



## PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM PENJUAL TERHADAP BARANG CACAT DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE BERDASARKAN PERJANJIAN ELEKTRONIK

Diani Zahra Hapsari\*<sup>1</sup>, Lucky Dafira Nugroho<sup>2</sup>

Universitas Trunojoyo Madura<sup>1</sup>, Universitas Trunojoyo Madura<sup>2</sup>

e-mail: [230111100189@student.trunojoyo.ac.id](mailto:230111100189@student.trunojoyo.ac.id)\*<sup>1</sup>, [lucky.dafira@trunojoyo.ac.id](mailto:lucky.dafira@trunojoyo.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

*The advancement of information technology has significantly increased electronic commerce (e-commerce) transactions. While offering convenience and efficiency, this shift in consumer behavior has also raised legal concerns, particularly when consumers receive defective or non-conforming goods. This study examines the legal responsibility of business actors in e-commerce transactions involving defective products, using a normative juridical approach that refers to existing laws and legal literature in Indonesia. Based on Article 19 of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection, business actors are subject to strict liability for any losses incurred due to defective or inappropriate goods. This responsibility applies without the need for the consumer to prove any fault or negligence. The findings indicate that the strict liability principle provides a solid legal foundation for consumer protection. The legal framework ensures that businesses are accountable for the quality of products offered through digital platforms. Consistent law enforcement and greater awareness among business actors regarding consumer rights serve as essential efforts to build a fair and trustworthy digital trade environment. With the rapid transformation of the economic landscape through digitalization, safeguarding consumer interests and maintaining balance between the parties involved in e-commerce become critical components of a stable and credible marketplace.*

**Keywords:** *Consumer Protection, Defective Goods, E-Commerce, Strict Liability*

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong pertumbuhan transaksi jual beli secara elektronik (*e-commerce*). Kajian ini bertujuan untuk mengkaji tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* terhadap barang cacat menggunakan pendekatan yuridis normatif, yang mengacu pada ketentuan hukum positif dan literatur hukum yang berlaku di Indonesia. Konsumen dalam transaksi daring berada pada posisi yang tidak seimbang dibandingkan dengan pelaku usaha. Ketidadaan interaksi fisik dengan produk menyebabkan potensi kerugian lebih besar pada pihak konsumen. Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dapat dimintai pertanggungjawaban secara

*Pertanggungjawaban Hukum Penjual Terhadap Barang Cacat dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Perjanjian Elektronik Oleh Diani Zahra Hapsari & Lucky Dafira Nugroho*



mutlak (*strict liability*) atas kerugian yang timbul akibat barang yang tidak layak pakai atau menyimpang dari spesifikasi. Tanggung jawab ini berlaku tanpa perlu adanya pembuktian kesalahan. Temuan menunjukkan bahwa tanggung jawab mutlak memberikan dasar perlindungan yang kuat bagi konsumen. Regulasi yang ada memberikan landasan hukum agar pelaku usaha tidak lalai dalam menjaga kualitas barang yang ditawarkan melalui media digital. Penegakan hukum secara konsisten serta peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap hak-hak konsumen merupakan langkah yang relevan guna membentuk sistem perdagangan elektronik yang adil dan dapat dipercaya, khususnya di tengah pesatnya transformasi digital dalam sektor ekonomi.

**Kata Kunci:** Perlindungan Konsumen, Barang Cacat, *E-Commerce*, Tanggung Jawab Mutlak

## A. Pendahuluan / Introduction

Kemajuan teknologi informasi telah merevolusi cara manusia dalam melakukan berbagai jenis transaksi serta membuka peluang baru dalam melaksanakan aktivitas bisnis. Perkembangan ini menciptakan suatu kondisi di mana batas-batas geografis dan temporal seperti lenyap, mengingat informasi masa kini dapat diakses secara real-time. Peran internet sebagai media yang efisien telah dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk menawarkan, memasarkan, dan mendistribusikan barang maupun jasa secara global. Namun, di balik manfaat tersebut, teknologi informasi juga menyimpan risiko apabila tidak digunakan secara bertanggung jawab karena dapat menjadi sarana untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan hukum.<sup>1</sup>

Perkembangan revolusi industri yang sangat pesat telah memicu transformasi yang signifikan dalam sektor industri secara menyeluruh. Inovasi dalam jaringan internet dan teknologi telekomunikasi telah merombak struktur kehidupan sosial dan ekonomi, memungkinkan berbagai kebutuhan manusia terpenuhi lebih cepat dan efisien melalui pemanfaatan teknologi yang mutakhir. Sejalan dengan dinamika masyarakat yang semakin kompleks, saat ini penggunaan perangkat digital oleh manusia pun meningkat secara signifikan, termasuk dalam membangun interaksi sosial antarsesama. Munculnya internet telah membawa perubahan besar bagi perekonomian global, memasuki era yang dikenal sebagai ekonomi digital (*digital economy*).<sup>2</sup> Ciri utama dari fenomena ini adalah semakin tingginya frekuensi aktivitas ekonomi yang menggunakan internet sebagai media utama dalam berkomunikasi dan bertukar informasi. Dalam konteks jual-beli, perubahan ini

---

<sup>1</sup> Ariyanto, B., Purwadi, H., & Latifah, E. (2021). Tanggung jawab mutlak penjual akibat produk cacat tersembunyi dalam transaksi jual beli daring. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 6(1).

<sup>2</sup> Kojnja, J. J., Sofwan, Rusnan, & Nurbani, E. S. (2019). Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik oleh pelaku usaha e-commerce dalam memenuhi target penerimaan perpajakan. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 4(2).

