

*The Role of Commercial Law in Preventing Product Fraud on E-Commerce Platforms: A Case Study of Lazada Indonesia*

**Peran Hukum Dagang dalam Mencegah Penipuan Produk di Platform E-Commerce: Studi Kasus Lazada Indonesia**

**Masripa Siti Zahra<sup>✉</sup>, Leny Megawati, Anita Kamilah**

Universitas Suryakencana, Cianjur, Indonesia

✉ [masripasitizahra@gmail.com](mailto:masripasitizahra@gmail.com)

Submitted: 01-05-2024

Revised: 15-06-2024

Accepted: 30-06-2024

**ABSTRACT**

*This study examines the role of commercial law in combating product fraud on e-commerce platforms, focusing on a case study of the Lazada application. E-commerce as a form of digital commerce has experienced rapid growth in Indonesia, but also presents new challenges, especially in terms of consumer protection. This study uses a normative legal method by examining applicable regulations, such as the Consumer Protection Law and the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE), and evaluating the effectiveness of their implementation in the context of product fraud cases. The results of the study show that although regulations are available, their implementation and supervision are still weak. Common fraud modes include sending fake products, misleading descriptions, fictitious stores, and review manipulation. Weaknesses in the seller verification system and unclear refund policies worsen consumer protection conditions. To address these challenges, the study recommends strengthening regulations that are adaptive to the development of e-commerce, implementing an escrow system, improving seller supervision and verification mechanisms, and providing more responsive complaint services. In addition, legal education for consumers and business actors and collaboration between the government, e-commerce platforms, and the community are essential to creating a safe, transparent, and fair digital trade ecosystem. This research is expected to be a reference in the formation of more effective consumer protection policies in the digital era.*

**Keywords:** *commercial law, e-commerce fraud, consumer protection*

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji peran hukum dagang dalam menanggulangi penipuan produk di platform *e-commerce*, dengan fokus pada studi kasus aplikasi Lazada. E-commerce sebagai bentuk perdagangan digital telah mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia, namun juga menghadirkan tantangan baru, khususnya dalam hal perlindungan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan menelaah regulasi yang berlaku, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta mengevaluasi efektivitas implementasinya dalam konteks kasus penipuan produk. Hasil kajian menunjukkan



bahwa meskipun regulasi telah tersedia, implementasi dan pengawasannya masih lemah. Modus penipuan yang sering terjadi meliputi pengiriman produk palsu, deskripsi yang menyesatkan, toko fiktif, dan manipulasi ulasan. Kelemahan sistem verifikasi penjual dan ketidakjelasan kebijakan refund memperburuk kondisi perlindungan konsumen. Untuk menjawab tantangan ini, penelitian merekomendasikan penguatan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan e-commerce, penerapan sistem escrow, peningkatan mekanisme pengawasan dan verifikasi penjual, serta penyediaan layanan pengaduan yang lebih responsif. Selain itu, edukasi hukum bagi konsumen dan pelaku usaha serta kolaborasi antara pemerintah, platform e-commerce, dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman, transparan, dan adil. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pembentukan kebijakan perlindungan konsumen yang lebih efektif di era digital.

