



Aspek Hukum Tanggung Jawab Pihak Perantara Kepada Konsumen Dalam E-Commerce (Legal Aspects Of The Liability Of The Intermediate Parties To Consumers In E-Commerce)

Stella¹, Budiman Ginting², O.K.Saidin³, T.K.D Azwar⁴

^{1,2,3,4} Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Email: ¹stellafunz@gmail.com, ²budiman_ginting@yahoo.com, ³ok_saidin@yahoo.com,
⁴devizwar@yahoo.com

Abstrak

Aktivitas masyarakat dan pemerintah di seluruh dunia semakin bergerak melalui sistem elektronik. Peningkatan sistem teknologi informasi dalam pelaksanaan sistem perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) sudah terlaksanakan di Indonesia. Pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 telah mencapai sekitar 210 juta orang yang berhubungan erat dengan penggunaan *e-commerce*. Namun penyelenggara sarana perantara selaku pelaku usaha yang masih memiliki kelemahan dalam pengabaran informasi pemasaran yang tidak jelas bagi setiap konsumennya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif preskriptif. Data yang dianalisa adalah peranan tanggung jawab akibat kesalahan ataupun kelalaian dari pihak perantara kepada konsumen dalam informasi pemasaran melalui *e-commerce* penelitian ini menjelaskan adanya perantara *e-commerce* yang memberikan harga lebih tinggi dari harga pasar, adanya perantara *e-commerce* yang tidak mengirimkan barang yang sesuai dipilih oleh konsumen, dan perantara *e-commerce* tidak melakukan konfirmasi yang jelas kepada penjual atas pembayaran yang telah dilakukan oleh konsumen. Tanggung jawab hukum menjadi kewajiban utama bagi penyelenggara sarana perantara dalam *e-commerce* sehingga tidak menghambat perkembangan teknologi dan komunikasi bagi masyarakat. Pertanggungjawaban hukum dari penyelenggara sarana perantara *e-commerce* akibat segala kesalahan informasi pemasaran dalam media aplikasi kepada konsumen, semakin memerlukan keabsahan kontrak elektronik sebagai transaksi dalam *e-commerce* terlaksanakan dengan baik dan sah serta komunikasi tetap berjalan lancar kepada penjual sehingga pengiriman barang juga tidak memiliki kesalahan dari penjual kepada konsumen. Penerapan konsep tanggung jawab akibat segala kesalahan yang terjadi dari media aplikasi atau sistem elektronik sudah semakin dibutuhkan di Indonesia. Indonesia juga dapat menghasilkan pembangunan teknologi dan komunikasi yang meningkatkan perkembangan perekonomian nasional yang bermanfaat tidak hanya bagi masyarakat tetapi bagi pembangunan daerah.

Kata Kunci: E-commerce; Penyelenggara Sarana Perantara; Tanggung Jawab Kesalahan.

Abstract

The activities of citizens and governments are increasingly through electronic system around the worlds. Improvement of information technology through electronic commerce has been implemented in Indonesia. Internet users in Indonesia in 2022 have reached around 210 million people who are related to the using of e-commerce. However, intermediaries as business actors still have weaknesses in conveying uncertain marketing information to their consumers. The research method used the prescriptive normative. The data analyzed the presumed liability of intermediaries to consumers in marketing information through e-commerce. This study explains the existence of e-commerce intermediaries who provide prices higher than the market price, the existence of e-commerce intermediaries who do not send the

right goods that to be chosen by consumers, and e-commerce intermediaries aren't provided clear confirmation to the seller for payments made by consumer. Legal liability is the main obligation of e-commerce intermediary, so it showed the development of technology and communication for the community. The presumed liability of the intermediary e-commerce in the application media to consumers, increasingly requires the validity of electronic contracts as transactions in e-commerce are carried out properly and legally communication continues to run smoothly to the seller so that the delivery of goods also has no errors from the seller to the consumer. The application of the concept of presumed liability that occur from application media or electronic systems is increasingly needed in Indonesia. Indonesia can also produce technology and communication developments, that enhanced the development of the national economy in society.

Keywords: E-commerce; Intermediary; Presumed Liability.

PENDAHULUAN

Dalam era modernisasi sekarang, Indonesia yang menjadi pusat bisnis dari para masyarakat di seluruh dunia. Dalam kegiatan finansial, produksi, investasi dan perdagangan telah mengalami perubahan yang sangat besar, karena revolusi teknologi komunikasi dan informasi.¹ Hubungan perdagangan antara para pihak semakin saling memenuhi kebutuhan masyarakat yang terbentuk dari keunggulan pemasaran daerah masing-masing.²

Sistem telekomunikasi, media dan informatika yang semakin berbasiskan sistem elektronik telah terangkai melalui internet yang merupakan revolusi digital, baik dalam lingkup lokal, regional maupun global. Teknologi kompresi digital telah mendorong penciptaan baru layanan interaktif, layanan multimedia serta pengembangan broadband, sistem komunikasi dan informasi interaktif berkecepatan tinggi (*information superhighways*).³ Pelaksanaan pemasaran perdagangan yang ada dalam masyarakat semakin bersatu dengan dunia teknologi, maka pertumbuhan perekonomian masyarakat menjadi tidak konsekuensi. Keberadaan *cyber law* di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari adanya teknologi informasi dan komunikasi yang jelas sebagai bagian dari pembangunan nasional.

E-commerce semakin meningkatkan pengguna internet di Indonesia tahun 2022 yang mencapai sekitar 210 juta orang. Perkembangan teknologi telekomunikasi di tingkat internasional juga diikuti dengan peningkatan penggunaannya sebagai salah satu komoditas perdagangan, yang memiliki nilai komersial tinggi yang telah mendorong terjadinya berbagai kesepakatan multilateral.⁴ Perdagangan melalui sistem elektronik semakin berkembang dan memiliki hubungan yang harus jelas antara sesama pihak dalam pemasaran dan pembelian agar tidak terjadi perbuatan melawan hukum dalam perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia. Pembangunan nasional yang terbentuk dalam perdagangan melalui sistem elektronik menghasilkan pembangunan dalam perekonomian di Indonesia dan seluruh dunia. Kebijakan hukum menjadi sangat berpengaruh dalam *e-commerce* di Indonesia. Pluralisme hukum

¹ Dian Mega Arianti Renouw, *Perlindungan Hukum E-Commerce: Perlindungan Hukum Pelaku E-Commerce Di Indonesia, Singapura Dan Australis* (Yayasan Taman Pustaka, 2017).

