

ANALISIS HUKUM BISNIS TERHADAP REGULASI E-COMMERCE DI INDONESIA ERA DIGITAL

M. Ahzami Mubarak¹, M.Ali Akbar², Fadilla Ulfah³, Sudawan Supriadi⁴,
Fachruddiansyah Muslim⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Jambi

Email : mahzamimubarak@gmail.com

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menganalisis peran hukum bisnis dalam mengatur aktivitas e-commerce di Indonesia pada era digital dan untuk menguji penerapan prinsip itikad baik dalam transaksi elektronik. Pertumbuhan pesat perdagangan digital telah menciptakan tantangan hukum baru terkait perlindungan konsumen, keamanan transaksi, dan kepastian hukum. Oleh karena itu, kerangka hukum yang jelas dan efektif diperlukan untuk mengatur aktivitas e-commerce. Studi ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan hukum dan konseptual. Materi hukum diperoleh melalui tinjauan pustaka, termasuk undang-undang dan peraturan, doktrin hukum, dan literatur akademis yang relevan terkait hukum bisnis dan regulasi e-commerce di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi e-commerce di Indonesia telah diakomodasi melalui beberapa instrumen hukum yang memberikan kepastian hukum bagi pelaku bisnis dan konsumen. Namun, implementasi regulasi tersebut masih menghadapi tantangan dalam hal pengawasan, penegakan hukum, dan kesadaran hukum masyarakat. Penguatan implementasi regulasi dan peningkatan kesadaran hukum di kalangan pelaku bisnis digital diperlukan untuk mendukung transaksi elektronik yang adil, transparan, dan akuntabel.

Kata Kunci: Hukum Bisnis, Regulasi E-Commerce, Prinsip Itikad Baik, Perlindungan Konsumen.

Abstract

This research aims to analyze the role of business law in regulating e-commerce activities in Indonesia in the digital era and to examine the application of the principle of good faith in electronic transactions. The rapid growth of digital trade has created new legal challenges related to consumer protection, transaction security, and legal certainty. Therefore, a clear and effective legal framework is required to regulate electronic commerce activities. This study uses a normative juridical method with a statutory and conceptual approach. Legal materials were obtained through literature studies, including laws and regulations, legal doctrines, and relevant academic literature related to business law and e-commerce regulation in Indonesia. The results of the research indicate that the regulation of e-commerce in Indonesia has been accommodated through several legal instruments that provide legal certainty for business actors and consumers. However, the implementation of these regulations still faces challenges in terms of supervision, enforcement, and public legal awareness. Strengthening

regulatory implementation and increasing legal awareness among digital business actors are necessary to support fair, transparent, and accountable electronic transactions.

Keywords: *Business Law, E-Commerce Regulation, Good Faith Principle, Consumer Protection.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merekonstruksi pola interaksi ekonomi masyarakat secara signifikan, khususnya melalui pemanfaatan sistem elektronik dalam kegiatan perdagangan. Fenomena ini melahirkan praktik perdagangan berbasis elektronik (e-commerce) yang memungkinkan terjadinya transaksi bisnis lintas batas yurisdiksi tanpa kehadiran fisik para pihak. Beberapa platform e-commerce terkemuka di Indonesia termasuk Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada, yang menyediakan berbagai produk dan layanan untuk memenuhi permintaan pelanggan. Pertumbuhan industri ini yang cepat didorong oleh peningkatan akses internet dan perilaku belanja masyarakat yang beralih ke internet, yang memberikan peluang besar bagi investor dan pengusaha (Abdan Sifa.dkk, 2024). Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce menunjukkan tren yang progresif seiring meningkatnya penetrasi internet, digitalisasi sistem pembayaran, serta transformasi model

bisnis konvensional menuju platform digital.