**Kata kunci:** hukum dagang, penipuan e-commerce, perlindungan konsumen

## PENDAHULUAN

Kemajuan dalam teknologi digital, termasuk industri perdagangan, telah secara dramatis mengubah banyak aspek kehidupan manusia. Dengan digitalisasi, transaksi sekarang dapat dibeli dan dijual secara online melalui berbagai platform e-commerce yang berkembang pesat. Salah satu platform e-commerce populer Indonesia, Lazada menawarkan banyak kenyamanan kepada pelanggannya.<sup>1</sup> Namun, ada aspek positif dan negatif dari perubahan gaya hidup ini, terutama dalam kaitannya dengan keamanan transaksi dan perlindungan konsumen. Kemajuan ini memiliki banyak masalah dan dapat menempatkan pemain bisnis dan konsumen dalam risiko. Penipuan produk adalah salah satu masalah utama dalam transaksi e-commerce, terutama di Lazada. Pelanggan akan menerima artikel yang tidak cocok dengan deskripsi, telah menerima produk palsu atau belum menerima produk yang dibeli.<sup>2</sup> Selain itu, berbagai bentuk penipuan tumbuh untuk pelanggan yang menyesatkan, termasuk penyalahgunaan penjual tentang identitas mereka, pencurian data pribadi, dan manipulasi tinjauan produk. Masalah ini menimbulkan kekhawatiran serius karena merusak kepercayaan orang pada e-commerce dan dapat menghentikan pertumbuhan ekonomi digital. Konsumen yang berbahaya sering merasa sulit untuk menuntut akuntabilitas penjual. Ini berlaku terutama ketika platform tidak memiliki mekanisme perlindungan yang kuat atau ketika pelaku berada di luar pengadilan Indonesia.

---

<sup>1</sup> Dyah Sri Wulandari and Agustina Hotma Uli Tumanggor, *Transformasi Digital Pada Pasar Tradisional* (Penerbit NEM, 2024).

<sup>2</sup> Sri Rahayu and Sandra Dewi, "ANALISIS PENGGUNAN MEDIA E-COMMERCE DALAM Mendukung PERKEMBANGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH: (Studi Kasus Pada Toko Angel Bukittinggi)," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 4 (2025): 855–874.

Dalam konteks ini, peraturan yang jelas dan efektif dalam hukum komersial dapat berkontribusi untuk mengatasi penipuan produk e-commerce dengan memastikan mekanisme pemantauan, sanksi penipuan, dan prosedur penyelesaian sengketa yang efektif. Mengingat fakta bahwa Lazada adalah platform dengan basis pengguna yang luas, kita perlu memperkuat peraturan, meningkatkan efektivitas penegakan hukum, dan menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih aman dan lebih andal.<sup>3</sup> Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran hukum dagang dalam menangani dan mencegah penipuan produk di Lazada. Analisis ini mencakup evaluasi terhadap regulasi yang saat ini berlaku, efektivitas penerapan hukum dalam memberikan perlindungan bagi konsumen, serta tantangan dalam penegakan hukum terhadap kasus-kasus penipuan produk di platform tersebut. Selain itu, penelitian ini akan membahas bagaimana hukum dagang dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan model bisnis e-commerce untuk menciptakan sistem perdagangan digital yang lebih aman dan adil. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai peran hukum dagang dalam melindungi konsumen dan mendukung pertumbuhan e-commerce di Indonesia, khususnya dalam konteks penggunaan platform Lazada.

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa hukum dagang sangat penting untuk melindungi konsumen dan menegakkan transaksi jual beli online. Misalnya, penelitian Muslih (2024) dalam jurnal *Urgensi Hukum Dagang dalam Penegakan Jual Beli Barang Online* menekankan pentingnya kepastian hukum dalam transaksi e-commerce serta kelemahan implementasinya, terutama terkait keterbukaan informasi dan penyelesaian sengketa. Lalu penelitian lain oleh Hananto, Nurwahid, Ikhwal, Winutan, Askha, Saputra, dan Setiawan (2024) dalam jurnal *Strategi Manajemen Operasi Dalam Mengoptimalkan Operasi E-Commerce di Indonesia* juga menyoroti pentingnya strategi manajemen operasi dalam mengoptimalkan kinerja e-commerce di Indonesia. Sementara itu, penelitian Azhar Suganda, Andriansyah Hasibuan, dan lainnya (2024) dalam jurnal *Tinjauan Hukum Komersial terhadap Perlindungan Hukum Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia* menekankan bahwa perlindungan konsumen masih belum maksimal akibat kurangnya sosialisasi regulasi dan lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha curang. Meskipun memiliki fokus berbeda, kedua penelitian ini sama-sama menyoroti perlunya regulasi yang lebih kuat untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih aman dan adil. Dalam jurnal ini dibahas peran hukum dagang dalam e-commerce, khususnya pada aplikasi Lazada, serta memberikan solusi terkait masalah dalam jual beli online dan perlindungan hak-hak konsumen.