² Venantia Sri Hadiaranti, *Langkah Awal Memahami Hukum Perdagangan Internasional Dalam Era Globalisasi* (Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atmajaya, 2019).

³ Danrivanto Budhijanto, "Peran Hukum Telekomunikasi Terhadap Implikasi Konvergensi Teknologi Informasi Dan Komunikasi," *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 1 (2014): 135–36.

⁴ Nurdiman Munir, *Pengantar Hukum Siber Indonesia* (Raja Grafindo Persada, 2017), 3.

semakin terbentuk untuk mendorong keseragaman hukum diantara para pihak. Pemerintah pusat juga berupaya mengontrol dan mereduksi pluralisme hukum, sehingga diperlukannya satu hukum nasional yang tunggal.⁵

Pertumbuhan perekonomian masyarakat yang tidak konsekuensi dapat menyebabkan persaingan bisnis dalam setiap kota, sehingga menimbulkan kompetisi yang semakin tajam. Dalam kesepakatan para pihak pada *e-commerce*, maka terdapat tiga alasan dasar yang dilaksanakan oleh penyelenggara sarana perantara perdagangan melalui sistem elektronik melalui media aplikasinya yang terbentuk dari *information technology* yang telah dikemukakan oleh O Brien dan Marakas yang merupakan 3 (tiga) peran vital sistem informasi agar dapat terbentuk untuk bisnis perusahaan terdiri dari:⁶

1. Mendukung proses bisnis dan operasi Seperti pelanggan, pertemuan sistem informasi secara tetap tersebut mendukung proses bisnis dan operasi pada banyak toko harga eceran. Untuk contoh, pasar harga eceran pun sekarang menggunakan sistem informasi komputer untuk membantu laporan pembelian pelanggan mereka, menjaga harus persediaan, pembayaran karyawan, membeli barang dagangan yang baru dan penilaian dalam gaya pada penjualan.
2. Mendukung pengambilan keputusan dari karyawan dan manajer Sistem informasi dapat membantu para manajer dan profesional bisnis lainnya membuat keputusan yang lebih baik. Untuk contoh, keputusan dalam mengatur pembelian kebutuhan untuk menambah atau menghentikan, atau apakah itu bentuk dari investasi yang mereka perlukan, akan khusus dari setelah satu analisis diberikan dari sistem informasi komputer. Oleh karena itu diperlukan juga pertanggungjawaban perusahaan dalam kerja setaip karyawan maupun manajernya dalam media aplikasi perdagangan melalui sistem elektronik.
3. Mendukung strategi untuk keunggulan bersaing Keuntungan strategi diatas persaingan, dibutuhkan media aplikasi yang menjadi inovasi dari teknologi informasi. Untuk contoh, manajemen pusat mungkin membuat satu keputusan untuk memasukkan kios melindungi keterampilan di seluruh pusat perdagangan, dengan saluran *website* perdagangan melalui sistem elektronik atau melalui media aplikasi untuk perdagangan *online*.

Bisnis perdagangan barang dan jasa yang menggunakan *e-commerce* terus mengembangkan strategi pemasaran hingga di tingkat kota termasuk Medan. Namun pengaruhnya kemajuan teknologi semakin meluas pada beragam tantangan potensial yang dihadapi oleh individu-individu bisnis dan masyarakat.⁷ Karakter dasar pemasaran melalui *e-commerce* dapat berlangsung sejalan dengan penjualan secara konvensional yang terlaksanakan di Kota Medan, maka diperlukan keabsahannya dalam perjanjian bisnis diantara para pihak sesuai syarat sah perjanjian dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (“KUHPerduta”). Dari kontrak bisnis ini, maka terbentuklah mekanisme perdagangan dunia yang semakin berkembang dari faktor globalisasi dunia sekarang. Dalam pelaksanaan *e-commerce* diperlukan konsep kepastian hukum sesuai pembangunan perekonomian masyarakat.

⁵ Lawrence M Friedman, *Sistem Hukum : Perspektif Ilmu Sosial* (Nusimedia, 2019), 282.

⁶ Ni Nyoman Alit Triani, “Penerapan Strategi It E-Commerce Sebagai Peningkatan Persaingan Bisnis Perusahaan,” *Akrual : Jurnal Akuntansi* 3, no. 2 .

⁷ Assafa Endeshaw, *Hukum E-Commerce Dan Internet Dengan Fokus Di Asia Pasifik* (Pustaka pelajar, 2007).

Kinerja transaksi komersial semakin meningkat melalui *e-commerce* yang memiliki 3 keunggulan khusus yaitu *accuracy*, *speed* dan *efficiency*. Perdagangan secara *e-commerce* dilaksanakan dengan adanya perikatan diantara para pihak secara tidak langsung sehingga membantu bagi pemerintah dalam anggaran pendapatan belanja daerah dari perpajakan pembelian secara *online*. Namun pihak penjual harus memasukkan harga pasar yang pasti penjualannya secara *e-commerce* sehingga dapat dihasilkan konsep perekonomian yang tepat.

Dalam perkembangan pemasaran perdagangan secara *e-commerce* sepatutnya menjamin segala promosi ataupun diskon penjualan yang telah diiklankan, sehingga harus dipastikan juga batas waktu diskon tersebut. Tetapi pihak penyelenggara sarana perantara *e-commerce* wajib memiliki tanggung jawab mutlak dalam transaksi dan komunikasi dengan konsumen di masyarakat. Pihak penjual *e-commerce* juga wajib bertanggung jawab dalam setiap keabsahan pelaksanaan transaksi pemasaran perdagangan agar pembangunan dan perkembangan globalisasi pada perekonomian kota tidak menurun. Uraian ini menyatakan tentang penerapan kewajiban utama tanggung jawab penyelenggara sarana perantara terhadap segala kesalahan ataupun perbuatan melawan hukum yang terjadi dalam hubungan hukum *e-commerce*.

Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dibahas dalam jurnal penelitian ini bagaimanakah pelaksanaan tanggung jawab penyelenggara sarana perantara terhadap segala kesalahan pada konsumen yang terjadi dalam hubungan hukum *e-commerce*.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode normatif preskriptif yang akan dikaji dari sistematika berdasarkan ketaatan pada struktur hukum secara hirarkis terhadap sebuah peristiwa hukum. Selain itu analisis yang dimaksudkan berdasarkan gambaran, fakta yang diperoleh akan dilakukan secara cermat bagaimana menjawab permasalahan.⁸ Sumber data penelitian berasal dari data sekunder. Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan melalui studi dokumen terhadap bahan kepustakaan yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Penelitian ini menganalisis tentang penerapan tanggung jawab dari kesalahan sebagai kewajiban utama penyelenggara sarana perantara dalam hubungan hukum *e-commerce* di Indonesia. Hal ini juga untuk menelaah kaidah-kaidah yang berlaku dalam masyarakat dalam *e-commerce* yang meningkatkan pembangunan perekonomian nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Pemasaran dalam *E-Commerce*.

Dalam perkembangan hukum Indonesia juga diamanatkan sesuai Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (“UUD NRI 1945”). Salah satu kota yang menjadi pusat bisnis adalah Kota Medan. Kota Medan semakin berpengaruh dalam perkembangan pemasaran perdagangannya bagi masyarakat kota yang sekarang dalam pelaksanaan *e-commerce*. Pemerintah kota tidak hanya mengurus dalam

⁸ Fajar Mukti and Yulianto Achmad, “Dualisme Penelitian Hukum: Normatif & Empiris” (Pustaka pelajar, 2010), 153.

hubungan perdagangan antar negara tetapi sudah menjamin terlaksananya transaksi elektronik tersebut. Hal ini dikarenakan kedudukan yang paling penting adalah peranan masyarakat yang akan berdampak dalam perkembangan hukum dan ekonomi dalam masyarakat kota.

Seiring dengan pergeseran aspek hukum kehidupan masyarakat kota dalam dunia digitalisasi tersebut, maka dapat terbentuk *e-commerce* antara para pelaku usaha dengan konsumen melalui prinsip-prinsip hukum dalam perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*). Prinsip-prinsip ini tidak hanya bermanfaat untuk menyelesaikan masalah-masalah baru dalam *e-commerce*, melainkan dapat membuka suatu bidang hukum baru bagi masyarakat. Kemanfaatan dari prinsip-prinsip *e-commerce* dapat menafsirkan aturan-aturan sejalan dengan prinsip-prinsip dalam perdagangan serta informasi dan transaksi elektronik. Kemajuan teknologi informasi inilah yang telah mengembangkan transformasi digital. Perkembangan transformasi digital telah membawa banyak perubahan terhadap semua sektor aktivitas bisnis yang selama ini telah dijalankan. Berkembangnya transformasi digital diiringi dengan perkembangan teknologi komputer, baik *software* maupun *hardware* telah berhasil mewujudkan suatu jaringan komputer terpadu yang bersifat global.⁹ Perkembangan transformasi digital telah menghasilkan pembangunan teknologi dan komunikasi yang bergerak dalam sistem ekonomi dan hukum di Indonesia.

Perkembangan internet telah diawali dengan proyek riset yang disponsori oleh Militer Amerika Serikat pada tahun 1960 bernama ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*). Proyek ini pada awalnya dimaksudkan untuk menciptakan komunikasi yang mempunyai daya pegas dan aman serta memungkinkan terciptanya koordinasi antar aktivitas militer.¹⁰ Pemberlakuan *e-commerce* yang terlaksana di Indonesia semakin meningkat sejak tahun 1999 dengan adanya internet. Pada masa abad 21 sekarang masuknya konsep green marketing dapat menjamin implementasi pemasaran *e-commerce* di Indonesia yang dapat menghasilkan suatu kepastian hukum, keadilan serta kemanfaatan utama dalam perdagangan antara para pihak. Di Indonesia, perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) sudah dilaksanakan sejak tahun 1996 melalui danya situs <http://www.sanur.com/> sebagai toko buku online pertama yang meningkat, tetap terbatas pada minoritas dari masyarakat Indonesia yang akrab dengan teknologi.¹¹ Dalam lapangan hukum perdata di Indonesia, *e-commerce* telah sepenuhnya “dikuasai” oleh hukum internasional. Keadaan hukum ini merupakan pertanda bahwa sistem hukum Indonesia adalah bagian yang tidak terpisahkan dari hukum internasional.¹² Selain terbentuknya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (“UU ITE”) namun memiliki hubungan erat dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (“UU Perdagangan”).

⁹ SusiloAndi, *Panduan Pintar Ekspor Impor* (Transmedia Pustaka, n.d.).

¹⁰ Sigid Suseno, *Yurisdiksi Tindak Pidana Siber* (Refika Aditama, 2012).

¹¹ Juwenie et al., “Consumer Protection in E-Commerce Transactions in Indonesia,” *Journal of Law, Policy and Globalization* 47 (2016): 132.

¹² Romli Atmasasmita, “Tiga Paradigma Hukum Dalam Pembangunan Nasional,” *Jurnal Hukum Prioris* 3, no. 1 (2012): 3.

2. Prinsip Pertanggungjawaban yang Menjadi Kewajiban Terpenting Bagi Penyelenggara Sarana Perantara dalam *E-Commerce*.

Kemajuan teknologi informasi sangat berhubungan erat dengan kesatuan dalam hukum teknologi, media dan informatika (telematika). Perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) mengalami peningkatan yang signifikan. Kedua *platform* berperan penting bagi para penggunanya, baik *mobile website* maupun *mobile application* memiliki kelebihan serta kekurangan masing-masing. Berikut adalah tabel perbandingan *mobile website* dengan *mobile application*.¹³

Tabel. Perbandingan *Mobile Website* dengan *Mobile Application*

<i>Mobile Website</i>	<i>Mobile Application</i>
<i>Mobile Website</i> lebih mudah diakses oleh semua perangkat <i>mobile</i> melalui <i>browser</i> .	Pengguna harus mengunduh <i>application</i> dari portal aplikasi terlebih dahulu.
Tidak bisa diakses jika perangkat tidak memiliki koneksi internet.	Memungkinkan untuk diakses saat perangkat tidak memiliki koneksi internet.
Biaya yang dibutuhkan untuk mengembangkan <i>mobile website</i> relatif terjangkau.	Pengembangan <i>mobile application</i> membutuhkan biaya yang cukup besar.
Website bisa dibagikan dengan mudah kepada sesama pengguna melalui tautan	<i>Mobile application</i> tidak bisa dibagikan kepada sesama pengguna.
Notifikasi baru bisa dilihat ketika pengguna membuka <i>website</i>	Fitur push notification pada <i>mobile application</i> yang akan muncul meskipun aplikasi tidak dibuka.
Pengguna tidak bisa menggabung fitur <i>smartphone</i> ke dalam <i>mobile website</i> .	Pengguna bisa menghubungkan fitur <i>smartphone</i> seperti kamera dan GPS dengan aplikasi.
Pengguna tidak bisa menggabung fitur <i>smartphone</i> ke dalam <i>mobile website</i> .	Konten <i>mobile application</i> terbatas mengikuti persetujuan dan aturan yang diberlakukan oleh portal aplikasi

