

PERLINDUNGAN KONSUMEN TRANSFORMASI DIGITAL DI ERA REFORMASI INDUSTRI 4.0

Wilma Silalahi¹, Enjelina Sibatuara² & Natasha Olivia Aliza³

¹Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: wilmasilalahi@fh.untar.ac.id

²Program Studi Sarjana Hukum, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: enjelina.205210232@stu.untar.ac.id

³Program Studi Sarjana Hukum, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: natasha.205210241@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

Changes in developments in the industrial era 4.0 along with digital reforms have brought significant changes in human life, mindset and activities. The changes that occur provide benefits as well as the emergence of various risks. Humans are guided to be able to continue to innovate and be creative in order to coexist with technological developments. Even this change occurs not only in the economic sector, but in all aspects of human life. Since the Covid-19 pandemic, all human activities have been shifted online. This study uses normative legal research methods with a focus on secondary data in the form of laws and regulations as a literacy study. In trade, consumer protection is regulated in Law 8/1999. Today the use of technology as a result of digital transformation has made buying and selling online dominating compared to the previous year. Thanks to the convenience offered in buying and selling online, of course there are risks. Based on the results of this study, it was found that Law 8/1999 in the era of Industry 4.0 reform had not been able to accommodate consumer rights. It is considered that the occurrence of defaults in buying and selling is still very common, coupled with the existence of digital transformation which will continue to develop in the future. To anticipate the risks that occur, it is necessary to change the legal umbrella for consumer protection which is expected to provide certainty and accommodate all aspects related to the rights and obligations of consumers and business actors.

Keywords: Digital transformation, economy, consumer protection, industrial reform 4.0

ABSTRAK

Perubahan perkembangan dalam era industri 4.0 bersamaan dengan terjadinya reformasi digital memberikan perubahan yang signifikan dalam kehidupan, pola pikir serta aktivitas manusia. Perubahan yang terjadi memberikan manfaat sekaligus kemunculan berbagai resiko. Manusia dituntut agar dapat terus berinovasi dan kreatif untuk dapat hidup berdampingan dengan perkembangan teknologi. Perubahan ini pun terjadi bukan hanya dalam sektor ekonomi, melainkan dalam semua aspek kehidupan manusia. Semenjak pandemi covid-19 semua aktivitas manusia dialihkan ke *online*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan fokus pada data sekunder berupa peraturan perundang-undangan sebagai studi literasi. Dalam perdagangan, perlindungan konsumen diatur dalam UU 8/1999. Dewasa ini penggunaan teknologi sebagai akibat dari transformasi digital menjadikan jual beli secara *online* mendominasi dibandingkan tahun sebelumnya. Berkat kemudahan yang ditawarkan dalam jual beli *online* tentu saja mempunyai resiko. Berdasarkan hasil penelitian ini mendapati bahwa UU 8/1999 di era reformasi Industri 4.0 belum dapat mengakomodir hak konsumen. Terjadinya wanprestasi dalam jual beli dinilai masih sangat sering terjadi, ditambah dengan adanya *digital transformation* yang ke depannya akan terus berkembang. Untuk mengantisipasi resiko yang terjadi, diperlukan adanya perubahan atas payung hukum terhadap perlindungan konsumen yang diharapkan dapat memberikan kepastian dan mengakomodir semua aspek yang berkaitan dengan hak maupun kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Kata Kunci: Transformasi digital, ekonomi, perlindungan konsumen, reformasi industri 4.0

1. PENDAHULUAN

Perkembangan era revolusi industri dimulai dari era industri 1.0 sampai dengan era industri 4.0 memberikan perubahan yang sangat signifikan. Perkembangan ini membuat era digital semakin berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman serta mengikuti kebutuhan manusia. Era reformasi 4.0 berfokus kepada peningkatan teknologi. Penggunaan teknologi pada era ini sangat berpengaruh terhadap tatanan kehidupan masyarakat. Perkembangan teknologi memberikan kemudahan pada manusia, salah satunya adalah munculnya berbagai toko *online* dan *e-commerce*, serta aplikasi-aplikasi yang membantu dalam transaksi pembayaran (Tarantang et al., 2019).