---

<sup>3</sup> Donna Panta Br Sitepu et al., "ANALISIS HUKUM TANGGUNG JAWAB PENYEDIA PLATFORM MARKET PLACE TERHADAP PRODUK PALSU DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE," *Jurnal Darma Agung* 32, no. 6 (2024): 464–474.

Berdasarkan kajian dalam jurnal-jurnal sebelumnya, diketahui bahwa aspek hukum dalam transaksi digital masih menghadapi sejumlah kendala, seperti lemahnya sistem pengawasan terhadap pelaku usaha dan belum optimalnya mekanisme penyelesaian sengketa. Beberapa peraturan yang sudah ada, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), masih membutuhkan penguatan dalam pelaksanaannya untuk menekan praktik penipuan produk di platform e-commerce, seperti Lazada.

Dalam artikel ini juga ditegaskan bahwa peningkatan sistem verifikasi bagi penjual, pengawasan terhadap ulasan produk, serta penerapan kebijakan pengembalian dana yang lebih tegas dapat menjadi langkah strategis dalam meminimalisasi potensi penipuan. Di samping itu, sinergi antara pemerintah, penyedia platform e-commerce, dan konsumen menjadi faktor krusial dalam membangun ekosistem perdagangan digital yang lebih aman, adil, dan transparan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bersifat praktis bagi para pembuat kebijakan dalam merancang regulasi e-commerce yang lebih komprehensif dan responsif terhadap perkembangan teknologi di Indonesia.

Rumusan masalah dalam penelitian ini berangkat dari meningkatnya kasus penipuan produk dalam transaksi e-commerce di Indonesia, khususnya melalui platform Lazada, yang mengancam perlindungan hak konsumen dan menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perdagangan digital. Meskipun telah terdapat regulasi yang mengatur perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, implementasi dan pengawasan terhadap peraturan tersebut masih dinilai lemah dan belum efektif dalam mencegah praktik curang oleh pelaku usaha. Dalam konteks ini, penelitian ini merumuskan permasalahan utama sebagai berikut: bagaimana peran hukum dagang dalam menangani dan mencegah penipuan produk pada platform e-commerce Lazada, sejauh mana efektivitas pelaksanaan regulasi yang ada dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, serta apa saja tantangan dan solusi yang dapat ditawarkan untuk memperkuat sistem hukum dalam menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih aman, adil, dan transparan di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan yang berfokus pada analisis peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait hukum dagang dan perlindungan konsumen dalam e-commerce, khususnya pada platform Lazada. Studi ini mengkaji regulasi yang mengatur transaksi elektronik, termasuk ketentuan dalam Undang-Undang Perdagangan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta kebijakan internal Lazada yang berkaitan dengan penipuan produk. Selain itu, penelitian ini juga menelaah prinsip-prinsip hukum yang relevan dalam

memastikan adanya kepastian hukum dan mekanisme penyelesaian sengketa bagi konsumen yang dirugikan.