Penggunaan *mobile application* ataupun *mobile website* untuk pemasaran perdagangan biasanya memiliki diskon atau promo besar yang dihadirkan dalam iklan-iklannya di kota-kota. Tetapi promo ini tidak sinkron dengan yang telah dinyatakan dalam *mobile application*. *Mobile application e-commerce* menjadi pihak penyelenggara sistem elektronik serta penyelenggara sarana perantara yang mengabarkan *e-commerce*, di mana telah hadir di kota Medan sekitar 50% sesuai dengan *mobile application e-commerce* di Indonesia. Hal ini terjadi dalam kasus yang menyatakan pada iklan *e-commerce* terdapat *voucher* besar untuk makan di restoran jika konsumen telah membelinya. Tetapi saat konsumen bertanya pada restoran tersebut dinyatakan pihak restoran tidak dapat menggunakan *voucher* itu, jika tidak ada pembayaran menggunakan kartu kredit. Semua ini dapat membuat pemasaran dalam *e-*

¹³ Sirlo, "7 Perbandingan Mobile Website Dengan Mobile Application," accessed June 21, 2022, , <https://www.sirclo.com/7-perbandingan-mobile-website-dengan-mobile-app/>.

commerce tidak selaras dengan kenyataan pada penjual yang menggunakan *e-commerce* di kota Medan, sehingga mobile application *e-commerce* harus berkewajiban bertanggung jawab mutlak memberikan komunikasi informasi atas validitasnya kepada konsumen. Apabila sering terjadinya hal ini, maka penggunaan *e-commerce* dapat berkurang.

Penyelenggara sarana perantara *e-commerce* dalam pemasaran barang dan/atau jasa harus jelas dan tepat bagi konsumen sehingga terbentuk pertumbuhan perekonomian nasional. Kondisi tunggal yang ditawarkan globalisasi turut mempengaruhi perkembangan praktek perdagangan dalam kemajuan teknologi, melalui pengembangan perdagangan tanpa tatap muka (*faceless trading*) dengan dukungan internet yang merupakan bagian teknologi komputer melalui sistem perdagangan bertransmisi elektronik.¹⁴

Konsumen juga sepatutnya memiliki kedudukan yang sejajar dengan penyelenggara sarana perantara perdagangan melalui sistem elektronik sehingga tidak ada perselisihan dan dapat diselesaikan secara damai, kemudian hukum dan peraturan tentang pengadilan dan prosedur pengadilan menjelaskan Langkah-langkah gugatan yang jelas dalam penyelesaian sengketa yang terjadi.¹⁵ *E-Commerce* tetap sesuai dengan perjanjian jual beli melalui sistem elektronik. Kontrak elektronik yang sebagai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik berperan sebagai salah satu jenis perjanjian, adalah paling dominan digunakan untuk membingkai bisnis yang terhampar dalam latar kehidupan sosial. Perjanjian jual beli *online* memiliki aturan utama sesuai Buku III KUH Perdata yang memiliki sifat terbuka dalam mengimbangi percepatan laju roda *e-commerce*.¹⁶

Dalam *e-commerce* ini maka sangat diperlukan keseimbangan kedudukan hukum antara penyelenggara sarana perantara dengan konsumen, sehingga hak dan kewajiban antara para pihak dapat semakin terbentuk secara jelas dan tepat menurut kepastian hukum di Indonesia. Kepastian hukum dapat terbentuk melalui kontrak elektronik sebagai transaksi elektronik maupun komunikasi dalam *e-commerce* antara konsumen dengan penjual melalui penyelenggara sarana perantara. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dinyatakan bahwa pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan secara tepat dan jelas kepada konsumen. Namun penyelenggara sarana perantara sepatutnya memiliki kewajiban tanggung jawab mutlak dalam menjamin keamanan keabsahan pemasaran dan komunikasi dalam *e-commerce*. Bila telah terjadi pembelian, maka dapat terbentuk kontrak elektronik antara perantara dan konsumen untuk transaksi *e-commerce*.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat menimbulkan adanya suatu gaya baru dalam sistem perdagangan. Beberapa tahun terakhir perdagangan melalui media internet semakin marak terjadi di Indonesia. Bahkan transaksi jual beli di media internet menggunakan media sosial seperti facebook atau alat komunikasi handphone sebagai alat pemasarannya yang paling utama sebagai media komunikasinya. Pada era globalisasi saat ini dalam suatu lingkungan masyarakat pasar bebas yang modern,

¹⁴ Ni Nyoman Ernita Ratnadewi, "The Practice of E-Commerce Is Regulated under Law Number 11 Year 2008," *Jurnal Ius* 2, no. 5 (2014): 385–86.

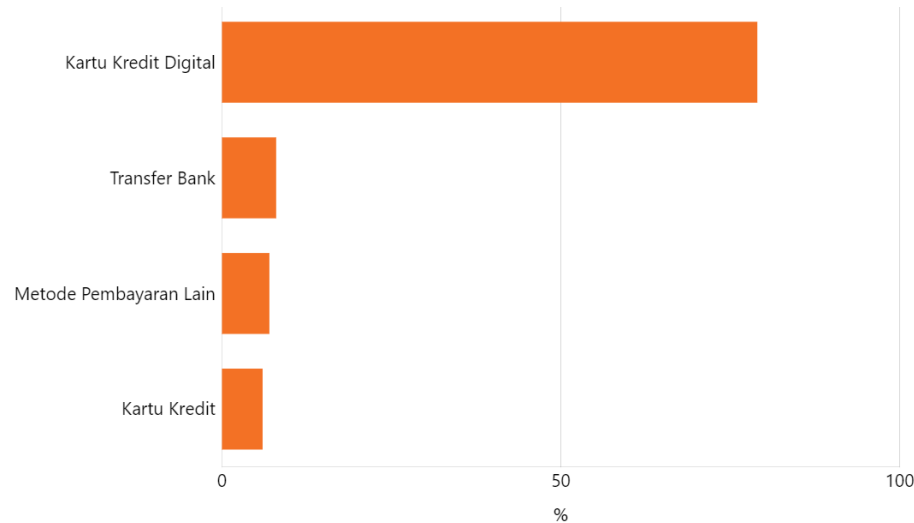
¹⁵ Clarkson Kenneth W, *Business Law (Text and Cases): Legal, Ethical, Global, and Corporate Environment- 12th Edition*, vol. 2 (Canada: Cengage Learning, 2012).