*Pertanggungjawaban Hukum Penjual Terhadap Barang Cacat dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Perjanjian Elektronik* Oleh **Diani Zahra Hapsari & Lucky Dafira Nugroho**



tercermin dari semakin meluasnya penggunaan perdagangan secara elektronik sebagai metode utama dalam menjalankan transaksi bisnis secara daring. Pada era kontemporer *e-commerce*, dan teknologi media sosial telah membuka peluang strategis bagi pelaku usaha untuk menjalin hubungan yang lebih efektif dengan konsumen, sekaligus memungkinkan pembeda dalam menawarkan produk maupun jasa. Perkembangan pesat internet dan teknologi informasi telah menghasilkan kemudahan, kecepatan, serta ketepatan dalam proses transaksi, yang pada akhirnya mendorong konsumen dan produsen di berbagai negara untuk memanfaatkan aplikasi *e-commerce* ketika menjalankan aktivitas bisnis.<sup>3</sup> Teknologi ini memberikan daya dorong signifikan bagi perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasionalnya. Seiring dengan itu, terjadi lonjakan tajam dalam jumlah individu yang terlibat di transaksi jual beli secara daring. Hal ini ikut serta memberikan keuntungan ekonomi besar bagi para produsen dan penjual.<sup>4</sup>

Transaksi elektronik merupakan Tindakan hukum yang dilakukan dengan memanfaatkan media elektronik. Sementara itu, *e-commerce* merujuk pada kegiatan jual beli yang dilakukan dengan sistem elektronik, di mana proses transaksinya mengikuti sejumlah kesepakatan dan prosedur digital. Dalam era perdagangan digital saat ini, keberadaan *marketplace* sebagai aktivitas dari transaksi *e-commerce* telah menjadi bagian penting dalam memfasilitasi transaksi jual beli secara elektronik. *Marketplace* dapat dipahami sebagai suatu platform digital berbasis situs web yang menyediakan ruang virtual bagi para pelaku usaha untuk memasarkan barang dagangannya tanpa harus membangun sistem toko daring mandiri. Platform seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, OLX, dan Lazada merupakan contoh sistem *marketplace* yang beroperasi di Indonesia.

Secara fungsional, *marketplace* berperan sebagai wadah berbagai penjual dalam satu wadah yang menghubungkan berbagai penjual dalam satu platform digital. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan perbandingan harga dan spesifikasi antar produk yang serupa. Misalnya, ketika seorang konsumen mencari "gaun merah muda" melalui fitur pencarian dalam situs *marketplace*, sistem akan menampilkan berbagai pilihan produk dari sejumlah penjual dengan variasi harga dan merek yang berbeda, sehingga memperluas opsi pembelian secara efisien dan transparan.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Nasution, A. H. (2023). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce (analisis klausula baku pada kasus produk cacat). *Landraad: Jurnal Syariah & Hukum Bisnis*, 2(2).

<sup>4</sup> Thalib, E. F., & Meinarni, N. P. S. (2019). Tinjauan yuridis mengenai marketplace berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 7(2).

<sup>5</sup> Sinaga, N. A., & Sulistrudatin. (2018). Pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 5(2).



Bertransaksi melalui platform *e-commerce* tidak terlepas dari potensi penyalahgunaan oleh pihak-pihak tertentu yang mengabaikan prinsip itikad baik dalam pelaksanaan perjanjian. Dalam praktik jual beli secara elektronik, konsumen umumnya berada pada posisi yang lebih rentan terhadap risiko kerugian. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan konsumen dalam mengakses atau berpartisipasi langsung pada proses produksi barang atau jasa yang akan mereka konsumsi. Ketidakterlibatan konsumen sejak tahap awal hingga akhir proses produksi tersebut bisa saja dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk melakukan tindakan curang demi keuntungan pribadi, dengan memanfaatkan kondisi “ketidaktahuan” konsumen atas kualitas maupun keaslian produk yang ditawarkan. Padahal setiap orang yang melakukan transaksi online di *e-commerce* tentunya menginginkan barang yang diterimanya adalah barang yang sesuai dengan yang ia pesan dan barang tersebut berkualitas sebagaimana yang dijanjikan pelaku usaha.<sup>6</sup> Akan tetapi, dalam realita yang terjadi tidak semua transaksi elektronik yang dilakukan menerima barang yang sesuai dengan kualitas maupun mutu yang semestinya. Ada kalanya konsumen menerima barang dari penjual dalam kondisi cacat, sehingga tidak sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya. Cacat yang terjadi pada barang yang dijual melalui *e-commerce* bisa berupa cacat yang memang parah terlihat oleh panca indera dan dapat juga merupakan cacat tersembunyi dari barang tersebut. Dalam hal ini, dapat kita pahami bersama bahwa tidak ada itikad baik dari penjual dengan tetap memberikan/menjual barang yang memang dalam kondisi cacat.<sup>7</sup>

Adanya permasalahan-permasalahan hukum dalam transaksi elektronik di *e-commerce* mendorong pemerintah untuk menghadirkan perlindungan hukum terhadap konsumen. Hal ini sudah selaras dengan hak yang seharusnya didapatkan konsumen karena kesalahan atau kelalian dari pihak penjual atau pelaku usaha, yang sepenuhnya menjadi tanggung jawab mereka sendiri. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, kajian ini akan membahas dua hal utama. Pertama, bagaimana perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen yang menerima barang cacat dalam transaksi jual beli melalui platform *e-commerce*. Kedua, sejauh mana kewajiban pelaku usaha terkait barang yang diterima konsumen yang tidak sesuai dengan kesepakatan dalam transaksi secara online,

---

<sup>6</sup> Rianti. (2017). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam hal terjadinya shortweighting ditinjau dari Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 6(4).

<sup>7</sup> Khotimah, C. A., & Charinunnisa, J. C. (2016). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli-online (e-commerce). *Business Law Review*, 1(1).



