

## PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI ONLINE (E-COMMERCE)

Rivaldi Rizky<sup>1</sup>, Tundjung Herning Sitabuana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum, Jurusan Ilmu Hukum, Universitas Tarumanagara  
Surel: rivaldi.205190140@stu.untar.ac.id

<sup>2</sup>Fakultas Hukum, Jurusan Ilmu Hukum, Universitas Tarumanagara  
Surel: rivaldi.205190140@stu.untar.ac.id

### ABSTRACT

*Developments in the field of business law continue to grow very rapidly. In addition, technological developments are also advanced and legal developments are also required to keep up with the times. In Indonesia began to develop a term of action called buying and selling transactions online (e-commerce). Do not rule out the possibility of causing legal problems. related to consumer protection laws in Indonesia, it has been regulated in Law Number 8 of 1998 concerning Consumer Protection. E-commerce transactions provide convenience, especially for consumers in conducting sales or purchasing activities of goods and services according to the needs of consumers at that time. In this article, we will briefly discuss how to protect consumers in e-commerce transactions and what regulates legal regulations in Indonesia regarding consumer protection laws as a means to resolve legal issues related to consumers and business.*

**Keywords:** Consumer Law, E-Commerce, consumer protection

### ABSTRAK

Perkembangan dalam bidang hukum bisnis terus semakin berkembang sangat pesat. selain itu perkembangan teknologi juga maju dan perkembangan hukum juga wajib untuk mengikuti perkembangan zaman. Di Indonesia mulai berkembang suatu istilah perbuatan yang disebut dengan transaksi jual beli secara online (e-commerce). Tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan masalah hukum. berhubungan dengan undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia, telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1998 Tentang Perlindungan Konsumen. Transaksi e-commerce memberikan kemudahan khususnya konsumen dalam melakukan aktivitas penjualan atau pembelian barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen pada saat itu. Pada artikel ini akan dibahas secara singkat bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce dan apa saja yang mengatur peraturan hukum di Indonesia terkait undang-undang perlindungan konsumen sebagai sarana untuk penyelesaian masalah hukum yang berkaitan dengan konsumen dan bisnis.

**Kata Kunci:** Hukum Konsumen, E-Commerce, Perlindungan Konsumen

### 1. PENDAHULUAN

Internet telah membawa kemajuan peradaban di seluruh dunia ke tahap lain yang lebih terkenal menggunakan kata digital economic atau ekonomi digital. Kehadirannya dibedakan oleh meningkatnya jumlah aktifitas perekonomian yang mulai melibatkan internet sebagai media komunikasi transaksi perdagangan. Misalnya, semakin bergantung pada perdagangan elektro atau electronic commerce (e-commerce) menjadi sarana negosiasi digital.

Perkembangan inovasi informasi saat ini di Indonesia semakin pesat dan segala sesuatunya berkembang dalam kehidupan yang memanfaatkan penyempurnaan mekanis. Pasal 28F UUD 1945 menyatakan bahwa "Setiap orang berhak untuk berkomunikasi serta memperoleh gosip untuk membuat langsung serta lingkungan sosialnya, dan berhak buat mencari, memperoleh, mempunyai, menyimpan, mengelola, serta menyampaikan isu dengan memakai segala jenis saluran yang tersedia". Ini menyiratkan bahwa negara memiliki komitmen untuk mengamankan, memuaskan, dan menghormati hak atas data. Secara keseluruhan, negara berperan dalam melindungi masyarakat negaranya dari hal-hal negatif teknologi informasi khususnya transaksi elektronik.