¹⁶ Moch Isnaeni, *Perjanjian Jual Beli* (PT Refika Aditama, 2016).

dimana hampir tidak memiliki batas-batas negara. Pada saat negara sudah hampir tidak memiliki batas, mempengaruhi lalu lintas perjalanan manusia dan transaksi perdagangan internasional. Dalam komunikasi dan cepatnya informasi serta kemajuan teknologi yang hadir di tengah-tengah masyarakat memerlukan kehadiran hukum ditengah-tengah masyarakat global. Fungsi hukum dalam komunitas masyarakat global tentunya sebagai aturan yang saling berinteraksi.¹⁷

E-Commerce ini berkembang pula sistem bisnis *virtual*, seperti *virtual store* dan *virtual company*, di mana pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet dan tidak lagi mengandalkan perusahaan konvensional yang nyata. Dalam rangka mengejar produktivitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumen tersebut yang menanggung dampaknya. Dari sebab itulah, perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting keberadaannya. Perlindungan konsumen dalam *e-commerce* terdapat juga pengaruh terhadap perekonomian dunia. Pertumbuhan *e-commerce* secara pesat dapat mengubah perilaku masyarakat dalam membeli barang dan jasa, sehingga membuat kredit digital semakin diminati.

Grafik: Metode Pembayaran dalam *E-Commerce*



Sumber: databoks¹⁸

Pengaruh-pengaruh dalam perekonomian memang tidak secara langsung berpengaruh terhadap nasionalisme. Akan tetapi secara keseluruhan dapat menimbulkan rasa nasionalisme terhadap bangsa menjadi berkurang atau hilang. Hal ini dikarenakan globalisasi mampu membuka cakrawala masyarakat kota secara global. Apa yang di luar kota tersebut terkadang dianggap baik, karena memberi aspirasi kepada masyarakat kita untuk diterapkan di kota Medan kita. Jika terjadi akan menimbulkan dilematis. Bila dipenuhi belum tentu sesuai di Indonesia. Bila tidak dipenuhi akan dianggap tidak aspiratif dan dapat bertindak anarkis sehingga

¹⁷ Samuel M.P Hutabarat, *Sistem Hukum, Globalisasi Dan Keabsahan Kontrak* (Depok: Rajawali pers, 2020).

¹⁸ Dwi H Jayani, "Kredivo: 79% Masyarakat Menggemari Kredit Digital," June 21, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/05/kredivo-79-masyarakat-menggemari-kredit-digital>.

mengganggu stabilitas nasional, ketahanan nasional bahkan persatuan dan kesatuan bangsa.¹⁹

Implementasi pemasaran *e-commerce* menjadi tidak sinkron disebabkan adanya perantara *e-commerce* yang memberikan informasi harga lebih tinggi dari harga pasar yaitu kasusnya pada tahun 2016 yang menyatakan Tokopedia memberikan harga lebih tinggi dari harga pasar, adanya penjual *e-commerce* yang tidak mengirimkan barang yang telah dibeli kepada pembeli online seperti kasus tahun 2017 yang menyatakan tidak adanya pengiriman barang dari OLX yang tidak sampai pada konsumen sehingga diperlukan tanggung jawab mereka, dan penjual *e-commerce* tidak melakukan konfirmasi atas pembayaran yang telah dilakukan oleh pembeli yaitu terjadi pada pembelian Deal Java Medan yang tidak pasti dalam penggunaan voucher pembayaran tersebut. Hal ini dapat berdampak buruk pada kepercayaan konsumen kepada penjual tetapi beresiko menghambat perkembangan ekonomi masyarakat.

Faktor-faktor utama untuk mengantisipasi dampak negatif globalisasi terhadap nilai-nilai nasionalisme. Antisipasi tersebut dilakukan dengan menumbuhkan semangat nasionalisme yang tangguh, menanamkan dan mengamalkan nilai-nilai Pancasila dengan sebaik-baiknya, menanamkan dan melaksanakan ajaran agama dengan sebaik-baiknya, mewujudkan supremasi hukum, menerapkan dan menegakkan hukum dalam arti yang sebenar-benarnya dan seadil-adilnya serta selektif terhadap pengaruh globalisasi di bidang politik, ideologi, ekonomi, sosial budaya bangsa.²⁰

Indonesia yang sudah menjadi negara pusat bisnis, sudah berkembang pelaksanaan perdagangan secara *e-commerce*. Pemasaran perdagangan melalui media aplikasi yang harus memiliki living law bagi masyarakat. Perdagangan melalui sistem elektronik menggunakan konsep green marketing, sehingga implementasi pelaksanaan pemasaran perdagangan dalam perjanjian diantara para pihak secara sah menurut UU ITE.

Pelaksanaan *e-commerce* juga harus sesuai peraturan yang ditetapkan. Walaupun terdapat pelaksanaan *e-commerce* antar negara tetap terbentuk, maka di setiap negara manapun diperlukan pertanggungjawaban mobile application agar tetap terpakai oleh setiap masyarakat antar negara dengan baik. Pihak aplikasi dinyatakan wajib bertanggung jawab dalam keabsahan dokumen elektronik tersebut. Dalam Pasal 16 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa penyelenggaraan sistem elektronik wajib memenuhi syarat minimum, yaitu:

- 1) Dapat menampilkan kembali informasi/dokumen elektronik secara utuh sesuai dengan masa retensi yang ditetapkan peraturan perundangundangan.
- 2) Dapat melindungi ketersediaan, keutuhan, keotentikan, kerahasiaan, dan keteraksesan informasi elektronik.
- 3) Dapat beroperasi sesuai dengan prosedur/petunjuk penyelenggara sistem elektronik.
- 4) Dilengkapi dengan prosedur/petunjuk yang diumumkan dengan bahasa, informasi, atau simbol yang dapat dipahami.
- 5) Memiliki mekanisme yang berkelanjutan untuk menjaga kebaruan, kejelasan, dan tanggung jawab pada prosedur/ petunjuk.