## B. Metode Penelitian / Research Method

Dalam sebuah penelitian ilmiah, metode penelitian dipahami sebagai langkah-langkah terstruktur yang dilakukan penulis untuk memperoleh data serta informasi yang sesuai dengan topik yang sedang dikaji. Metode ini menjadi pijakan penting dalam menentukan arah dan keabsahan hasil analisis. Pada artikel ini, penulis menerapkan pendekatan yuridis normatif, yaitu metode yang mengandalkan kajian terhadap norma hukum yang berlaku sebagai pokok pembahasannya. Artinya, penelitian ini menitikberatkan pada penelaahan peraturan perundang-undangan dan berbagai sumber hukum lainnya yang relevan dengan isu yang diangkat, dengan tujuan untuk menemukan jawaban hukum atas persoalan yang dibahas. Seluruh sumber yang digunakan merupakan literatur hukum yang teruji dan diakui dalam dunia akademik. Kajian ini menyoroti berbagai aspek yang berkaitan dengan hukum dalam transaksi elektronik serta perlindungan terhadap konsumen yang memfokuskan kajian pada cara hukum mengatur tanggung jawab pelaku usaha, terutama saat barang yang diterima konsumen melalui transaksi daring ternyata rusak atau tidak sesuai dengan perjanjian. Penulis menggunakan tiga pendekatan, yaitu pendekatan konseptual (*conceptual approach*), pendekatan perundang-undangan (*normative approach*), dan pendekatan studi kasus hukum (*case law approach*). Untuk mengumpulkan data, penulis melakukan studi kepustakaan dengan mencari dan menghimpun data sekunder dari peraturan hukum internasional, literatur hukum, serta sumber lain yang relevan dengan topik penelitian ini.

## C. Pembahasan / Research Findings and Discussion

### 1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Menerima Barang Cacat dalam Transaksi di *E-Commerce*

Pelaku usaha mencakup individu atau entitas, baik yang berbadan hukum maupun tidak, yang didirikan, bermukim, atau menjalankan kegiatan usahanya di wilayah hukum Negara Republik Indonesia. Mereka dapat bertindak secara individu atau bersama melalui perjanjian hukum untuk menjalankan kegiatan ekonomi di berbagai sektor. Dalam kegiatan bisnis baik hal tersebut diselenggarakan secara langsung dengan adanya tatap muka pertemuan antara pelaku usaha dengan konsumen/pembeli maupun perdagangan melalui media elektronik pada dasarnya membutuhkan kepercayaan dari para pihak. Selain itu, diperlukan juga adanya pengaturan yang menjamin adanya kedudukan setara antara konsumen dengan pelaku usaha sehingga dalam hal ini pihak yang



berkedudukan lebih rendah (konsumen) dapat dipandang dan memiliki kekuatan hukum setara. Perlunya ada regulasi yang berpihak kepada konsumen disebabkan karena posisi yang tidak setara antara konsumen dengan pelaku usaha, karena pada realitanya konsumen berada dalam kedudukan yang lemah jika berhubungan dengan pelaku usaha jika dilihat dari ekonomi, pendidikan, maupun kemampuan dan daya saing terhadap posisi tawar menawar.<sup>8</sup>

Perkembangan transaksi daring membawa dampak positif bagi pelaku usaha maupun konsumen dalam praktik jual-beli. Konsumen memperoleh kemudahan dalam mengakses dan membeli produk, termasuk barang-barang elektronik, secara efisien tanpa batasan waktu dan tempat. Sebaliknya, pelaku usaha diuntungkan dengan luasnya jangkauan pemasaran yang dapat dilakukan secara digital. Namun, dalam konteks melakukan transaksi tanpa pertemuan secara langsung (*non face-to-face*), integritas dan kejujuran informasi dari pelaku usaha menjadi elemen penting yang dibutuhkan oleh konsumen untuk membuat keputusan yang tepat. Sayangnya, dalam praktiknya tidak jarang pelaku usaha menyalahgunakan kepercayaan tersebut demi mengejar keuntungan ekonomi sebesar-besarnya, bahkan dengan mengabaikan prinsip itikad baik dalam penawaran produk. Kondisi ini memperlihatkan ketimpangan relasi antara pelaku usaha dan konsumen, di mana konsumen sering berada dalam posisi yang lemah karena keterbatasan pemahaman terhadap hak-haknya sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.<sup>9</sup>

Secara umum, terdapat berbagai permasalahan yang sering muncul dalam pelaksanaan transaksi elektronik, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan hak-hak konsumen. Pertama, konsumen tidak memiliki kesempatan untuk melakukan pemeriksaan fisik terhadap barang sebelum melakukan transaksi, yang berimplikasi pada keterbatasan penilaian kualitas produk. Kedua, informasi yang diberikan oleh pelaku usaha terkait produk sering kali tidak memadai atau tidak disampaikan secara transparan, sehingga menyulitkan konsumen untuk mengambil keputusan yang rasional. Ketiga, masih terdapat kelemahan dalam aspek perlindungan keamanan transaksi, termasuk potensi penyalahgunaan data pribadi dan risiko penipuan. Salah satu manifestasi konkret dari permasalahan tersebut adalah praktik pelaku usaha yang menjual produk dengan keadaan cacat baik hal tersebut dapat dilihat dengan panca indera secara langsung maupun dalam keadaan

---

<sup>8</sup> Fauzi, A., & Koto, I. (2022). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen terkait dengan produk cacat. *Journal of Education, Humaniora, and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3).