Selain itu, e-commerce juga mencakup penjualan layanan digital lainnya, seperti layanan digital teknologi keuangan, seperti teknologi keuangan dan pintar logistik, serta mendukung praktik bisnis tradisional yang berfokus pada kemitraan dan pintar logistic (Dianta, 2023). Ekspansi e-commerce sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital membawa implikasi yuridis yang kompleks. Karakteristik transaksi elektronik yang bersifat virtual, paperless, dan borderless menimbulkan berbagai persoalan hukum, antara lain terkait keabsahan perjanjian elektronik, perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, keamanan siber, serta tanggung jawab pelaku usaha dan penyelenggara platform. Dalam konteks tersebut, keberadaan regulasi menjadi instrument fundamental untuk menjamin kepastian hukum (legal certainty), kemanfaatan (utility), dan keadilan (justice) dalam aktivitas bisnis digital.

Dalam perspektif hukum bisnis, pengaturan e-commerce tidak hanya diposisikan sebagai mekanisme pengawasan (regulatory control), melainkan juga sebagai sarana pembentukan iklim usaha yang kondusif dan berdaya saing. Regulasi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika teknologi menjadi prasyarat untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha, konsumen, dan negara. Oleh karena itu, analisis terhadap kerangka regulasi e-commerce di Indonesia menjadi relevan guna menilai efektivitas, konsistensi, serta harmonisasi peraturan perundangundangan yang mengatur transaksi elektronik. Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis regulasi e-commerce di Indonesia dari perspektif hukum bisnis serta mengkaji tantangan normatif dan implementatif yang dihadapi dalam era digital. Analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan kebijakan hukum yang lebih komprehensif dan progresif terhadap dinamika ekonomi digital

METODE PENELITIAN

Studi ini menganalisis regulasi e-commerce Indonesia dari sudut pandang hukum bisnis di era digital melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang

digunakan berasal dari sumber hukum primer (peraturan perundang-undangan), sumber hukum sekunder (buku dan jurnal), dan sumber hukum tersier. Metode yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Setelah studi kepustakaan dilakukan, metode pengumpulan data kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk memeriksa kesesuaian regulasi dengan praktik e-commerce dan menemukan masalah dan kelemahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Struktur dan Karakteristik Hukum E-Commerce di Indonesia

Di era digital sekarang, Studi ini menganalisis regulasi e-commerce Indonesia dari sudut pandang hukum bisnis di era digital melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang digunakan berasal dari sumber hukum primer (peraturan perundang-undangan), sumber hukum sekunder (buku dan jurnal), dan sumber hukum tersier. Metode yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Setelah studi kepustakaan dilakukan, metode pengumpulan data kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk memeriksa kesesuaian regulasi dengan praktik e-commerce dan menemukan masalah dan kelemahan

(Dianta, 2023). Kehadiran e-commerce tidak terlepas dari perkembangan pesat ilmu pengetahuan dan teknologi di era modern. Pada masa kini, objek dalam kegiatan perdagangan tidak hanya terbatas pada barang, tetapi juga mencakup berbagai jenis jasa. Selain itu, metode perdagangan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional atau melalui pertemuan langsung kini telah berkembang menjadi transaksi yang dapat dilakukan secara online melalui platform digital. Transaksi e-commerce juga merupakan jenis perjanjian yang dibuat antara bisnis dan pelanggan yang melakukan pembelian secara online. Kesepakatan ini dapat disebut sebagai perjanjian jual beli yang menimbulkan hak dan kewajiban untuk dipenuhi (Prasetyo, 2023). Dalam hal ini, bisnis bertanggung jawab untuk menyediakan barang yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan permintaan pelanggan, dan berhak untuk menerima uang atas pembayaran. Di sisi lain, pelanggan bertanggung jawab untuk membayar sejumlah uang atas barang yang dipesannya, dan berhak untuk menerima barang tersebut dalam kondisi yang baik (Kurnia, 2021). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen)

Indonesia mengatur perlindungan konsumen dalam setiap transaksi jual beli, termasuk yang dilakukan secara elektronik.