¹⁹ M Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia* (Yogyakarta: ANDI, 2010).

²⁰ Iman Sjahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik: Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Dan Hukum Siber* (Alumni, 2010).

Dalam hal ini penyelenggaraan sistem elektronik yang memenuhi syarat-syarat minimum bertujuan untuk mencegah segala perbuatan-perbuatan yang dilarang (melawan hukum).²¹ Kontinuitas dalam penerapan hukum ke teknologi informasi sebagai suatu keseluruhan memunculkan dua hal, baik perubahan perdagangan yang ditimbulkan oleh teknologi informasi dan peraturan yang menyangkut teknologi informasi dan teknologi. Keabsahan dalam pelaksanaan pemasaran perdagangan terbentuk dalam sifat subjektif dan objektif yang dinyatakan dalam Pasal 1320 KUHPerduta. Konsep green marketing juga patut diterapkan karena konsep ini menghadirkan kepastian hukum yang sah dalam pemasaran sesuai peraturan yang terbentuk. Proses transaksi *e-commerce* yang dilakukan dalam dunia bisnis perkotaan yang tidak ada pertemuannya antarpara pihak diperlukan bukti yang secara sah pada pengiriman bukti transaksi email konsumen, sehingga tidak ada aplikasi yang membuat penipuan bagi konsumen. Konfirmasi penjual dan pembeli dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Perjanjian yang terbentuk dalam ecommerce pada dasarnya dibuat berdasarkan kebebasan berkontrak para pihak. Prinsip-prinsip kebebasan untuk membuat kontrak atau perjanjian.

Semua ini dibentuk PBB melalui United Nations Commission on International Trade Law (“UNCITRAL”) Model Law untuk penyatuan hukum *e-commerce* menurut keadilan substantif. Model Law hanya memberikan perlindungan bagi para pihak dalam transaksi internasional tentang keabsahan transaksi dan tanda tangan digital. Transaksi *e-commerce* di wilayah regional Association of Southeast Asian Nations (“ASEAN”), diperlukan peraturan atau ketentuan khusus hukum kontrak yang harmonis dalam mendukung dan meningkatkan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik yang semakin berkembang di wilayah regional ASEAN.

Dalam *e-commerce* jika terjadi hal yang tidak konkret, maka pihak penyelenggara sarana perantara wajib bertanggung jawab kepada konsumen karena pengabaran kontrak elektronik yang telah terbentuk dari penyelenggara sarana perantara kepada konsumen. Sepatutnya penyelenggara sarana perantara yang telah berperan sebagai pelaku usaha wajib memiliki izin usaha dan kewajibannya pada konsumen dalam penawaran perdagangan melalui sistem elektronik. Keadilan dalam perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) harus memiliki 2 (dua) aspek yaitu:²²

- 1) Keadilan substantif. Kriteria hukum substantif yang adil, terbagi menjadi 6 (enam) kategori:
 - a) bahwa hukum didasari prinsip moral dengan tujuan mencegah perbuatan melawan hukum.
 - b) bahwa hukum itu memuat ikatan yurisdiksi para legislator, dengan pembatasan wewenang oleh sifat kodrat masyarakat yang dipercayakan pada pengelolaannya dan cita-cita kesejahteraan umum.
 - c) bahwa hukum itu harus dapat mendistribusikan beban dan privilege secara sama di antara subjek hukum dengan didasarkan atas kemampuan masing-masing subjek.

²¹ Dhanang Widijawan, *Dasar-Dasar Hukum Kontrak Bisnis : Transaksi Dan Sistem Elektronik (UU ITE Perubahan No.19/2016)* (CV Keni Media, 2017).

²² Panggabean Henry.P, *Penerapan Etika Hukum Bisnis Dalam Sistem Peradilan Indonesia* (Jakarta: Jalan Permata Aksara, 2019).

- d) bahwa hukum tidak boleh menghalangi hak-hak manusia, kecuali dalam hak-hak tertentu.
 - e) bahwa hukum itu dapat dijalankan baik-baik secara fisik maupun moral.
 - f) bahwa hukum itu harus berguna dan mendatangkan keuntungan bagi kesejahteraan umum.
- 2) Keadilan prosedural Kriteria hukum prosedural, dalam 4 (empat) kategori yaitu:
- a) bahwa hukum itu harus diundangkan (prinsip publisitas).
 - b) bahwa hukum itu tidak boleh bersifat pembalasan (retroaktif).
 - c) bahwa hukum itu harus koheren, tidak boleh ada pertentangan di dalamnya.
 - d) bahwa hukum itu memiliki kontinuitas.

Dalam *e-commerce* semakin terbentuk konsep *green marketing* yang dilaksanakan di kota Medan karena tanggung jawab mutlak perantara harus terlaksanakan secara jelas, sesuai yang dinyatakan dalam peraturan hukum perdata dan hukum dagang Indonesia dimaknai juga sebagai perwakilan untuk pemasaran. Perwakilan ini mencakup makna yang bersumber dari undang-undang yang menyangkut dalam keagenan tersebut. Jika dibandingkan dengan sistem hukum *Common Law* perwakilan yang bersumber dari undang-undang, sebagaimana dilakukan oleh orang tua terhadap anak yang belum dewasa tidak termasuk *intermediary* akan tetapi termasuk bidang trust.²³ *Intermediary* dapat dinyatakan mencakup semua peraturan kita, sebagaimana yang dinyatakan dalam perjanjian *lastgeving* (pemberian kuasa) dari KUH Perdata ditambah dengan peraturan perihal makelar dari KUH Dagang.

Namun demikian kemajuan dalam bidang perekonomian kota Medan membawa lahirnya berbagai ragam hukum *e-commerce* yang terbentuk melalui tanggung jawab mutlak perantara *e-commerce* menghadirkan konsep *green marketing* juga berasal dari sistem *Common Law*. Hal ini membentuk suatu penggunaan keseimbangan kedudukan para pihak. Perjanjian yang terbentuk melalui asas kebebasan berkontrak, sebagaimana secara implisit dinyatakan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata, memungkinkan para pihak menciptakan hubungan hukum baru. Oleh karena perjanjian antarpada pihak untuk pemasaran perdagangan secara *e-commerce* tidak mengandung cacat hukum. Hal ini juga menjamin konsep *green marketing* para penjual dapat dilaksanakan secara terbuka untuk umum.²⁴

Dalam setiap bentuknya, maka kontrak elektronik dilaksanakan penyelenggara sarana perantara perdagangan melalui sistem elektronik kepada konsumen untuk terlihat pembuktian transaksi perdagangan. Dengan demikian kebebasan para pihak menentukan isi kontrak elektronik dibatasi oleh undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum. Asas kebebasan dalam kontrak elektronik harus dilaksanakan dengan asas itikad baik sesuai dengan Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata. Dalam hukum Romawi itikad baik disebut "*bona fides*" artinya kedua belah pihak harus berlaku yang satu terhadap yang lain seperti yang patut di antara orang-orang yang sopan, tanpa tipu daya,

²³ Budi Santoso, *Keagenan (Agency) : Prinsip-Prinsip Dasar, Teori, Dan Problematika Hukum Keagenan* (Bogor: Ghalia Indonesia, n.d.).