Dalam era industri 4.0, pekerjaan manusia sudah banyak mengalami perubahan, perkembangan era ini membuat manusia juga menjadi masyarakat yang *socially 5.0*, yaitu dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat semuanya beralih ke arah yang lebih baik dan lebih cepat. Penggunaan teknologi era saat ini lebih dominan dibandingkan era sebelumnya, dengan adanya transformasi digital. Transformasi digital merupakan bagian dari perubahan-perubahan yang didasari dengan pertumbuhan digital yang terjadi di semua aspek kehidupan manusia.

Perubahan yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi berpengaruh pada kebiasaan dan tingkat pola pikir manusia serta interaksi antar manusia (Ismantara & Prianto, 2022). Dewasa ini tingkat penggunaan teknologi berada di tingkat tertinggi. Hal ini didasari dengan banyaknya kebutuhan manusia yang menggunakan teknologi. Apalagi semenjak pandemi *covid-19* memaksa semua beralih secara daring (*online*). Banyak aktivitas dihentikan guna mencegah peningkatan tertularnya *covid-19*. Semua negara terkena dampaknya dan semua sektor juga mengalami perubahan ke arah teknologi. Pengaruh *covid-19* ini tidak hanya dialami oleh pebisnis namun juga semua bidang, yaitu bidang ekonomi, politik, hukum, bahkan bidang pendidikan semuanya beralih menggunakan *online*. Tak dapat dipungkiri bahwa perkembangan era digital sangat berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan dalam sektor bisnis, hal ini didasari oleh inovasi dan jangkauan yang diberikan oleh internet lebih luas dibandingkan menggunakan perdagangan secara konvensional. Selain toko *online platform* seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Tiktok* yang merupakan *platform* yang berfungsi sebagai penghubung komunikasi antara penjual dan pembeli. Jangkauan yang disediakan bukan hanya berasal dari dalam negeri juga berasal dari mancanegara (Ramli et al., 2020).

Namun penggunaan teknologi selain memberikan manfaat nyata juga memberikan dampak negatif yang harus tetap diantisipasi. Perubahan yang terjadi dikarenakan transformasi digital selain memberikan dampak positif terhadap ekonomi, ternyata juga berdampak negatif, yaitu mempunyai resiko buruk, sehingga dibutuhkannya payung hukum untuk melindungi para pengguna teknologi digital. Semakin mudah mendapatkan informasi maka semakin tinggi tingkat penyalahgunaan informasi tersebut. Terkhusus bagi konsumen yang melakukan pembelian secara *online* harus tunduk pada aturan yang dibuat oleh pedagang (Novita & Santoso, 2021). Umumnya, sebelum melakukan pembelian di toko *online*, pembeli atau konsumen harus terlebih dahulu memasukan data yang dibutuhkan seperti alamat pengiriman dan lain-lain. Dikarenakan pembelian dilakukan secara *online* terkadang konsumen menerima barang yang sudah rusak dan tidak sesuai dengan spesifikasi yang dipromosikan. Selain itu, kendala yang umumnya dialami konsumen, antara lain pengiriman barang yang tidak sesuai atau bahkan terjadi penipuan (perbuatan kebohongan) yang jelas-jelas merugikan konsumen. Banyak penjual saat ini tidak bertanggung jawab dan melimpahkan kesalahannya kepada kurir.

Pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pedagang terkadang tidak ada (tidak bertanggungjawab).