Pada dasarnya, E-commerce bisa dikategorikan sebagai jual beli yang termasuk dalam buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata sehingga terdapat prestasi atau kewajiban yang timbul dalam suatu transaksi e-commerce. Pelaku usaha e-commerce dikatakan wanprestasi jika (Dedon Dianta, 2023):

- 1) menginginkan sesuatu tetapi tidak melakukannya. Jika penjual atau pembeli tidak memberikan barang atau jasa yang seharusnya memenuhi syarat, seperti menyembunyikan kecacatan yang dapat mengganggu fungsi barang, keadaan ini dapat terjadi.
- 2) melakukan sesuatu yang dijanjikan, tetapi tidak dengan cara yang tepat. Keadaan ini dapat terjadi ketika seorang bisnis tidak memberikan barang atau jasa kepada pelanggan seperti yang disepakati pada saat transaksi.
- 3) Terlambat dalam menyelesaikan janji. Jika barang yang dijanjikan tidak tiba tepat waktu, ini adalah contoh keadaan ini.

- 4) Melakukan sesuatu yang dilarang; contohnya, pelaku usaha menyebarkan data diri pembeli.

Tabel 1. Kerangka Regulasi E-Commerce dalam Perspektif Hukum Bisnis

| <u>Regulasi</u> | <u>Ruang Lingkup</u> | <u>Implikasi dalam</u> | <u>Tantangan</u> |
|---|--|--|---|
| | <u>Pengaturan</u> | <u>Hukum Bisnis</u> | <u>Implementasi</u> |
| <u>Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016</u> | <u>Keabsahan transaksi elektronik, alat bukti elektronik, tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik</u> | <u>Memberikan legitimasi hukum terhadap kontrak elektronik dan transaksi digital</u> | <u>Pembuktian consent dan batas tanggung jawab platform</u> |
| <u>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen</u> | <u>Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, larangan klausula baku merugikan</u> | <u>Menjamin keseimbangan para pihak dalam transaksi ecommerce</u> | <u>Pengawasan klausula baku pada marketplace</u> |
| <u>Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik</u> | <u>Perizinan, kewajiban pelaku usaha, perdagangan lintas batas, penyelesaian sengketa</u> | <u>Mendorong kepastian hukum dan tata kelola perdagangan digital</u> | <u>Transaksi cross-border dan yurisdiksi hukum</u> |

Untuk menerapkan e-Commerce, diperlukan pergeseran paradigma yang signifikan. Paradigma sebelumnya marketplace berpusat pada transaksi fisik antara penjual dan pembeli, dan sekarang beralih ke pasar yang mendukung transaksi elektronik (Onny Siagian, 2021). Salah satu undang-undang utama yang menentukan

pengaturan transaksi elektronik adalah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi secara Elektronik, yang lebih khusus mengatur perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi elektronik. Pasal 26 Ayat 1 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bagaimana informasi yang berkaitan dengan data pribadi dapat digunakan secara elektronik (Angriani, 2021). Regulasi ini mengatur tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik dan legitimasi informasi dan dokumen elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga mengatur lebih lanjut aspek perdagangan melalui sistem elektronik. Peraturan ini mencakup hal-hal seperti kewajiban pelaku usaha, perizinan, iklan elektronik, dan penyelesaian sengketa.

B. Analisis Keabsahan dan Kekuatan Mengikat Kontrak Elektronik

Dalam perspektif hukum bisnis, konfigurasi regulasi yang bersifat tersebar (fragmented regulation) ini menunjukkan pendekatan sektoral dalam pembentukan hukum. Hukum bisnis mengakui bahwa perjanjian yang dibuat secara elektronik

memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional (Manik & Saragih, 2025). Pendekatan tersebut memiliki implikasi terhadap kepastian hukum, terutama ketika terjadi tumpang tindih norma atau perbedaan interpretasi antarperaturan. Dengan demikian, salah satu temuan utama adalah perlunya harmonisasi dan sinkronisasi regulasi guna membentuk sistem hukum bisnis digital yang lebih terintegrasi. Secara konseptual, transaksi e-commerce didasarkan pada prinsip-prinsip hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya terkait syarat sah perjanjian: kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan causa yang halal.