Dalam konteks ini, pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah dan mengevaluasi peraturan-peraturan hukum yang relevan terhadap isu perlindungan konsumen dan penanggulangan penipuan produk dalam transaksi e-commerce di platform Lazada. Sumber hukum primer dalam penelitian ini mencakup antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya, serta kebijakan internal dari platform e-commerce terkait perlindungan konsumen.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan sumber hukum sekunder, seperti literatur-literatur hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, dan artikel akademik yang relevan. Studi penting yang menjadi rujukan adalah penelitian Muslih (2024) dalam *Jurnal Urgensi Hukum Dagang dalam Penegakan Jual Beli Barang Online*, yang juga menggunakan pendekatan normatif dalam menyoroti pentingnya kepastian hukum serta mengkritisi lemahnya implementasi hukum dalam e-commerce, terutama terkait keterbukaan informasi dan mekanisme penyelesaian sengketa. Penelitian lainnya oleh Azhar Suganda, Andriansyah Hasibuan, dan rekan-rekan (2024) dalam *Jurnal Tinjauan Hukum Komersial terhadap Perlindungan Hukum Konsumen dalam E-Commerce di Indonesia* juga menggunakan metode normatif untuk mengkaji lemahnya pengawasan serta minimnya sosialisasi regulasi kepada pelaku usaha dan konsumen. Lalu penelitian lain oleh Hananto, Nurwahid, Ikhwal, Winutan, Askha, Saputra, dan Setiawan (2024) dalam jurnal *Strategi Manajemen Operasi Dalam Mengoptimalkan Operasi E-Commerce di Indonesia* yang menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus ganda juga menyoroti pentingnya strategi manajemen operasi dalam mengoptimalkan kinerja e-commerce di Indonesia.

Dengan demikian, penelitian ini bersifat normatif karena menganalisis peraturan hukum yang berlaku secara tekstual, serta mengevaluasi bagaimana norma-norma tersebut seharusnya diterapkan dalam konteks praktik transaksi digital. Tujuannya adalah untuk merumuskan rekomendasi hukum yang responsif terhadap dinamika e-commerce dan mampu memperkuat perlindungan konsumen secara komprehensif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perdagangan global telah mengalami perubahan signifikan seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya melalui pertumbuhan internet dan proses digitalisasi. Teknologi kini menjadi elemen esensial dalam kehidupan masyarakat modern, memengaruhi berbagai sektor seperti

transportasi, komunikasi, hingga transaksi keuangan.<sup>4</sup> Pesatnya perkembangan internet turut mendorong hadirnya berbagai layanan digital, termasuk dalam bidang perdagangan. Kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh sistem e-commerce membuat banyak orang beralih ke metode belanja daring. Aktivitas ini memungkinkan konsumen memperoleh barang tanpa perlu datang langsung ke toko, sehingga lebih hemat waktu dan tenaga. Selain itu, adanya berbagai penawaran menarik seperti diskon, cashback, dan bebas ongkir turut mendorong popularitas belanja online karena dinilai lebih ekonomis dan menguntungkan.

Meskipun mendapat sambutan positif, aktivitas belanja daring juga menimbulkan sejumlah kekhawatiran, terutama terkait aspek keamanan transaksi, keaslian produk, dan risiko penipuan. Untuk menjamin kualitas produk yang dibeli, konsumen sering kali mengandalkan ulasan dan penilaian dari pembeli lain. Kepercayaan terhadap platform belanja daring juga ditingkatkan melalui layanan pelanggan yang responsif serta kebijakan pengembalian barang yang fleksibel.<sup>5</sup> Dengan dukungan regulasi yang semakin ketat dan pemanfaatan teknologi canggih, diharapkan belanja online dapat menjadi pilihan yang lebih aman dan nyaman bagi seluruh masyarakat. E-commerce atau perdagangan elektronik merupakan kegiatan jual beli barang maupun jasa yang dilakukan secara daring melalui platform digital atau jaringan internet. Proses transaksi dalam e-commerce dapat terjadi tanpa perlu adanya kontak langsung antara penjual dan pembeli, melainkan melalui perangkat seperti laptop, ponsel pintar, atau tablet.