²⁴ Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori Dan Analisa Kasus* (Jakarta: Kencana, 2008).

tanpa tipu muslihat, tanpa mengganggu pihak lain, tidak dengan melihat kepentingan sendiri saja, tetapi juga melihat kepentingan pihak lain.²⁵

Dasar utama yang terbentuk adalah perjanjian *e-commerce* di antara para pihak yang dilaksanakan perantara *e-commerce* dalam transaksi dan perusahaan *provider* yang menjamin jaringan internet yang baik pada perjanjian *e-commerce* tersebut. Namun para konsumen harus berhati-hati dalam melakukan transaksi lewat internet. Persoalan tersebut antara lain menyangkut masalah mekanisme pembayaran (*payment mechanism*) dan jaminan keamanan dalam bertransaksi (*security risk*).²⁶ Adanya konsep *green marketing* dalam transaksi elektronik dan dokumen elektronik, maka setidaknya kegiatan *e-commerce* mempunyai basis legalnya dan memberikan perlindungan terhadap konsumen yang bertransaksi *e-commerce* karena berpengaruh dalam perkembangan perekonomian masyarakat. Bila terjadi hal yang tidak konkrit dalam transaksi *e-commerce* tersebut maka mobile application dari *e-commerce* harus wajib bertanggung jawab kepada konsumen tersebut.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (“UU PK”) Pasal 1 angka 1 dinyatakan bahwa “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan bagi konsumen”. Prinsip kepastian hukum yang dianut oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perekonomian telah terbukti. Apabila terjadi tidak sinkron antara pihak konsumen dengan perantara *e-commerce*, maka diperlukan pertanggungjawaban mutlak dari perantara *e-commerce*. Hal ini juga menjamin keabsahan *e-commerce* yang jelas dalam kebutuhan konsumen. Pelaksananya terintegrasi dengan kerangka *e-commerce* global yang dapat terlaksana secara fleksibel juga netral dalam teknologi. Adanya penyesuaian diri dengan lingkungan global yang berubah-ubah dan transparansi menyebabkan kemampuan untuk dapat diramalkan dari undang-undang. Tujuan utama prinsip ini mengikuti perkembangan dimanapun yang mempertahankan fleksibilitas.

Pada penggunaan *e-commerce* dalam pelaksanaan jual beli barang kebutuhan maupun jasa, maka dipatutkan ada pemasaran perdagangan yang lebih konsekuen dalam menjamin kualitas penjualan. Pihak perantara maupun penjual yang melaksanakan *e-commerce* harus menjamin informasi pemasaran yang jelas yang menyatakan transaksi penjualan yang sah antara para pihak. Jika perantara mengiklankan promosi penjualannya pada konsumen, maka pihak perantara harus menjamin penggunaan promosi dengan batas waktunya. Hal ini diperlukan agar tidak terjadi sinkronisasi dalam penggunaan *e-commerce* di Indonesia. Konsep tanggung jawab dalam informasi pemasaran yang jelas menjadi konsep utama untuk dapat perkembangan *e-commerce* menjadi lebih berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat. Konsep tanggung jawab ini dapat menghasilkan pembangunan teknologi dan komunikasi yang berkualitas bagi masyarakat seluruh dunia. Pada hakikatnya perjanjian juga merupakan wadah yang mempertemukan kepentingan satu pihak dengan pihak lain menuntut bentuk pertukaran kepentingan yang adil. Keadilan juga telah menjadi bagian terpenting terbentuknya suatu keseimbangan kedudukan di antara

²⁵ Y.Sogar Simamora, *Hukum Kontrak: Kontrak Pengadaan Barang Dan Jasa Pemerintah Di Indonesia* (Surabaya: Laksbang Justitia, 2003).

²⁶ Ahmad M Ramli, *Cyberlaw Dan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Sistem Hukum Indonesia* (Bandung: PT.Refika Aditama, 2006).

pihak penjual dan konsumen yang melaksanakan pembelian, sehingga pertanggungjawaban dari pihak penjual dapat sesuai menurut peraturan yang berlaku.²⁷

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Indonesia sebagai pusat bisnis juga berpengaruh dalam perkembangan informasi pemasaran perdagangannya bagi masyarakat yang sekarang digunakan melalui *e-commerce*. Pemerintah kota tidak hanya mengurus dalam hubungan perdagangan antar negara tetapi sudah menjamin terlaksananya transaksi elektronik tersebut. Namun pelaksanaan *e-commerce* terjadi tidak sinkron terlihat dalam masyarakat maka adanya perantara *e-commerce* yang memberikan harga lebih tinggi dari harga pasar, adanya perantara *e-commerce* yang tidak mengirimkan barang yang telah dibeli kepada pembeli *online*, dan perantara *e-commerce* tidak melakukan konfirmasi atas pembayaran yang telah dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, konsep tanggung jawab informasi pemasaran dan kontrak elektronik semakin diperlukan menjadi konsep utama bila ada kesalahan penyelenggara sarana perantara *e-commerce*. Selain itu diperlukan pembentukan itikad baik dalam *e-commerce* antara penyelenggara sarana perantara perdagangan dengan konsumen, sehingga hambatan-hambatan yang sering terjadi dalam *e-commerce* dapat terhapuskan. Peraturan hukum dalam perdagangan melalui sistem elektronik harus semakin terbentuk secara riil dan terbuka bagi semua pihak. Namun tetap diutamakan pertanggungjawaban hukum penyelenggara sarana perantara *e-commerce* kepada konsumen untuk mencegah segala hambatan yang terjadi.