Kesepakatan elektronik dibuat melalui mekanisme klik atau persetujuan digital lainnya. Informasi elektronik, atau sekumpulan data elektronik, adalah salah satu jenis data yang dilindungi. Contohnya termasuk tulisan, gambar, peta, rancangan, surat elektronik (seperti telegram, teleks, atau telecopy), pertukaran informasi elektronik (EDI), dan surat elektronik lainnya (Hanaya, 2023). Pengakuan terhadap dokumen elektronik sebagai alat bukti yang sah memperkuat posisi kontrak elektronik dalam sistem hukum Indonesia.

Hal ini mencerminkan adaptasi hukum terhadap perkembangan teknologi. Namun, hasil analisis menunjukkan adanya problematika terkait pembuktian kehendak bebas (*free consent*), terutama dalam penggunaan klausula baku yang disusun sepihak oleh pelaku usaha atau platform marketplace.

Dalam perspektif hukum bisnis, praktik tersebut berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan posisi tawar (*inequality of bargaining power*) antara pelaku usaha dan konsumen. Banyak klausula yang membatasi tanggung jawab platform atau mengalihkan risiko kepada konsumen. Meskipun hukum perlindungan konsumen melarang klausula yang merugikan, implementasinya masih menghadapi tantangan, khususnya dalam pengawasan dan penegakan hukum.

C. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha dan Penyelenggara Platform

E-commerce melibatkan berbagai subjek hukum, antara lain penjual (*merchant*), penyelenggara platform (*marketplace*), penyedia jasa pembayaran, serta konsumen. Kompleksitas hubungan hukum ini menimbulkan pertanyaan mengenai pembagian tanggung jawab apabila terjadi wanprestasi, penipuan, atau kerugian konsumen. Semua orang adalah

subjek dalam perjanjian, tetapi tidak semua orang dapat secara bebas menjadi pihak dalam transaksi tersebut. Ini karena Pasal 1320 KUHPerdata mengatur syarat sah suatu perjanjian. Adanya ketentuan ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi dan menentukan terjadi atau tidaknya suatu perjanjian (Putu et al., 2021). Berdasarkan regulasi yang berlaku, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Di sisi lain, penyelenggara platform diwajibkan menjamin keamanan sistem elektronik serta menjaga kerahasiaan data pengguna.

Dalam praktiknya, masih ditemukan permasalahan terkait mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa. Banyak sengketa diselesaikan melalui mekanisme internal platform (internal dispute resolution), yang secara yuridis belum tentu memenuhi prinsip independensi dan keadilan. Karena berfungsi sebagai badan usaha yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan sistem elektronik yang digunakan oleh masyarakat umum untuk melakukan transaksi jual beli, e-commerce termasuk dalam kategori penyelenggara sistem elektronik. Dengan demikian, e-

commerce menjadi subjek hukum yang terikat dan harus mematuhi ketentuan dalam UU ITE beserta peraturan turunannya. Dalam Pasal 15 ayat (1) dan (2) UU ITE ditegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik, termasuk e-commerce, bertanggung jawab atas pengoperasian sistemnya serta wajib memastikan sistem tersebut berjalan secara andal, aman, dan sesuai dengan fungsinya (Jasmine, 2022).