Melindungi masyarakat negara dari hal-hal negatif teknologi informasi, khususnya pertukaran elektronik. Kemajuan pesat inovasi telah memperoleh kemajuan hampir di semua perspektif,

terutama keberadaan manusia. Salah satu peningkatan mekanis yang diwujudkan dengan semakin luasnya area lokal adalah internet, yang merupakan inovasi yang memberikan kenyamanan dalam menyampaikan keseluruhan dan memungkinkan orang untuk menukar data dengan cepat. Pada awalnya internet harus dimanfaatkan untuk tujuan pertukaran data dalam ilmu pendidikan (Perguruan Tinggi) dan dalam diskusi penelitian. Setelah internet mulai tersedia untuk area masyarakat yang lebih luas, internet saat ini digunakan untuk tujuan transaksi jual beli. Ada tidak kurang dari dua hal yang mendorong kegiatan transaksi pada dasarnya memanfaatkan kemajuan mesin, yaitu meningkatnya minat terhadap produk-produk itu sendiri dan memberikan kemudahan dalam menjalani pertukaran pertukaran. Selain itu, peningkatan inovasi data sangat cepat dan telah memberikan banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan desain kehidupan terjadi di hampir semua bidang, baik kehidupan sosial, aktivitas publik, dan kehidupan moneter, serta berbagai bidang. Perkembangan ini termasuk memanfaatkan pemanfaatan pengembangan teknologi internet (telematika) yang merupakan salah satu bagian dari kemajuan teknologi data. Salah satu perkembangan yang sangat besar dan terasa berpengaruh pada peningkatan inovasi data adalah di bidang moneter. Perkembangan teknologi informasi secara signifikan sudah merubah sistem ekonomi konvensional menjadi sistem ekonomi digital. Kerangka kerja canggih ini memungkinkan dunia bisnis untuk menyelesaikan pertukaran menggunakan media elektronik yang memberikan lebih banyak akomodasi, kecepatan, dan keterampilan. Saat ini sudah banyak bursa-bursa canggih yang memanfaatkan inovasi sebagai medianya yang biasa disebut bursa elektronik atau bisnis elektronik atau perdagangan elektronik (e-commerce). Sebuah ujian waktu yang membutuhkan pertimbangan khusus jika Anda lebih suka tidak "terlibat masalah" karena ketidakmampuan Indonesia dalam berbagai sudut pandang (terutama dalam aspek hukum) untuk menebak semua prospek yang terjadi kemudian terkait dengan penggunaan kerangka pertukaran elektronik. Dengan demikian, tidak diharapkan, tidak hanya dalam kerangka berpikir itu, di Indonesia, pemanfaatan internet dalam bisnis berbasis web, e-commerce, dll berkembang pesat. Saat ini, bagian keuangan publik telah memanfaatkan kantor ini untuk memberikan kenyamanan dalam administrasi untuk melakukan pertukaran keuangan bagi kliennya menggunakan e-banking atau internet banking. Demikian pula di Indonesia. Penggunaan internet di Indonesia baru dimulai sekitar tahun 1993 dan pada awalnya hanya sebatas untuk keperluan hiburan saja, namun saat ini penggunaan internet di Indonesia juga sudah termasuk kebutuhan untuk keperluan pertukaran. Pertukaran yang menerapkan inovasi trend setting, bisnis berbasis web telah mengubah kerangka pertukaran biasa dimana hubungan antara pembeli dan organisasi yang baru-baru ini dilakukan hanya berubah menjadi bundaran atau hubungan online. Bisnis internet benar-benar berdampak pada mentalitas bisnis teladan yang telah melahirkan contoh hubungan antara pencipta dan pelanggan di dunia maya. Kerangka pertukaran yang digunakan dalam bisnis online dimaksudkan untuk penandaan listrik. Tanda elektronik ini mulai berasal dari ketika pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.

Pengertian E-Commerce sendiri adalah segala jenis pertukaran atau perdagangan tenaga kerja dan produk yang memanfaatkan media elektronik. Bisnis berbasis internet dibawa ke dunia seperti yang ditunjukkan oleh kesepakatan dan kontrak pembelian yang terjadi secara elektronik antara pedagang dan pembeli. Meskipun bursa elektronik telah mengalami perubahan peraturan, khususnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang isu dan Transaksi elektro, namun belum memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian elektronik secara lengkap dan jelas. , padahal E- Commerce diatur dalam Undang-Undang Perdagangan, serta Peraturan Pemerintah dan Keputusan Menteri Perdagangan. Dalam hal apapun, pada tingkat dasar, keabsahan suatu perjanjian di Indonesia mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdara, selanjutnya dapat juga diterapkan pada perjanjian elektronik. Bursa perdagangan bisnis online pada umumnya diatur dalam Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang perubahan atas Undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang isu serta Transaksi elektronik atau

