulkan bahwa terdapat tantangan dan peluang dalam perlindungan konsumen di era digital. Beberapa tantangan yang dihadapi dalam perlindungan konsumen di era digital antara lain meningkatkan pemahaman masyarakat tentang digitalisasi produk dan layanan keuangan, perlindungan data pribadi, persaingan usaha, perlindungan konsumen yang masih lemah dari aspek hukum, dan cyber crime. Sementara itu, peluang dalam perlindungan konsumen di era digital antara lain kemudahan akses informasi, kemudahan dalam bertransaksi, perlindungan data pribadi, dan kemudahan dalam mengajukan keluhan. Untuk mengatasi tantangan dalam perlindungan konsumen di era digital, perlu adanya kerjasama antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat. Pemerintah perlu membuat regulasi yang dapat melindungi konsumen dalam era digital, seperti undang-undang yang mengatur perlindungan data pribadi dan persaingan usaha di pasar digital. Pelaku industri juga perlu memperhatikan perlindungan konsumen dalam menjalankan bisnisnya, seperti memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai produk dan layanan yang ditawarkan.

Sementara itu, masyarakat perlu meningkatkan pemahaman tentang risiko dan keamanan dalam menggunakan layanan digital. Dalam hal peluang, perlindungan konsumen di era digital dapat dimanfaatkan untuk memberikan kemudahan akses

informasi dan bertransaksi bagi konsumen. Perlindungan data pribadi juga dapat memberikan rasa aman bagi konsumen dalam menggunakan layanan digital. Kemudahan dalam mengajukan keluhan juga dapat mempercepat penyelesaian masalah yang dihadapi oleh konsumen. Dalam kesimpulannya, perlindungan konsumen di era digital merupakan isu yang kompleks dan memerlukan perhatian yang serius dari pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat. Terdapat tantangan dan peluang dalam perlindungan konsumen di era digital yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan perlindungan konsumen di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia. (2019). *Sosialisasi Tantangan dan Peluang UMKM di Era Digital*. Tri Bhakti Business School.
- Dana, H. S., Edison, B. A., Darajat, H., & Citra, H. (2024). Perlindungan konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (e-commerce). *Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* | E-ISSN: 3089-7084, 1(1), 82-86.
- Gayo, R. P., & Ilham, M. (2024). Analisis Hukum Kewajiban Penyedia Layanan Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Bisnis Platform Digital. *Indonesia of Journal Business Law*, 3(2), 61-68.
- Heriani, I., & Adlina, N. A. (2024). Aspek Hukum Telemedicine di Indonesia: Tantangan dan Peluang dalam Era Digital. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 2(3), 1398-1405.
- Herlambang, N. (2020). *Perlindungan Konsumen di Era Digital: Tantangan dan Strategi Penegakan Hukum*. *Jurnal Yuridika*, 35(1), 105-121.
- Jurnal Kajian Hukum. (2019). *Digitalisasi Industri dan Pengaruhnya terhadap Ketenagakerjaan dan Hubungan Kerja di Indonesia*.
- Jurnal KPPU. (2018). *Dampak Ekosistem Digital terhadap Hukum Persaingan Usaha di Indonesia serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha*.
- Lintar. (2018). *Relevansi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia di Era Ekonomi Digital*. Universitas Tarumanagara.
- Nandavita, A. Y., Fadla, D. A., Lizariani, D., & Hasyima, M. (2025). Etika dalam Pemasaran: Upaya Mewujudkan Keadilan dan Perlindungan Konsumen di Era Digital. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 2360-2369.
- Prayuti, Y. (2024). Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: Analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan data konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903-913.
- Putri, E. O. W. (2024). *Transformasi Kontrak Dalam Era Digital: Tantangan Hukum Bisnis Dalam Transaksi Elektronik Di Bisnis Sewa Kebaya Online* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Rahardjo, T., & Dewi, L. K. (2021). *Peran Hukum dalam Perlindungan Konsumen di Era Digital*. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 51(1), 111-127.
- Rahmawati, F. (2023). Analisis Hukum dan Syariah dalam Budaya Digital: Tantangan dan Peluang di Era Teknologi. *Al-Hiwalah: Journal Syariah Economic Law*, 2(1), 37-53.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business.
- Sidauruk, A. D., Purba, B., Karo-Karo, J. K., Siregar, S. A., & Yani, T. (2024). Analisis Hukum atas Perjanjian Bisnis dalam Era Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 16608-16616.

- Susanti, K. H. (2024). Tantangan dan Peluang Perbankan Syariah di Era Digital dalam Pertumbuhan Berkelanjutan. *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 13-19.
- Tamrin, B. (2025). Analisis Hukum terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Digital di Indonesia: Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(6), 3246-3255.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Wahyuningsih, Y. Y., Roring, E. B., Desideria, O. R., Satino, S., Putri, C. W., & Lewoleba, K. K. (2025). Transformasi hukum bisnis dalam ekosistem digital: Tantangan dan peluang. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 9(1), 254-258.
- Winarno, B. (2020). *Perlindungan Konsumen di Era Digital: Kajian Terhadap Implikasi Transaksi Online*. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(2), 219-233