Terdapat berbagai model dalam e-commerce, antara lain Business to Consumer (B2C), yaitu transaksi di mana perusahaan menjual produk langsung kepada pelanggan, seperti pada platform Shopee dan Tokopedia; Business to Business (B2B), yang mencakup transaksi antar perusahaan, contohnya antara produsen dan pemasok bahan baku; Consumer to Consumer (C2C), yang memungkinkan individu menjual produk kepada individu lain melalui situs seperti Bukalapak dan eBay; serta Consumer to Business (C2B), di mana perorangan menawarkan jasa atau produk kepada perusahaan, seperti yang terjadi di platform kerja lepas Fiverr dan Upwork.<sup>6</sup>

Perkembangan e-commerce terus meningkat, didukung oleh kemajuan teknologi seperti artificial intelligence (AI), analisis big data, dan sistem pembayaran digital. E-commerce memberikan banyak manfaat, di antaranya kemudahan bertransaksi, cakupan pasar yang lebih luas,

---

<sup>4</sup> Uswatun Hasanah and S E Dinalestari Purbawati, *Digitalisasi Akuntansi: Transformasi, Teknologi Dan Tren* (Jakad Media Publishing, 2024).

<sup>5</sup> Renail Rozy, "Problematika Penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Aceh (Studi Kasus UMKM Di Kota Banda Aceh)" (UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023).

<sup>6</sup> Fani Ma'sumatul Maghfiroh, Sri Anugrah Natalina, and Rofik Efendi, "Transformasi Ekonomi Digital: Connection Integration e-Commerce Dan s-Commerce Dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan," *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2, no. 1 (2023): 1–10.

serta pengurangan biaya operasional dibandingkan toko konvensional.<sup>7</sup> Di samping itu, penggunaan strategi pemasaran digital yang tepat dapat mendorong pertumbuhan penjualan tanpa perlu mendirikan toko fisik.

Lazada merupakan salah satu contoh platform e-commerce yang mengalami pertumbuhan pesat di kawasan Asia Tenggara. Diluncurkan pada tahun 2012 dan saat ini berada di bawah kepemilikan Alibaba Group, Lazada telah menjelma menjadi salah satu aktor utama dalam dunia perdagangan digital.<sup>8</sup> Platform ini beroperasi di berbagai negara seperti Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, dan Vietnam, dengan menawarkan ragam produk mulai dari pakaian, barang elektronik, perlengkapan rumah tangga, hingga produk kecantikan. Didukung oleh jaringan logistik yang solid serta teknologi mutakhir dari Alibaba, Lazada mampu menyajikan pengalaman berbelanja yang lebih praktis dan cepat bagi para penggunanya.

Untuk menarik minat konsumen dan mendukung para penjual, Lazada menyediakan sejumlah fitur unggulan. Di antaranya adalah Lazada Wallet, sebuah dompet digital yang memudahkan proses pembayaran sekaligus memberikan akses ke berbagai promo eksklusif. Selain itu, terdapat layanan LazMall yang menawarkan produk-produk resmi dari merek terkenal dengan jaminan keaslian dan mutu. Lazada juga rutin menggelar kampanye promosi besar seperti Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) dan Festival Belanja 11.11, yang menghadirkan potongan harga besar serta berbagai penawaran cashback menarik bagi para pelanggan.<sup>9</sup> Selain memberikan keuntungan bagi konsumen, Lazada juga membuka peluang bagi penjual untuk memperluas pasar mereka. Dengan sistem Lazada Seller Center, para penjual dapat mengelola toko online mereka dengan mudah, mulai dari mengunggah produk, mengatur harga, hingga memantau pesanan. Lazada juga menyediakan layanan Fulfillment by Lazada (FBL), di mana penjual dapat menyimpan barang mereka di gudang Lazada, dan pihak Lazada akan mengurus proses pengemasan serta pengiriman kepada pembeli.

Dengan berbagai inovasi dan layanan yang ditawarkan, Lazada terus berkembang sebagai salah satu e-commerce terbesar di Asia Tenggara. Dukungan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan big data memungkinkan Lazada memberikan pengalaman belanja yang lebih personal dan efisien bagi pengguna. Seiring dengan meningkatnya tren belanja online, Lazada diharapkan terus

---

<sup>7</sup> Tini Utami et al., *UMKM DIGITAL: Teori Dan Implementasi UMKM Pada Era Society 5.0* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

<sup>8</sup> Budi Raharjo, "Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital," *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 2021, 1–299.