Selain dari kurangnya pertanggungjawaban pedagang, peran *influencer* sebagai orang yang mempromosikan produk di media sosial sangat penting mengingat bahwa era saat ini, selain membuat kualitas produk harus terjamin tingkat penjualannya, juga dipengaruhi oleh *influencer* yang diajak untuk bekerjasama. Umumnya, produsen atau *brand* akan melakukan *endorse influencer* yang memiliki *followers* banyak dan berpengaruh. Sebagai contoh, belakangan ini dikabarkan terkait permasalahan yang dialami oleh Dr. Richard Lee dengan salah satu *influencer* terkenal. Dalam video yang di unggah oleh Dr. Richard Lee dijelaskan bahwa produk yang dipromosikan oleh Kartika Putri mengandung bahan yang tidak seharusnya ada dalam produk kecantikan tersebut. Karena dinilai dapat memberikan efek bahaya bagi pengguna. Terkait kasus tersebut muncul pertanyaan. Bagaimana dengan produk yang sudah beredar? Apakah produsen dari *brand* tersebut akan memberikan pertanggungjawaban? Sejauh ini hingga kasusnya berakhir belum ada pertanggungjawaban dari pihak pemilik *brand* tersebut. Sehingga, dengan kejadian ini membuat banyak konsumen yang dirugikan.

Lantas bagaimana perlindungan hukum yang diberikan oleh negara terhadap para konsumen guna mengantisipasi kejadian tersebut. Sebagai negara hukum, Indonesia berkewajiban untuk menciptakan masyarakat yang sejahterah, adil, dan memberikan perlindungan hukum, serta ikut ambil bagian dalam ketertiban dunia seperti yang dikehendaki oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) alinea Keempat. Sehingga, Pemerintah memberlakukan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952 (selanjutnya disebut UU ITE). Undang-Undang ini dibuat untuk mengantisipasi terjadinya penyalahgunaan informasi dan transaksi jual/beli yang berkaitan dengan transaksi elektronik. Selain UUD 1945, Pancasila juga ikut mewarnai perkembangan hukum di Indonesia karena Pancasila merupakan *rechtsidee* (Tumbel et al., 2020). Di samping itu, perlindungan konsumen secara terkhusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821 (selanjutnya disebut UU 8/1999).

Transformasi digital era 4.0 tentu saja memberikan pengaruh terhadap perlindungan konsumen yang sudah ada sejak lama. Undang-Undang yang berlaku saat ini dinilai belum dapat mengakomodir semua aspek hukum. Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk membahas lebih dalam terkait apakah penerapan payung hukum terhadap perlindungan konsumen terhadap transformasi di era reformasi 4.0 sudah dapat mengakomodir kebutuhan dan perlindungan konsumen.

Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan konsumen transformasi digital di era reformasi industri 4.0.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian hukum normatif dengan menggunakan data sekunder sebagai bahan utama dalam penelitian, yaitu berupa peraturan perundang-undangan yang digunakan sebagai studi literatur. Sebagai

konsekuensi digunakannya hukum normatif dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan hasil kajian dari penelitian-penelitian sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Payung Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Transformasi di Era Reformasi 4.0. Pada negara maju penerapan transformasi digital sudah mulai berkembang mengikuti kemajuan teknologi pada era sekarang. Negara maju mulai berlomba-lomba untuk meng-*upgrade* sistem teknologi mengingat pertumbuhan ekonomi akan terus berlangsung. Sehingga, kedepannya masyarakat akan hidup berdampingan dengan teknologi. Penetapan sistem transformasi digital pertama kali dilakukan oleh negara Jepang pada tahun 2017, mengingat bahwa negara tersebut merupakan salah satu negara maju yang tingkat perkembangan teknologinya melesat tinggi.