yang disingkat dengan ITE. Pasal 18 ayat 1 UU ITE menjelaskan bahwa perjanjian elektronik harus memiliki kekuatan legitimasi yang sama dengan penggunaan perjanjian tradisional. Ini adalah hasil karena internet merupakan konsekuensi dari kemajuan peningkatan inovasi data bagi pembeli, dari satu sisi, telah mengubah pola mentalitas pelanggan menjadi semakin mendasar dan spesifik dalam memilih barang yang akan mereka pilih. Dengan cara yang sama untuk pembuat, kemajuan ini jelas mempengaruhi pameran produk karena dapat menghemat biaya dan menjadi lebih efisien waktu. lagi-lagi, karena kedua pertemuan itu tidak benar-benar bertemu, kemungkinan jenis pemerasan atau kesalahan akan muncul karena mungkin perlu ditangani lebih lanjut. Akibat buruk dari E-Commerce itu sendiri umumnya akan lebih menghambat pembeli. antara lain dalam hal-hal yang berhubungan dengan penggunaan barang yang diminta yang tidak sesuai atau setara dengan barang yang ditawarkan, serta berbagai hal yang tidak selaras dengan pengertian sebelumnya. ilustrasi masalah saat mencari barang dagangan di web, namun produk yang dibeli tidak sesuai dengan yang ditampilkan atau ditembak atau di iklan di toko berbasis digital. Apakah ini merupakan pelanggaran kebebasan pembelanja? Apakah mungkin meminta penjual untuk mengembalikan uang tunai atau mengubah produk yang telah dibeli sebelumnya. Pada umumnya, jual beli menurut pasal 1457 KUHP data, jual beli mengandung pengertian dimana salah satu pihak mempersulit dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak lain untuk menindaklanjuti dengan biaya yang dijamin.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah posisi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online memiliki kekuatan mengikat dalam hukum, apabila terjadi suatu hal yang merugikan konsumen tersebut.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penulisan jurnal tersebut yaitu agar konsumen yang melakukan transaksi jual beli online dapat mengetahui apa saja hak – hak yang didapatkan menurut pandangan hukum bila mana terjadi pelanggaran penjual online terhadap konsumen.

## **2. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Bagaimana Kedudukan Konsumen Dalam Suatu Transaksi Jual - Beli Online**

Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah: “*Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarganya, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan*”. konsumen dalam arti yang sebenarnya adalah pembeli yang membeli suatu barang atau produk secara online atau dengan cara komputerisasi dimana barang tersebut dirasakan secara langsung dan tidak untuk dijual kembali atau pembeli akhir.

Secara umum, ada beberapa masalah yang terjadi dalam proses transaksi berbasis online, yaitu:

1. Pembeli tidak dapat secara langsung melihat, mengidentifikasi, atau merasakan barang yang akan di pesan;
2. Tidak adanya informasi tentang produk yang ditawarkan atau kemungkinan tidak ada keyakinan apakah pelanggan mendapatkan data yang akurat dan solid yang berbeda, tentu saja harus diharapkan untuk memilih dalam transaksi berbasis online yang terkemuka;
3. Status subjek hukum yang tidak jelas dari pelaku bisnis;
4. Tidak ada jaminan keamanan untuk transaksi yang aman dan terlindungi serta penjelasan tentang bahaya yang terjadi dengan kerangka yang digunakan, terutama untuk pembayaran elektronik baik dengan uang *cash* atau uang elektronik;
5. Pembebanan resiko yang tidak wajar, karena pada umumnya dalam transaksi jual beli online, angsuran yang telah dilunasi dilakukan terlebih dahulu oleh pembeli, sedangkan barang tersebut

mungkin tidak benar-benar diketahui oleh pembeli atau akan menyusul kemudian, mengingat jaminan yang ada saat ini adalah jaminan pengantaran produk sedangkan untuk penerimaan produk belum ada perjanjian resmi;