Selain itu, jika barang atau jasa yang diterima pelanggan tidak sesuai dengan kesepakatan, pelanggan berhak menerima ganti rugi atau penggantian bahan pangan yang cacat, bekas, atau tercemar, bahkan jika pelanggan tidak memberikan informasi yang lengkap dan benar. Pelaku usaha yang melakukan hal-hal yang dilarang seperti yang dijelaskan di atas diancam dengan larangan memperdagangkan barang atau jasa serta wajib menarik diri dari peredaran. Jika mereka tidak memenuhi kewajiban ini, pelaku usaha tersebut dapat dipidana menurut Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen, yang berbunyi sebagai berikut: siapa pun yang melanggar ketentuan Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) a, b, c, e, dan Pasal 18 (Sulistianingsih et al., 2023). Oleh karena itu, penguatan mekanisme penyelesaian sengketa alternatif (*Alternative Dispute*

Resolution/ADR) berbasis digital menjadi kebutuhan mendesak dalam hukum bisnis modern.

D. Perlindungan Data Pribadi sebagai Aset Ekonomi Digital

Dalam ekosistem e-commerce, data pribadi konsumen memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Data tersebut digunakan untuk kepentingan pemasaran, analisis perilaku konsumen, hingga pengembangan strategi bisnis. Namun, meningkatnya pemrosesan data juga meningkatkan risiko pelanggaran privasi dan kebocoran data. Dari sudut pandang hukum bisnis, perlindungan data pribadi tidak hanya merupakan isu hak asasi, tetapi juga menyangkut kepercayaan (*trust*) sebagai fondasi transaksi digital. Kasus kebocoran data yang terjadi di Indonesia menunjukkan betapa kurangnya perlindungan data baik secara institusional maupun teknis. Kebocoran data Tokopedia pada tahun 2020, yang melibatkan lebih dari 90 juta akun pengguna, juga menunjukkan tantangan besar dalam penegakan hukum perlindungan data sebelum UU PDP ditetapkan (Gustryan & Hoesein, 2025). Pada saat itu, UU ITE digunakan sebagai dasar hukum awal untuk menilai pelanggaran di ruang siber, terutama yang berkaitan dengan tanggung jawab

penyelenggara sistem elektronik. Namun, karena keterbatasan substansi, belum ada instrumen hukum yang kuat untuk menjatuhkan sanksi perlindungan data yang menyeluruh.

Selanjutnya, situasi ini menyebabkan kekosongan standar dalam memberikan efek jera bagi mereka yang melanggar Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 adalah undang-undang khusus yang mengatur perlindungan data pribadi dan hak privasi di Indonesia, dan kepercayaan konsumen terhadap keamanan sistem akan berdampak pada keberlanjutan bisnis digital. Oleh karena itu, regulasi yang kuat dan penegakan hukum yang efektif memainkan peran penting dalam membangun ekosistem e-commerce yang dapat dipercaya dan tahan lama. Inovasi teknologi seperti kecerdasan buatan, analisis data besar, dan sistem pembayaran berbasis teknologi keuangan (fintech) mengawali era digital. Perkembangan ini sering kali melampaui kecepatan pembentukan regulasi. Akibatnya, hukum cenderung bersifat reaktif dan tertinggal (*lagging behind phenomenon*).