Digital Transformation merupakan sebuah perubahan dari sistem manual ke sistem digital dengan menggunakan bantuan teknologi yang berfungsi untuk meringankan pekerjaan manusia. Penerapan *digital transformation* tentu saja berpengaruh besar baik bidang pendidikan, ekonomi bahkan politik (Danuri, 2019). Kemunculan digital transformasi di era reformasi 4.0 membawa perubahan yang signifikan dalam keberlangsungan manusia. Manusia juga dituntut untuk bisa sebagai masyarakat 5.0 guna mengimbangi perkembangan industri 4.0. Banyak isu yang mengatakan bahwa perkembangan teknologi semakin tinggi memungkinkan manusia akan bersaing dan banyak pekerjaan manusia yang akan digantikan oleh mesin berbasis teknologi. Untuk itulah masyarakat dituntut untuk dapat menjadi masyarakat 5.0 yang memiliki inovasi dan kreativitas untuk dapat hidup berdampingan dengan teknologi.

Sejak pandemi covid-19 pada tahun 2020 yang melanda hampir seluruh negara-negara di dunia, memaksa semua aktivitas manusia beralih menggunakan perangkat teknologi. Berdasarkan data IDG *research* pada Juli 2020, terdapat 59% (lima puluh sembilan persen) dari 373 (tiga ratus tujuh puluh tiga) ahli menyebutkan bahwa pandemi *covid-19* salah satu cara yang mempercepat tingkat pencapaian transformasi digital (Yulies, 2021). Sementara, dalam bidang ekonomi perdagangan jual beli, perlindungan konsumen dibutuhkan untuk melindungi hak konsumen dan mendapatkan kepastian hukum. Sebagai negara hukum, perlindungan konsumen diatur dengan jelas dalam UU 8/1999 yang merupakan upaya payung hukum dalam mengantisipasi permasalahan yang timbul terkait perlindungan konsumen. Selain UU 8/1999, negara juga mengeluarkan UU 19/2016 dalam bidang jual beli.

Keberhasilan dalam dunia ekonomi memang tidak pernah lepas dari pemanfaatan teknologi. Namun pemanfaatan teknologi selain memberikan manfaat yang luas juga menghadirkan resiko yang harus diwaspadai, terutama dalam posisi sebagai konsumen. Kemungkinan besar kejahatan seperti penipuan dapat saja terjadi karena semua dilakukan secara *online* bahkan untuk transaksinya dilakukan secara digital dengan memanfaatkan *platform* aplikasi yang telah disediakan seperti *mobile banking*, dana, ovo, atau pembayaran yang telah disediakan oleh aplikasi belanja *online* seperti *gopay* yang terhubung langsung dengan tokopedia atau *shopee pay* yang terhubung dengan aplikasi *Shopee*. Dari 2 (dua) contoh *platform* yang memanfaatkan aplikasi digital tersebut ternyata masih banyak aplikasi *online* lainnya.

Untuk mendukung perkembangan transformasi digital dalam era industri 4.0 dengan masyarakat 5.0 terhadap perkembangan digitalisasi yang berkembang sangat cepat dalam

dunia bisnis guna menciptakan sebuah kondisi ekonomi yang sehat, kondusif, dan aman, masyarakat juga harus memiliki pengetahuan yang dapat mendukung perkembangan digital. Tanpa terkecuali, baik pemilik usaha ataupun konsumen harus mengerti dan paham akan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak agar dalam pelaksanaannya dapat menghindari terjadinya pelanggaran hukum yang mengakibatkan salah satu pihak merasa dirugikan.

Dalam praktiknya penggunaan *platform* digital sebagai tempat jual beli, konsumen seringkali menjadi korban yang dirugikan karena adanya kecurangan dan tidak terpenuhinya syarat sah dalam jual beli. Hal ini mengakibatkan adanya wanprestasi antar pedagang dengan konsumen. Biasanya konsumen tidak menerima barang atau produk sesuai dengan barang yang dibeli. Di negara maju perlindungan terhadap konsumen tentu saja sudah lebih mengakomodir dan lebih dapat memberikan perlindungan kepada konsumen. Meskipun sebenarnya dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843, yang telah diubah dengan UU 19/2016 memiliki jangkauan yurisdiksi yang lebih luas, dikarenakan jangkauan Undang-Undang ini bukan hanya berlaku di Indonesia melainkan di luar wilayah hukum Indonesia. Berdasarkan UU 8/1999, bentuk perlindungan konsumen diatur dalam Bab III sampai Bab IX (Abdullah & Ramadhan, 2022).