<sup>9</sup> ZAHROTUL PUTRI LINGGA, "PENGARUH EVENT TANGGAL KEMBAR, FLASH SALE, DAN GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA KECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU" (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2024).

berinovasi untuk memberikan layanan yang lebih baik, menjangkau lebih banyak konsumen, serta mendukung pertumbuhan bisnis para penjual di platformnya.

Meskipun Lazada menawarkan berbagai kemudahan dalam berbelanja online, platform ini juga menghadapi tantangan serius terkait penipuan yang dilakukan oleh penjual yang tidak bertanggung jawab.<sup>10</sup> Beberapa bentuk penipuan yang sering terjadi mencakup pengiriman barang palsu atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang tertera di toko online, sehingga konsumen menerima barang yang berbeda dari yang diiklankan. Terdapat pula kasus pengiriman paket kosong, di mana pelanggan mendapatkan kiriman tanpa isi atau produk dalam kondisi rusak. Bahkan, tidak jarang ditemukan akun toko fiktif yang menghilang setelah transaksi, sehingga menyulitkan pelanggan yang ingin mengajukan keluhan atau pengembalian dana.

Selain itu, muncul tren penipuan baru yang mengincar konsumen melalui tawaran ponsel murah atau program cuci gudang. Konsumen yang tergiur dengan harga jauh di bawah pasaran sering kali justru menerima produk berupa mainan atau replika, bukan ponsel asli yang dijanjikan. Penipuan semacam ini umumnya menasar pembeli yang kurang cermat dalam memverifikasi keabsahan toko dan terlalu mudah terpengaruh oleh harga murah. Dari perspektif hukum, perdagangan melalui e-commerce tetap wajib mengikuti peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik. Hukum dagang sebagai cabang dari hukum perdata memiliki peran penting dalam mengatur aktivitas jual beli, kontrak dagang, badan usaha, serta perlindungan hak-hak konsumen. Dalam konteks digital, cakupan hukum dagang kini juga meliputi transaksi daring atau e-commerce.<sup>11</sup> Berikut adalah pengembangan dalam bentuk paragraf yang lebih lengkap dan terstruktur dari poin-poin yang Anda berikan:

Dalam konteks perdagangan digital, terdapat sejumlah aspek penting dalam hukum dagang yang berkaitan erat dengan aktivitas e-commerce. Salah satu aspek utama adalah perikatan dalam transaksi digital. Transaksi jual beli secara daring tetap dianggap sah selama memenuhi syarat-syarat perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), yang mencakup kesepakatan para pihak, kecakapan hukum, objek tertentu, dan sebab yang halal.<sup>12</sup> Selain itu, hubungan hukum antara pembeli dan penjual dalam e-commerce diikat melalui kontrak elektronik sebagaimana diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 11 Tahun

---

<sup>10</sup> Yafianus Garamba and Aryanto Nur, "Analisis Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce," *Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika* | E-ISSN: 3063-9026 1, no. 2 (2024): 27–37.

<sup>11</sup> Scivi Junifer Kapoh, "Kajian Hukum Penerapan Kontrak Baku Elektronik Pada Transaksi E-Commerce," *Lex Et Societatis* 8, no. 3 (2020).

<sup>12</sup> Alifia Fisilmi Kaffah and Siti Malikhatun Badriyah, "Aspek Hukum Dalam Perlindungan Bisnis Era Digital Di Indonesia," *Lex Renaissance* 9, no. 1 (2024): 203–228.

2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang memberikan legitimasi atas kesepakatan yang dilakukan secara digital.