<sup>9</sup> Indrajit, R. E. (2022). *E-commerce: Kiat dan strategi bisnis di dunia maya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.  
*Pertanggungjawaban Hukum Penjual Terhadap Barang Cacat dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Perjanjian Elektronik* Oleh **Diani Zahra Hapsari & Lucky Dafira Nugroho**



cacat tersembunyi. Keadaan ini secara jelas merugikan konsumen dan menunjukkan perlunya penegakan prinsip tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam transaksi elektronik.<sup>10</sup>

Kasus yang dialami oleh Dodi Candra, konsumen yang membeli televisi dari toko resmi My Hartono Official melalui platform Shopee dan menerima barang dalam kondisi rusak pada bagian panel, merupakan contoh konkret lemahnya perlindungan hukum konsumen dalam transaksi elektronik. Meskipun konsumen telah mengikuti prosedur pengembalian barang sesuai ketentuan platform, proses klaim gagal dilakukan karena adanya perbedaan berat barang antara hasil pengukuran kurir J&T (3 kg) dengan data sistem Shopee (1 kg). Ketidaksesuaian ini memicu kebingungan antara jasa logistik (J&T dan JNE) dan pihak penjual mengenai siapa yang bertanggung jawab menjemput barang retur. Hingga batas akhir masa pengaduan, tidak ada tindakan penyelesaian yang nyata dari penjual, sehingga konsumen tidak memperoleh haknya atas pengembalian dana atau barang pengganti.<sup>11</sup>

Secara yuridis, tanggung jawab pelaku usaha terhadap barang cacat dalam transaksi *e-commerce* diatur dalam Pasal 7 huruf g dan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)<sup>12</sup>, yang menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat penggunaan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian atau mengandung cacat. Kompensasi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau pemberian layanan lain yang sesuai, dan wajib diberikan paling lambat dalam waktu tujuh hari sejak tanggal transaksi. Apabila pelaku usaha lalai menjalankan kewajiban ini, maka berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UUPK, mereka dapat dikenai sanksi pidana berupa pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda maksimal Rp2.000.000.000,-.

Selain itu, Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang yang diperdagangkan secara elektronik.<sup>13</sup> Jika informasi yang disampaikan menyesatkan

<sup>10</sup> Santoso, E. A., & Prananingtyas, P. (2024). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui e-commerce. *NOTARIUS*, 17(1).

<sup>11</sup> Pratiwi, W. (2020). Negara hukum, pemenuhan perlindungan konsumen dan HAM (Telaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen). *J-PeHI: Jurnal Penelitian Hukum Indonesia*, 1(1).

<sup>12</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

<sup>13</sup> Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)



atau jika barang tidak sesuai dengan deskripsi, maka pelaku usaha dinilai telah melakukan pelanggaran terhadap prinsip transparansi yang wajib dipenuhi dalam transaksi elektronik.<sup>14</sup>

Permasalahan dalam kasus ini tidak hanya terletak pada pelanggaran terhadap ketentuan normatif, tetapi juga mengindikasikan adanya fragmentasi tanggung jawab antara pelaku usaha, penyedia platform, dan jasa logistik. Tidak adanya sistem tanggung jawab yang terintegrasi membuat konsumen berada dalam posisi yang sangat lemah, meskipun secara normatif hak-haknya telah diatur secara jelas dalam berbagai regulasi. Hal ini diperparah oleh lemahnya sistem penyelesaian sengketa internal (*Online Dispute Resolution/ODR*) yang disediakan oleh platform, yang cenderung tidak efektif apabila penjual tidak kooperatif.<sup>15</sup>

Dengan demikian, kasus ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen dalam praktik *e-commerce* tidak hanya membutuhkan norma hukum substantif yang kuat, tetapi juga mekanisme penegakan hukum yang operasional, efisien, dan dapat diakses. Oleh karena itu, pemerintah perlu mendorong penguatan regulasi teknis, misalnya melalui pengaturan tanggung jawab bersama (*shared liability*) antara pelaku usaha, marketplace, dan jasa pengiriman barang. Selain itu, platform digital harus diwajibkan memiliki sistem pengaduan yang lebih transparan dan responsif, termasuk sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang tidak menjalankan kewajibannya terhadap konsumen. Dalam kegiatan jual beli, penjual berkewajiban untuk menyerahkan barang dan menjamin kondisinya sesuai kesepakatan. Kewajiban penjual tersebut sebagaimana diuraikan dalam Pasal 1474 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) “menyerahkan barang yang dikuasainya” sebagai suatu kewajiban dari penjual. Penyerahan barang tersebut harus diserahkan dalam keadaan seperti pada waktu penjualan. Berdasarkan pasal 1491 KUH Perdata diatur mengenai penanggungan yang menjadi kewajiban dari penjual terhadap pembeli yakni adanya jaminan yang mencakup pada dua hal yakni, pertama berkaitan dengan pengausaan barang yang dijual secara aman dan tentram dan kedua berkaitan dengan tiadanya cacat

---

<sup>14</sup> Ariyanto, B., Purwadi, H., & Latifah, E. (2021). Tanggung jawab mutlak penjual akibat produk cacat tersembunyi dalam transaksi jual beli daring. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 6(1).