UU 8/1999 merupakan sebuah upaya untuk menjamin dan memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Namun berdasarkan praktik di lapangan, hak-hak yang dijelaskan dalam Pasal 4 UU 8/1999 belum dapat terpenuhi secara utuh. Dari sekian banyak hak-hak konsumen yang diatur dalam UU 8/1999 terkait kompensasi dan ganti rugi, merupakan keadaan yang paling sering dilanggar oleh pedagang, hal ini bertentangan dengan pertanggungjawaban pelaku usaha sebagaimana yang diatur dalam Pasal 19 UU 8/1999. Selain itu, terkadang kesalahan dalam hal pengiriman barang, pedagang tidak mau melakukan *refund* produk apalagi dalam hal ini biaya ongkirnya diberatkan kepada konsumen. Tidak adanya pertanggungjawaban dari pedagang merupakan salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen (Dewi et al, 2018).

Berdasarkan permasalahan yang masih sering terjadi di era saat ini, dikaitkan dengan perkembangan transformasi digital yang berkembang pesat, tentu saja diperlukan perubahan atau pembaharuan terhadap UU 8/1999 yang mana pengimplementasian UU 8/1999 masih belum dapat mengakomodir sepenuhnya perlindungan terhadap konsumen. Melakukan pembaharuan merupakan salah satu solusi yang berfungsi meningkatkan kepastian hukum dan menyesuaikan dengan berbagai resiko yang muncul akibat transformasi digital dan dapat memberikan perlindungan lebih lagi terhadap konsumen. Hal ini juga mengingatkan kita bahwa masih ada beberapa hal yang belum diatur secara teknis di dalam UU 8/1999, yang salah satunya terkait pertanggungjawaban *endorser* yang kerap kali mempromosikan barang secara *online*.

Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli *Online*. Dalam ekonomi bisnis hubungan antara penjual dan pembeli dapat terjadi karena adanya sebuah perjanjian atau ikatan di dalamnya. Dalam hal jual beli, baik pedagang maupun konsumen tentu saja memiliki hak dan kewajiban atau tanggungjawab. Sebagai pelaku usaha yang menjual produk maka kewajiban yang perlu dilakukan adalah memberitahukan informasi produk dengan jelas dan mudah untuk dipahami. Apabila telah terjadi perjanjian jual beli maka pelaku usaha berkewajiban untuk mengirimkan barang sesuai dengan pesanan konsumen

serta jadwal pengiriman berdasarkan pilihan konsumen. Dan konsumen berkewajiban membayar tagihan barang sesuai dengan yang ada di *invoice*.

Apabila terjadi kelalaian yang mengakibatkan munculnya wanprestasi serta menimbulkan kerugian bagi konsumen, maka pelaku usaha berhak memberikan pertanggungjawaban berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdara, yang berpendapat bahwa jika ada pihak merasa dirugikan akibat dari tindakan pelaku usaha, maka pihak yang dirugikan berhak untuk mengajukan tuntutan ke pengadilan terkait ganti rugi, karena telah merasa dirugikan oleh kelalaian atau perbuatan pelaku usaha. Untuk itu, berdasarkan Pasal 9 UU ITE, pelaku usaha harus memberikan informasi yang sebenarnya.