6. Pertukaran yang bersifat borderless, memunculkan isu tentang wilayah hukum negara mana yang harus dilaksanakan.

Mengingat bahwa transaksi jual beli online dilakukan tanpa pertemuan langsung dan antara konsumen yang di mana pembeli dan penjual tidak saling mengenal antara satu sama yang lain, kebebasan pembeli dalam transaksi perdagangan online sangat cenderung diabaikan, dalam hal ini. menempatkan konsumen dalam posisi negosiasi yang lemah. Selanjutnya, penting untuk memiliki aturan jaminan yang sah untuk jaminan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli online (E-Commerce).

### **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Suatu Kegiatan Transaksi Online Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan jaminan yang sah yang diberikan kepada pembeli dengan tujuan akhir untuk mengatasi masalah hal-hal yang tidak diinginkan oleh pembeli itu sendiri. Peraturan Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu (Zulham, 2013: 21-22) :

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati;
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak seimbang terhadap konsumen. Pentingnya kepastian hukum bagi pembeli karena sikap tawar pembeli yang tidak berdaya. Asuransi yang sah untuk pembeli membutuhkan sikap negosiasi yang tidak berdaya (pembeli). Jaminan yang sah untuk pembeli adalah masalah penting, dengan kontes di seluruh dunia terus berkembang. Keamanan yang sah diperlukan dalam persaingan dan jumlah barang dan administrasi yang menempatkan pembeli dalam posisi negosiasi yang lemah. (Abdul Hakim Barkatullah, 2010: 23).

Ungkapan "Perlindungan Konsumen" terhubung dengan keamanan yang sah. Selanjutnya, keamanan pembelanja mengandung perspektif yang sah. Materi yang mendapat pengamanan tidak hanya bersifat fisik, namun selain itu, keistimewaannya bersifat konseptual. Dengan demikian, keamanan pelanggan benar-benar tidak dapat dibedakan dari asuransi yang diberikan oleh peraturan tentang kebebasan pembeli (Shidarta, 2000: 16). Perlindungan konsumen identik dengan perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal 4 (empat) hak5 dasar konsumen, yaitu : (Shidarta, 2006: 19-26) :

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (The Right to Safety)  
Konsumen berhak mendapatkan keamanan dan barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan/ atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi.
2. Hak untuk mendapatkan informasi (The Right to be Informed)  
Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang akurat baik secara lisan, melalui iklan di berbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Hal ini bertujuan agar konsumen tidak mendapat pandangan dan gambaran yang salah atas produk barang dan jasa yang di jual.



3. Hak untuk memilih (The Right to Choose)

Konsumen berhak untuk menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Ia juga tidak boleh mendapat tekanan ataupun paksaan dari pihak luar sehingga ia tidak mempunyai kebebasan untuk membeli atau tidak membeli.

4. Hak untuk didengar (The Right to be Heard)

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen.

Pemahaman dan maksud pelanggan dalam pembahasan jurnal ini adalah pembeli terakhir dimana pembeli memperdagangkan produk melalui bursa berbasis web untuk digunakan atau digunakan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Dalam pertukaran berbasis web, postur negosiasi pembeli sangat lemah yang membuat hak istimewa pelanggan dalam gerakan pertukaran berbasis web sepenuhnya tidak berdaya melawan penyalahgunaan. Hal ini karena transaksi berbasis internet dilakukan tanpa tatap muka langsung dan antara pembeli dan pengusaha tidak pernah saling mengenal.

Proses transaksi berbasis online pada dasarnya tidak sepenuhnya unik dalam kaitannya dengan kerangka kerja pertukaran perdagangan sebagai suatu peraturan, media utama dalam pertukaran berbasis internet adalah web. Jaminan yang sah tidak dapat dipisahkan dari jaminan hak istimewa pembeli, kebebasan pembeli diatur dalam Pasal 4 Peraturan Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Terlebih lagi, jenis perlindungan hukum untuk konsumen adalah tujuan dari masalah dengan pembeli, cara paling umum untuk menyelesaikan pertanyaan pembeli dilakukan jika dalam transaksi berbasis online ada pelanggaran kebebasan pembeli. Cara penyelesaian pertanyaan pembeli yang paling umum dapat dibantu melalui pengadilan atau di luar pengadilan, pengaturan ini diatur dalam Peraturan Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penulisan artikel hukum ini, maka penulis menarik kesimpulan antara lain:

1. Undang-Undang Hukum Perlindungan Konsumen Belum bisa menjamin adanya kepastian hukum yang kuat untuk memberikan penjaminan perlindungan kepada konsumen, kepentingan konsumen sering kali banyak diabaikannya dan juga hak – hak para konsumen yang tranacam dilanggar oleh para pelaku usaha, menjadi suatu indikasi yang diperlukan peran negara untuk ikut andil dalam upaya perlindungan konsumen.
2. Perlindungan konsumen adalah suatu upaya yang menjamin kepastian hukum kepada konsumen agar para konsumen merasa terlindungi. Salah satu upaya untuk melindungi hak – hak para konsumen yaitu pengaturan hukum tentang hak kewajiban, serta larangan yang berkaitan hukum dan ekonomi antara konsumen dan pelaku usaha. Maka dirumuskan Undang – Undang nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang berperan sebagai Undang – Undang payung.
3. Adanya hubungan antara pelanggan dan pelaku bisnis, baik dari segi pengaturan maupun dari segi hukum, hal ini dapat menimbulkan hak istimewa dan komitmen untuk pertemuan yang dilakukan dengan pertukaran. Penghibur bisnis diharapkan memberikan tenaga dan produk yang mereka berikan sebagai jaminan. Ketika komitmen tersebut diabaikan oleh pengusaha bisnis kepada pembeli, maka, pada saat itu, pelanggan berhak untuk meminta pendapat dan protes mereka didengar.

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka terdapat beberapa saran yang penulis berikan agar konsumen memiliki hak – hak nya atas pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha antara lain:

1. Salah satu tujuan dari perlindungan konsumen adalah untuk memperluaskesadaran, kapasitas

dan kebebasan pelanggan untuk melindungi diri mereka sendiri, penting untuk membuat langkah-langkah penting yang diharapkan untuk memberikan pembeli pemahaman tentang hak dan komitmen mereka dalam mengelola penghibur bisnis.

2. Konsumen dalam melakukan pemberian pendapat dan keluhannya mewakili kepentingan umum. Maka, dibutuhkan sebuah amandement terhadap UUPK tersebut mengenai hak – hak bagi konsumen agar terhindar dari tindakan pelanggaran oleh para pelaku usaha.

### **Ucapan Terima Kasih**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan artikel jurnal ini. Penulis menyadari dalam penulisan artikel jurnal ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan artikel jurnal ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga artikel jurnal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

### **REFERENSI**

#### **Buku**

- Abdul Hakim Barkatullah. 2010. Hak-Hak Konsumen. Bandung: Nusa Media.
- Imam Sjahputra. 2010. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik. Bandung: Alumni.
- Mieke Komar Kantaatmadja. 2001. Cyberlaw: Suatu Pengantar, cet.1. Bandung: ELIPS
- Shidarta. 2000. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: PT Grasindo. 2006. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Yusuf Shofie. 2003. Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Teori dan Praktek Penegakan Hukum. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Prenada Media Group.

#### **Jurnal**

- Barkatullah, Juni, 2010 “Urgensi Perlindungan Hukum Terhadap Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce”. Vol.2. No.1.

#### **Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Perlindungan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 350/MPP/Kep/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

#### **Internet**

- Santo Ari, <http://jogja.tribunnews.com/2014/12/14/prajna-kenatipu-situs-jual-beli-onlineduit-rp-28-juta-melayang/>. “Prnja Kena Tipu Situs Jual Beli Online, Duit Rp 2,8 Juta Melayang”. Diakses pada tanggal 28 Desember 2014 pukul 12.13 WIB)
- Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, Hardika Fajar Ardianto. PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE. <https://media.neliti.com/media/publications/23092-ID-perlindungan-hukum-terhadap-konsumen-dalam-transaksi-online.pdf>