<sup>15</sup> Thalib, E. F., & Meinarni, N. P. S. (2019). Tinjauan yuridis mengenai marketplace berdasarkan peraturan perundang-undangan di Indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 7(2).



tersembunyi pada barang tersebut atau ada yang sedemikian rupa yang menimbulkan alasan pembatalan pembelian oleh pembeli.<sup>16</sup>

Sebuah barang dapat dikategorikan sebagai produk cacat apabila memenuhi sejumlah indikator tertentu. Pertama, cacat produk, yaitu ketidaksesuaian antara kondisi atau fungsi barang dengan ekspektasi wajar dari konsumen pada saat melakukan pembelian. Kedua, cacat peringatan, yang merujuk pada tidak adanya petunjuk atau peringatan atas cara penggunaan barang yang berpotensi menimbulkan risiko atau bahaya bagi pengguna. Ketiga, cacat desain, yakni kekeliruan yang terjadi pada tahap perancangan atau konstruksi produk yang mengakibatkan barang tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Dalam hal jual beli barang dengan jenis apapun melalui *e-commerce* dengan terlebih dahulu adanya perjanjian secara elektronik yang dinilai cacat dengan jenis cacat apapun dari ketiga jenis tersebut sangat merugikan konsumen.<sup>17</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memuat ketentuan mengenai hak-hak yang melekat pada konsumen. Dalam Pasal 4 disebutkan bahwa konsumen memiliki hak untuk menentukan pilihan atas barang dan/atau jasa, serta berhak menerima barang atau jasa tersebut dalam kondisi yang sesuai dengan mutu, harga, dan jaminan sebagaimana dijanjikan. Konsumen juga dijamin haknya untuk memperoleh informasi yang lengkap, jujur, dan tidak menyesatkan terkait produk yang ditawarkan, baik dari segi kualitas maupun jaminannya. Apabila kemudian terjadi ketidaksesuaian antara barang/jasa yang diterima dengan perjanjian atau jika barang tersebut tidak berfungsi sebagaimana mestinya, konsumen memiliki hak untuk meminta ganti rugi, kompensasi, atau bentuk penggantian lain yang layak. Sementara itu, Pasal 7 menetapkan kewajiban bagi para pelaku usaha untuk menyampaikan informasi secara terbuka dan apa adanya mengenai kondisi barang dan/atau jasa, termasuk petunjuk penggunaannya, perawatan, serta perbaikannya bila diperlukan. Di samping itu, apabila produk atau layanan yang diberikan ternyata tidak sesuai dengan kesepakatan atau mengalami

---

<sup>16</sup> Saefullah, E., & Wirapradja. (2015). *Penuntun praktis metode penelitian dan penulisan karya ilmiah hukum*. Bandung: Kani Media.

<sup>17</sup> Devi, K. B. T. L., & Dharmawan, N. K. S. (2016). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen terkait cacat tersembunyi pada barang elektronik dalam transaksi online. *Program Kekhususan Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Udayana*.

*Pertanggungjawaban Hukum Penjual Terhadap Barang Cacat dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Perjanjian Elektronik* Oleh **Diani Zahra Hapsari & Lucky Dafira Nugroho**



kerusakan dalam fungsi, pelaku usaha berkewajiban memberikan penggantian atau ganti rugi yang patut kepada konsumen.<sup>18</sup>

Dalam praktik perlindungan konsumen, kejelasan informasi menjadi aspek yang sangat penting. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 8, menegaskan larangan bagi pelaku usaha untuk menawarkan atau menjual barang maupun jasa yang tidak sesuai dengan keterangan yang telah disampaikan melalui label, iklan, atau media promosi lainnya. Ketika konsumen menerima produk yang ternyata berbeda dengan yang dijanjikan dalam promosi, hal tersebut bukan sekadar kekeliruan, melainkan sudah masuk dalam kategori pelanggaran hukum. Dalam konteks ini, perlindungan terhadap konsumen diperkuat lagi oleh ketentuan dalam Pasal 4 huruf h, yang memberikan hak kepada konsumen untuk menuntut kompensasi, ganti rugi, atau penggantian atas barang maupun jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian, atau yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Ketentuan ini pada dasarnya menegaskan posisi konsumen sebagai pihak yang harus dilindungi dari praktik usaha yang menyesatkan atau merugikan.<sup>19</sup>

Tanggung jawab pelaku usaha yang berkaitan langsung dengan hak konsumen diatur dalam Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang mengharuskan pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atau bentuk kompensasi lainnya jika barang atau jasa tidak sesuai. Apabila pelaku usaha mengabaikan kewajiban tersebut, maka dapat dikenai sanksi pidana berdasarkan ketentuan Pasal 62 UUPK, dengan ancaman hukuman penjara maksimal 5 (lima) tahun atau denda hingga Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah).<sup>20</sup>

Di samping itu, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan dari UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), juga menjadi salah satu dasar hukum yang relevan dalam penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*. Sesuai ketentuan Pasal 9, pelaku usaha yang menawarkan barang melalui media elektronik diwajibkan menyampaikan informasi secara jelas, lengkap, dan benar mengenai produk yang dijual. Dalam Pasal 9 UU ITE, dijelaskan bahwa pelaku usaha yang menjual barang lewat media digital wajib

---

<sup>18</sup> Shobroni, S. (2020). Implementasi Penerapan Perlindungan Konsumen Dalam Gadai Syariah Dan Gadai Konvensional. ., 1(6), 773-788.

<sup>19</sup> Nadira, H. (2018). Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam: Studi Kasus Terhadap Pertanggung Ganti Rugi Pada Doorsmeer Banda Aceh (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).

<sup>20</sup> Susanto, H. (2008). Hak-hak konsumen jika dirugikan. Visimedia.



menyampaikan informasi yang lengkap dan jelas soal produk yang ditawarkan. Dengan adanya ketentuan tersebut, apabila barang yang diterima konsumen ternyata memiliki cacat atau tidak sesuai, maka pelaku usaha berkewajiban memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengembalikan barang dalam jangka waktu tertentu. Ketentuan ini juga diperkuat melalui Pasal 49 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Dengan demikian, perilaku pelaku usaha yang menjual produk melalui *e-commerce* dengan kondisi produk tersebut diterima oleh konsumen dalam keadaan cacat maka tidak sejalan dengan kewajibannya sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UUPK dan hal ini telah melanggar hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK. Atas perbuatan yang demikian, UUPK telah memberikan perlindungan kepada konsumen dengan hak untuk mendapatkan ganti rugi untuk memulihkan keadaan barang yang rusak karena kelalaian dari pelaku usaha.