Dalam kerangka hukum bisnis, kondisi tersebut menuntut pendekatan

regulasi yang lebih adaptif dan berbasis prinsip (*principle-based regulation*), bukan semata-mata berbasis aturan yang kaku (*rule-based regulation*). Pendekatan ini memungkinkan fleksibilitas dalam mengakomodasi inovasi tanpa mengabaikan perlindungan hukum. Selain itu, karakter lintas batas (*borderless*) e-commerce menimbulkan persoalan yurisdiksi dan pilihan hukum (*choice of law*). Transaksi yang melibatkan pelaku usaha luar negeri memerlukan kerja sama internasional serta harmonisasi standar hukum agar perlindungan hukum bagi konsumen Indonesia tetap terjamin. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi e-commerce di Indonesia telah memberikan dasar hukum yang memadai, namun masih memerlukan penguatan dalam aspek harmonisasi, efektivitas penegakan, dan adaptabilitas terhadap perkembangan teknologi. Dalam perspektif hukum bisnis, regulasi yang ideal harus mampu menjalankan dua fungsi utama, yaitu fungsi protektif (memberikan perlindungan hukum) dan fungsi fasilitatif (mendorong pertumbuhan ekonomi digital). Keseimbangan antara kedua fungsi tersebut menjadi kunci dalam membangun sistem hukum bisnis yang responsif dan progresif di era digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berbagai undang-undang di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, memberikan legitimasi untuk transaksi elektronik dan melindungi konsumen. Namun, masih terdapat tantangan berupa disharmonisasi regulasi, ketidakseimbangan kontrak elektronik, kompleksitas tanggung jawab platform, dan persoalan transaksi lintas batas. Oleh karena itu, diperlukan harmonisasi dan penguatan penegakan hukum agar regulasi e-commerce mampu mendukung pertumbuhan ekonomi digital secara adil, pasti, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdan Sifa, Isti Masruroh, Muhamad Abdan Zulfa, Sirfi Nur Fitriani, & Naerul Edwin Kiky Aprianto. (2024). Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Kosentrasi Pasar di Indonesia. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 2(12), 405–413.

- <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3>
239
- Angriani, P. (2021). *Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi dalam Transaksi E-Commerce: Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif* (Vol. 19).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>
- Dedon Dianta. (2023). Urgensi Penegakan Hukum E-Commerce di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis. *IArus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH)*, 3(1).
<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>
<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>
- Dianta. (2023). *Urgensi Penegakan Hukum E-Commerce di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis*. 3(1).
<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>
<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>
- Gustryan, M., & Hoesein, Z. A. (2025). Peran Undang-Undang ITE dan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dalam Perlindungan Data dan Privasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 3333–3343.
- <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.1>
5746
- Hanaya, E. (2023). *Jurnal Bevinding Vol 01 No 09 Tahun 2023 Fakultas Hukum Universitas Islam Batik Surakarta*.
<https://www.merdeka.com/teknologi/tingkat-kepercayaan-pada-e-commerce-masih-rendah.html>
- Jasmine. (2022). TANGGUNG JAWAB PLATFORM MARKETPLACE TERHADAP PENJUALAN PONSEL (MOBILE PHONE) ILEGAL BERDASARKAN HUKUM NASIONAL. *JURNAL MASALAH-MASALAH HUKUM*.
- Kurnia, ida. (2021). PERMASALAHAN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Vol. 4, No. 2, 343.
- Manik, A. S., & Saragih, E. N. (2025). HUKUM BISNIS DAN PERANANNYA DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(4), 735–743.
<https://doi.org/10.61722/jmia.v2i4.60>
42
- Onny Siagian. (2021). STRATEGI PEMASARAN E-COMMERCE BAGI UMKM INDONESIA UNTUK

MENINGKATKAN

PEREKONOMIAN INDONESIA. In

Nomor 1 Edisi Februari (Vol. 6).

Prasetyo, R. B. (2023). *Pengaruh E-*

Commerce dalam Dunia Bisnis (Vol.

1, Number 1).

<https://journal.sabajayapublisher.com>

[/index.php/jmeb](https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jmeb)

Putu, I., Suadi, M., Putu, N., Yuliantini, R.,

& Ardhya, S. N. (2021). *TINJAUAN*

YURIDIS SUBYEK HUKUM DALAM

TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE /

E-COMMERCE DITINJAU DARI

KITAB UNDANG-UNDANG

HUKUM PERDATA (Vol. 4).

Sulistianingsih, D., Utami, M. D., & Adhi,

Y. P. (2023). Perlindungan Hukum

bagi Konsumen dalam Transaksi E-

commerce sebagai Tantangan Bisnis

di Era Global. *JURNAL*

MERCATORIA, 16(2), 119–128.

<https://doi.org/10.31289/mercatoria.v>

16i2.8042