Saran

Hambatan *e-commerce* akibat kesalahan penyelenggara sarana perantara sangat diperlukan tanggung jawab yang jelas dari perantara sebagai media aplikasi sehingga kontrak elektronik dapat berjalan lancar dan tidak ada kesalahan dalam *e-commerce*. Kebijakan pemerintah semakin diperlukan untuk mengatur regulasi yang jelas dalam mempertahankan kewajiban bertanggung jawab dari penyelenggara sarana perantara *e-commerce*. Para pihak perdagangan melalui sistem elektronik juga sudah semakin jelas untuk bertanggung jawab dalam setiap kesalahan yang terjadi. Walaupun penyelenggara sarana perantara melalui media aplikasi mengabarkan pemasaran, namun kejelasan iklan dan kontrak elektronik harus terbentuk sehingga para konsumen tetap dapat menggunakan perkembangan teknologi dengan hukum yang jelas dan konkret.

- 1) Penyelenggaraan dan pengaturan pelaksanaan otonomi daerah di bidang pelayanan umum di kota Bekasi dilaksanakan oleh pemerintah daerah dalam rangka penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan pemerintah daerah sesuai dengan ketentuan. Dalam Keputusan Walikota Bekasi Nomor: 700/Kep.103-DPMPTSP/V/2017 tentang Kode Etik Aparatur Khusus Di Bidang Penanaman Modal, Pelayanan dan Perkantoran Terpadu Satu Pintu.
- 2) Upaya pelayanan publik khususnya pelayanan perizinan di Kota Bekasi didasarkan pada prinsip transparansi pelayanan dalam Pelayanan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Kota Bekasi yaitu;

²⁷ Latifah Hanim, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam *E-Commerce* Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi" 1, no. 2 (2014): 2.

- a) Keterbukaan proses pelayanan,
- b) Pelayanan Izin Usaha Perdagangan atau SIUP, dilakukan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko dan Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Perizinan Sebagai Perpanjangan/ kreasi/kreativitas/kreasi baru dalam pelayanan publik.

Daftar Pustaka

- Atmasasmita, Romli. “Tiga Paradigma Hukum Dalam Pembangunan Nasional.” *Jurnal Hukum Prioris* 3, no. 1 (2012): 3.
- Budhijanto, Danrivanto. “Peran Hukum Telekomunikasi Terhadap Implikasi Konvergensi Teknologi Informasi Dan Komunikasi.” *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 1 (2014): 135–36.
- Endeshaw, Assafa. *Hukum E-Commerce Dan Internet Dengan Fokus Di Asia Pasifik*. Pustaka pelajar, 2007.
- Friedman, Lawrence M. *Sistem Hukum : Perspektif Ilmu Sosial*. Nusimedia, 2019.
- Hadiarianti, Venantia Sri. *Langkah Awal Memahami Hukum Perdagangan Internasional Dalam Era Globalisasi*. Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atmajaya, 2019.
- Hanim, Latifah. ““Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi”” 1, no. 2 (2014): 2.
- Henry,P, Panggabean. *Penerapan Etika Hukum Bisnis Dalam Sistem Peradilan Indonesia*. Jakarta: Jalan Permata Aksara, 2019.
- Hutabarat, Samuel M.P. *Sistem Hukum, Globalisasi Dan Keabsahan Kontrak*. Depok: Rajawali pers, 2020.
- Isnaeni, Moch. *Perjanjian Jual Beli*. PT Refika Aditama, 2016.
- Jayani, Dwi H. “Kredivo: 79% Masyarakat Menggemari Kredit Digital,” June 21, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/05/kredivo-79-masyarakat-menggemari-kredit-digital>.
- Juwenie, J Sumardi, Miru A, and Hasbir Paserangi. “Consumer Protection in E-Commerce Transactions in Indonesia.” *Journal of Law, Policy and Globalization* 47 (2016): 132.
- Kenneth W, Clarkson. *Business Law (Text and Cases): Legal, Ethical, Global, and Corporate Environment- 12th Edition*. Vol. 2. Canada: Cengage Learning, 2012.
- Mukti, Fajar, and Yulianto Achmad. “Dualisme Penelitian Hukum: Normatif & Empiris,” 153. Pustaka pelajar, 2010.
- Munir, Nurdiman. *Pengantar Hukum Siber Indonesia*. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Ramli, Ahmad M. *Cyberlaw Dan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: PT.Refika Aditama, 2006.
- Ratnadewi, Ni Nyoman Ernita. “The Practice of E-Commerce Is Regulated under Law Number 11 Year 2008.” *Jurnal Ius* 2, no. 5 (2014): 385–86.
- Renouw, Dian Mega Arianti. *Perlindungan Hukum E-Commerce : Perlindungan Hukum Pelaku E-Commerce Di Indonesia,Singapura Dan Australis*. Yayasan

- Taman Pustaka, 2017.
https://books.google.co.id/books/about/Perlindungan_hukum_e_commerce.html?id=FURFswEACAAJ&redir_esc=y.
- Santoso, Budi. *Keagenan (Agency) : Prinsip-Prinsip Dasar, Teori, Dan Problematika Hukum Keagenan*. Bogor: Ghalia Indonesia, n.d.
- Simamora, Y.Sogar. *Hukum Kontrak: Kontrak Pengadaan Barang Dan Jasa Pemerintah Di Indonesia*. Surabaya: Laksbang Justitia, 2003.
- Sirlo. ““7 Perbandingan Mobile Website Dengan Mobile Application.” Accessed June 21, 2022. , <https://www.sirclo.com/7-perbandingan-mobile-website-dengan-mobile-app/>.
- Sjahputra, Iman. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik : Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Dan Hukum Siber*. Alumni, 2010.
- Suharnoko. *Hukum Perjanjian: Teori Dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Suseno, Sigid. *Yurisdiksi Tindak Pidana Siber*. Refika Aditama, 2012.
- SusiloAndi. *Panduan Pintar Ekspor Impor*. Transmedia Pustaka, n.d.
- Suyanto, M. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI, 2010.
- Triani, Ni Nyoman Alit. “Penerapan Strategi It E-Commerce Sebagai Peningkatan Persaingan Bisnis Perusahaan.” *Akrual : Jurnal Akuntansi* 3, no. 2 (n.d.): 209–24.
- Widijawan, Dhanang. *Dasar-Dasar Hukum Kontrak Bisnis : Transaksi Dan Sistem Elektronik (UU ITE Perubahan No.19/2016)*. CV Keni Media, 2017.