Akan tetapi, jika pelaku usaha tidak kooperatif terhadap pemenuhan hak-hak konsumen, dalam hal ini timbul sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha. Konsumen dapat bertindak untuk melakukan berbagai macam penyelesaian permasalahan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan untuk menuntut hak-hak nya agar barang yang ia beli tidak cacat. Dalam hal ini terdapat dua bentuk utama penyelesaian sengketa konsumen sebagai berikut:<sup>21</sup>

a. Online Dispute Resolution

Proses penyelesaian dilakukan secara sederhana, yaitu melalui pemanfaatan saluran pengaduan yang disediakan oleh penyelenggara sistem elektronik atau pelaku usaha, dikenal juga dengan mekanisme penyelesaian sengketa internal. Penyelesaian sengketa dalam hal ini dapat melalui proses-proses di luar pengadilan dengan adanya negosiasi, konsultasi, konsiliasi, dan mediasi antara konsumen dan pelaku usaha. Hal ini sebagaimana diatur dalam UUPK, UU ITE, UU Perdagangan, PP Perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE)

b. Eksternal Dispute Resolution

Jalur non litigasi: Penyelesaian sengketa konsumen dapat melalui Badan Perlindungan Sengketa Konsumen (BPSK) atau Lembaga arbitrase

---

<sup>21</sup> Rule, C. (2020). Online dispute resolution and the future of justice. *Annual Review of Law and Social Science*, 16(1), 277-292.



sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang 19 Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan APS.

Jalur litigasi (Pengadilan): Upaya Penyelesaian sengketa dalam ranah *e-commerce* yakni dengan adanya gugatan kepada pengadilan umum, dengan bentuk gugatan sederhana sebagaimana diatur dalam Perma No. 4 Tahun 2019 dan juga masyarakat atau konsumen yang merasa dirugikan dapat juga mengajukan gugatan perdata biasa dengan mekanisme yang lebih kompleks.

## 2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Kondisi Barang Cacat dalam Transaksi di E-Commerce

Pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan berlandaskan iktikad baik, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kewajiban ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga mengandung dimensi moral dan sosial sebagai upaya mewujudkan lingkungan bisnis yang sehat, hingga kemudian berdampak pada pembangunan ekonomi nasional secara berkelanjutan. Sejumlah ketentuan dalam UUPK secara eksplisit mengarahkan pelaku usaha agar menjalankan aktivitas bisnis secara jujur, transparan, dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, setiap bentuk pelanggaran terhadap prinsip-prinsip tersebut harus dikenai sanksi hukum yang tegas. Penerapan sanksi tidak semata-mata bersifat represif, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen preventif untuk mencegah pelaku usaha lain melakukan pelanggaran serupa. Dengan demikian, penegakan sanksi merupakan bagian penting dalam menciptakan disiplin pasar serta menjamin terciptanya tata kelola usaha yang adil dan bermoral.<sup>22</sup>

Secara garis besar, terdapat lima prinsip yang umum digunakan dalam menentukan pertanggungjawaban dalam ranah hukum. Pertama, tanggung jawab yang didasarkan pada adanya kesalahan dari pihak tertentu (*liability based on fault*). Kedua, prinsip yang menganggap seseorang atau pihak selalu bertanggung jawab hingga terbukti sebaliknya (*presumption of liability*). Ketiga, prinsip yang justru menganggap seseorang tidak bertanggung jawab kecuali ada bukti yang menunjukkan sebaliknya (*presumption of nonliability*). Keempat, tanggung jawab yang muncul secara otomatis tanpa perlu dibuktikan adanya kesalahan lebih dulu,

---

<sup>22</sup> Fiscarina, A. A. (2022). EFEKTIFITAS PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN YANG BERIMPLIKASI PIDANA YANG DITANGANI OLEH BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).



yang dikenal sebagai tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Terakhir, terdapat pula konsep pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*), yaitu situasi di mana pelaku hanya bisa dimintai pertanggungjawaban sampai batas tertentu yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>23</sup>

Produsen atau penjual wajib menanggung kerugian yang dialami konsumen jika terjadi cacat atau kesalahan pada produk, tanpa perlu pembuktian adanya unsur kesalahan yang dikenal sebagai tanggung jawab mutlak. Dalam menjalankan usahanya, produsen dan penjual juga dituntut untuk turut menciptakan usaha yang sehat sebagai bagian dari kontribusi mereka terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, menjadi tanggung jawab pelaku usaha untuk melindungi konsumen dengan cara mematuhi norma-norma dan kebiasaan baik yang telah menjadi standar di dunia usaha. Menjaga etika bisnis bukan hanya soal reputasi, tetapi juga bagian dari peran aktif produsen dan penjual dalam mendukung upaya pembangunan nasional secara menyeluruh.<sup>24</sup>

Setiap Pelaku Usaha Berkewajiban untuk senantiasa menjalankan kegiatan usahanya dengan itikad baik, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 7 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hal ini menjadi salah satu kewajiban pelaku usaha dalam upaya menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat, yang pada akhirnya turut mendorong pembangunan ekonomi nasional. UU ITE memuat berbagai ketentuan yang bertujuan membentuk perilaku usaha yang beretika dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, setiap pelanggaran terhadap kewajiban tersebut harus dikenai sanksi hukum yang tegas. Penegakan sanksi tidak hanya sebagai bentuk penegakan hukum (*law enforcement*), tetapi juga sebagai instrumen preventif untuk mencegah pelaku usaha lain melakukan pelanggaran serupa. Dengan demikian, pemberian sanksi merupakan sarana penting dalam membangun disiplin usaha dan menjamin stabilitas ekonomi melalui praktik bisnis yang berkeadilan.