Pertanggungjawaban pelaku usaha juga diatur dalam Pasal 19 UU 8/1999 jika terbukti telah melakukan tindakan wanprestasi. Selain pasal tersebut Pasal 23 UU 8/1999, juga mengatur tentang gugatan di pengadilan. Dan yang menjadi penentu bahwa pelaku usaha telah melakukan wanprestasi dan dapat dilakukan tuntutan secara pidana adalah berdasarkan Pasal 28 UU 8/1999 tentang beban pembuktian. Pasal ini menjadi penting karena dalam pengadilan kesalahan pembebanan pembuktian yang dilakukan habis dapat saja merugikan pihak yang tak seharusnya dirugikan (Dewi & Suyatna, 2018).

Sebenarnya pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap kelalaian yang diberikan kepada konsumen dapat saja terselesaikan tanpa menempuh jalur hukum. Ada berbagai cara, salah satunya adalah dengan musyawarah antar pelaku usaha dengan konsumen untuk mendapatkan satu kesepakatan tanpa merugikan para pihak satu dengan lainnya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Digital Transformation memberikan perubahan yang signifikan dalam aktivitas kehidupan manusia. Beralihnya dari konvensional ke *online* memberikan banyak manfaat, di samping itu, perkembangan reformasi industri 4.0 mewajibkan manusia dapat menjadi masyarakat 5.0 agar dapat hidup berdampingan dengan teknologi, begitu juga dalam pengimplementasian hukum sebagai perlindungan yang diberikan oleh negara. UU 8/1999 dinilai masih belum dapat mengakomodasi keseluruhan terkait perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Hal ini dikarenakan UU 8/1999 masih belum dapat menyesuaikan diri dengan berbagai resiko yang muncul dari adanya perubahan transformasi digital di era reformasi 4.0. Inilah mengapa dibutuhkan payung hukum yang lebih agar dapat memberikan kepastian hukum dan menghindari terjadinya pelanggaran hukum. Dalam praktiknya pertanggungjawaban yang diberikan oleh pelaku usaha terhadap konsumen belum berjalan sesuai dengan Pasal 19 UU 8/1999.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Penelitian ini dapat selesai dengan tepat waktu karena didukung oleh banyak pihak maka dengan demikian dengan rasa tulus penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah mendukung dalam penelitian serta penulisan artikel ini.

REFERENSI

- Abdullah, A. & Ramadhan, A. (2022). Kepastian hukum terhadap hak konsumen di era digital pada transaksi jual beli online. *Jurnal Al-Mudharabah*, 4(1), 1-14.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah INFOKAM*, 15(2), 116-123. <https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>
- Dewi, R. A. & Suyatna, I. N. (2018). Implementasi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online. *Kertha Semaya*, 6(5), 1-13.

- Ismantara, S. & Prianto, Y. (2022). Relevansi hukum perlindungan konsumen indonesia di era ekonomi digital. *Serina IV Untar*, 321-330.
- Yulies, T. M., Susyanti, J., Andiyan, Nursanty, E., Herman, Korina, E., Ahdiyat, M., Purba, R., Hairuddin, K., Silalahi, D. E., Taufiq, M., Mpalasi, L. P., Ariani, B., Haryanti, T., Hastuti, P., Tenri, A., Sofwan, Yulianto, H., Fatmawati, E., ... Prihatiningsih, T. S. (2021). *Menggali pondasi karakter bangsa dengan semangat sumpah pemuda*. Unisma Press.
- Novita, Y. D. & Santoso, B. (2021). Urgensi pembaharuan regulasi perlindungan konsumen di era bisnis. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46-58.
- Ramli, T. S., Ramli, A. M., Permata, R. R., Ramadayanti, E., Fauzi, R. (2020). Aspek hukum platform e-commerce dalam era transformasi digital. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 24(2), 119-136. 10.31445/jskm.2020.3295
- Tarantang, T., Awwaliyah, A., Astuti, M., Munawaroh, M. (2019). Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 4(1), 60-74.
- Tumbel, T. G. M., Senewe, E. V. T., Setiabudhi, D. O. (2020). Perlindungan konsumen jual beli online dalam era digital 4.0. *Lex Et Societatis*, 8(3), 93-105.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.