Tuntutan atau klaim tanggung jawab terhadap produk yang diajukan kepada penjual pada dasarnya dapat didasarkan pada beberapa doktrin hukum, antara lain pelanggaran jaminan (*breach of warranty*), tanggung jawab mutlak (*strict liability*), serta kelalaian (*negligence*). Dalam konteks barang dengan kerusakan

---

<sup>23</sup> Echdar, S. (2020). *Business Ethics And Entrepreneurship (Etika Bisnis dan Kewirausahaan)*. Deepublish.

<sup>24</sup> Widijantoro, J., Widiyastuti, Y., Triyana, Y., & Wijaya, N. B. A. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan di Era Otoritas Jasa Keuangan: Edisi Revisi*.

*Pertanggungjawaban Hukum Penjual Terhadap Barang Cacat dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Perjanjian Elektronik* Oleh **Diani Zahra Hapsari & Lucky Dafira Nugroho**



yang tidak diketahui saat konsumen saat pembelian/cacat tersembunyi, tanggung jawab penjual bersifat mutlak, artinya tidak bergantung pada ada atau tidaknya unsur kesalahan dari pihak penjual. Prinsip tanggung jawab mutlak ini menempatkan penjual pada posisi yang harus bertanggung jawab secara hukum dan moral atas barang yang telah dipasarkan, terutama apabila produk tersebut ternyata mengandung cacat tersembunyi yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Berbeda dengan tanggung jawab berdasarkan kelalaian, *strict liability* tidak menuntut pembuktian adanya kesalahan oleh konsumen, melainkan justru memberikan beban pembuktian terbalik kepada penjual. Dengan demikian, tanggung jawab mutlak merupakan konsekuensi logis dari risiko yang melekat pada aktivitas perdagangan, di mana penjual harus menanggung akibat hukum dari kerugian konsumen yang timbul akibat produk cacat yang telah ia edarkan di pasar.

Tanggung jawab hukum atas produk cacat secara eksplisit dibebankan kepada penjual, baik yang berperan sebagai importir, distributor, maupun pengecer. Hal ini menunjukkan bahwa rezim tanggung jawab atas produk cacat memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dari bentuk tanggung jawab pelaku usaha pada umumnya. Fokus utama terletak pada akibat yang ditimbulkan dari cacatnya produk, baik terhadap konsumen sebagai pengguna maupun terhadap barang itu sendiri. Hukum yang mengatur mengenai tanggung jawab atas produk cacat termasuk dalam kategori perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*), namun tetap berlaku prinsip *strict liability*, artinya pelaku usaha wajib bertanggung jawab meski tidak terbukti bersalah secara langsung. Penerapan prinsip ini mencerminkan pergeseran asas dalam hukum perlindungan konsumen, dari *caveat emptor* (pembeli yang harus berhati-hati) menuju *caveat venditor* (penjual yang harus bertanggung jawab). Oleh sebab itu, apabila suatu produk terbukti memiliki cacat dan mengakibatkan kerugian bagi konsumen, maka secara hukum tanggung jawab tersebut berada pada pelaku usaha, terutama pihak yang bertanggung jawab atas proses produksi. Landasan hukumnya tercantum dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberi kompensasi kepada konsumen atas kerusakan, kerugian, atau dampak negatif yang timbul karena penggunaan barang atau jasa yang dijual/diperdagangkan.

---

<sup>25</sup> Pauth, V. (2018). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan jasa berdasarkan pasal 19 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *Lex Privatum*, 6(10).



- b. Bentuk kompensasi yang diberikan meliputi pengembalian dana, penggantian produk atau jasa serupa, atau pemberian layanan kesehatan serta santunan sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- c. Kompensasi tersebut harus diberikan dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari setelah transaksi dilakukan.
- d. Pemberian kompensasi tidak membatasi kemungkinan tindakan pidana jika terbukti ada unsur kesalahan yang lebih lanjut.
- e. Ketentuan ini tidak berlaku jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kerugian disebabkan oleh kesalahan konsumen itu sendiri.

Dengan demikian, berdasarkan ketentuan tersebut, tanggung jawab pelaku usaha terhadap barang cacat dalam transaksi *e-commerce* dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Pelaku usaha wajib memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada konsumen yang mengalami kerugian akibat produk yang dijual atau diperdagangkan.
- b) Bentuk kompensasi yang dapat diberikan berupa pengembalian uang, penggantian produk, atau pemberian layanan kesehatan serta sumbangan berupa uang atau barang.
- c) Kompensasi harus diserahkan dalam tenggat waktu (7) tujuh hari setelah transaksi dilakukan.
- d) embelaan pelaku usaha dapat dilakukan dengan cara pembuktian bahwa kesalahan berasal dari pihak konsumen.

#### **D. Penutup / Conclusion**

Konsumen sering kali tidak dapat memeriksa fisik barang sebelum membeli dan hanya mengandalkan informasi yang diberikan secara elektronik. Hal ini membuka peluang terjadinya penjualan barang cacat, baik yang tampak secara fisik maupun cacat tersembunyi, sehingga konsumen sangat rentan mengalami kerugian. Sebagai bentuk perlindungan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menetapkan sejumlah hak pokok bagi konsumen, di antaranya hak atas informasi yang akurat, hak menerima barang sesuai kesepakatan, serta berhak mendapat ganti rugi jika barang yang diterima dalam kondisi rusak atau tidak sesuai dengan kesepakatan. Perlindungan ini bertujuan menciptakan keadilan, keamanan, dan kepastian hukum bagi konsumen dalam ekosistem perdagangan digital. Mekanisme penyelesaian sengketa meliputi jalur internal melalui platform *e-commerce*, maupun jalur eksternal seperti Badan Perlindungan Konsumen, arbitrase, atau

*Pertanggungjawaban Hukum Penjual Terhadap Barang Cacat dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan Perjanjian Elektronik* Oleh **Diani Zahra Hapsari & Lucky Dafira Nugroho**



pengadilan. Meski begitu, masalah yang paling mencolok justru ada pada ketimpangan kekuatan antara konsumen dan pelaku usaha, ditambah lagi pelaksanaan hukum secara praktis kenyataannya masih jauh dari kata optimal.

Di sisi lain, tanggung jawab hukum penjual dalam transaksi *e-commerce* juga telah diatur secara tegas. Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap barang cacat dalam transaksi *e-commerce* bersifat mutlak, diatur dalam Pasal 19 UUPK. Pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi berupa pengembalian dana, penggantian barang, atau santunan dalam waktu 7 hari, tanpa perlu pembuktian kesalahan konsumen. Hal tersebut merujuk pada prinsip *caveat venditor*, yakni penjual bertanggung jawab atas kualitas dan keamanan barang, terutama untuk barang yang cacat tersembunyi. Meski demikian, efektivitas tanggung jawab ini sering terkendala oleh sikap tidak kooperatif pelaku usaha dan kompleksitas pembuktian. Penegakan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar juga berfungsi sebagai mekanisme preventif untuk menjaga dinamika usaha yang sehat dan berkeadilan dalam era perdagangan digital. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi hak konsumen dan penguatan regulasi untuk memastikan keseimbangan perlindungan antara pelaku usaha dan konsumen di era digital.

## REFERENSI

- Abdul Halim Nasution, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* (Analisis Klausula Baku pada Kasus Produk Cacat)”, *Landraad: Jurnal Syariah & Hukum Bisnis*, Vol 2, No. 2, 2023.
- Ahmad Fauzi & Ismail Koto, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen Terkait dengan Produk Cacat”, *Journal of Education, Humaniora, and Social Sciences (JEHSS)*, Vol 4, No. 3, 2022.
- Banu Ariyanto, Hari Purwadi, dan Emmy Latifah, “Tanggung Jawab Mutlak Penjual Akibat Produk Cacat Tersembunyi dalam Transaksi Jual Beli Daring”, *Refleksi Hukum Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 6, No. 1, 2021.
- Ella Alvina Santoso dan Paramita Prananingtyas, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui *E-commerce*”, *NOTARIUS*, Vol 17, No. 1, 2024.
- Emmy Febriani Thalib dan Ni Putu Suci Meinarni, “Tinjauan Yuridis Mengenai *Marketplace* Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia”, *Jurnal IUS Kajian hukum dan Keadilan*, Vol 7, No. 2, 2019.
- Echdar, S. (2020). *Business Ethics And Entrepreneurship (Etika Bisnis dan Kewirausahaan)*. Deepublish.
- Faizal Rizaldi Kamil, “Tanggung Jawab *Reseller* terhadap Cacat Tersembunyi pada Produk Dalam Transaksi Elektronik (Studi di Indonetnetwork.Co.id)”, *Jurnal Manajemen, Hukum, dan Sosial (JMHS)*, Vol 1, No. 2, 2023.



- Fiscarina, A. A. (2022). EFEKTIFITAS PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN YANG BERIMPLIKASI PIDANA YANG DITANGANI OLEH BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Indrajit, R.E., *E-commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2022).
- Johannes Johny Koynja, Sofwan, Rusnan, dan Erlies Septiana Nurbani, “Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik oleh Pelaku Usaha *E-commerce* Dalam Memenuhi Targer Penerimaan Perpajakan”, *Jurnal Kompilasi Hukum*, Vol 4, No. 2, 2019
- Komang Bulan Tri Lkasmi Devi dan Ni Ketut Supasti Dharmawan, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen terkait Cacat Tersembunyi pada Barang Elektronik dalam Transaksi *Online*”, *Program Kekhususan Hukum Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Udayana*, 2016.
- Nadira, H. (2018). Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam: Studi Kasus Terhadap Pertanggung Ganti Rugi Pada Doorsmeer Banda Aceh (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Niru Anita Sinaga dan Sulistrudatin, “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Vol 5, No. 2, 2018.
- Pauth, V. (2018). Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan jasa berdasarkan pasal 19 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *Lex Privatum*, 6(10).
- Rianti, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Hal Terjadinya *Shortweighting* Ditinjau dari Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol 6, No. 4, 2017.
- Rizky Amelia, Ilyas Sarbini, Adnan, dan Sukirman, “Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam E-commerce di Indonesia”, *FUNDAMENTAL: Jurnal Ilmiah Hukum*, Vol 12, No. 1, 2023.
- Rule, C. (2020). Online dispute resolution and the future of justice. *Annual Review of Law and Social Science*, 16(1), 277-292.
- Shobroni, S. (2020). Implementasi Penerapan Perlindungan Konsumen Dalam Gadai Syariah Dan Gadai Konvensional. ., 1(6), 773-788.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)
- Widijantoro, J., Widiyastuti, Y., Triyana, Y., & Wijaya, N. B. A. (2019). Hukum Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan di Era Otoritas Jasa Keuangan: Edisi Revisi
- Wiwik Pratiwi, “Negara Hukum, Pemenuhan Perlindungan Konsumen dan HAM (Telaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)”, *J-PeHI: Jurnal Penelitian Hukum Indonesia*, Vol 1, No. 1, 2020.
- Yanci Libria Fista, Aris Machmud dan Suartini, “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, *Binamulia Hukum*, Vol 12, No. 1, 2023.