Aspek berikutnya adalah perlindungan konsumen. Dalam transaksi daring, pelaku usaha wajib mematuhi prinsip keterbukaan informasi dan perlindungan terhadap konsumen, sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal ini menuntut marketplace untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan deskripsi yang dicantumkan, sehingga tidak menyesatkan pembeli dan menghindari praktik curang.<sup>13</sup>

Selain pelaku usaha, platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada juga memiliki tanggung jawab hukum, khususnya dalam menjaga keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi pengguna. Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), yang mewajibkan penyedia platform digital untuk menciptakan sistem transaksi yang aman, terpercaya, serta melindungi konsumen dari risiko kerugian.<sup>14</sup>

Dari segi perpajakan dan legalitas usaha, pedagang online diwajibkan untuk mematuhi ketentuan yang tercantum dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 210/PMK.010/2018 mengenai perlakuan perpajakan atas transaksi e-commerce. Selain itu, pelaku usaha juga diwajibkan memiliki legalitas formal, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), sebagai bukti bahwa mereka beroperasi secara sah di bawah hukum nasional.<sup>15</sup> Hal ini penting untuk menertibkan aktivitas perdagangan digital dan memastikan kontribusi sektor ini terhadap pendapatan negara.

Terakhir, penyelesaian sengketa elektronik menjadi aspek yang krusial ketika terjadi perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha. Undang-Undang ITE, khususnya Pasal 38 hingga Pasal 40, memberikan landasan hukum bagi penyelesaian konflik melalui berbagai jalur seperti mediasi, arbitrase, atau penyelesaian melalui pengadilan.<sup>16</sup> Jalur ini memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang merasa dirugikan dalam transaksi digital, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sistem perdagangan elektronik di Indonesia.

Salah satu pasal Sebagai dasar regulasi e-commerce, hukum dagang membentuk ekosistem perdagangan digital yang aman, transparan, dan adil. Regulasi dalam hukum dagang terus berkembang mengikuti kemajuan teknologi guna memenuhi kebutuhan bisnis digital serta

---

<sup>13</sup> Muhammad Reza Syach Pallevi Santoso, "TINJAUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PRINSIP EKONOMI SYARIAH TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAY DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE" (Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024).

<sup>14</sup> Rista Maharani and Andria Luhur Prakoso, "Perlindungan Data Pribadi Konsumen Oleh Penyelenggara Sistem Elektronik Dalam Transaksi Digital," *Jurnal USM Law Review* 7, no. 1 (2024): 333–347.

<sup>15</sup> Indriani Muin, "Perlindungan Data Pribadi Dalam Platform E-Commerce Guna Peningkatan Pembangunan Ekonomi Digital Indonesia," *Journal Law And Justice* 1, no. 2 (2023).

<sup>16</sup> Muin.

melindungi semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik. Berbagai undang-undang kontemporer seperti Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), dan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) mengatur aspek hukum dagang elektronik di Indonesia. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) mengatur transaksi komersial, sementara Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melindungi hak-hak konsumen dan mencegah praktik yang tidak jujur. penting dalam KUHD adalah Pasal 1313 KUH Perdata, yang mendefinisikan perjanjian sebagai kesepakatan antara dua pihak yang saling mengikat.<sup>17</sup> Dalam konteks e-commerce, transaksi antara pembeli dan penjual dianggap sebagai perjanjian yang sah, yang mengharuskan kedua belah pihak memenuhi kewajiban mereka. Apabila penjual melakukan penipuan dengan mengirimkan barang yang tidak sesuai atau menghilang setelah transaksi, tindakan tersebut bisa dianggap sebagai wanprestasi (ingkar janji) dan dapat dikenakan tuntutan hukum.

Selain itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur berbagai ketentuan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi perdagangan. Salah satu pasal penting dalam undang-undang ini adalah Pasal 7, yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang kondisi serta jaminan barang atau jasa yang mereka tawarkan. Tujuan dari ketentuan ini adalah agar konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan terhindar dari informasi yang menyesatkan atau tidak benar.<sup>18</sup> Namun, dalam kenyataannya, masih banyak pelaku usaha yang tidak mematuhi ketentuan ini. Beberapa di antaranya dengan sengaja memberikan informasi yang salah, seperti mengklaim bahwa produk yang dijual adalah asli padahal barang tersebut palsu, atau memberikan deskripsi produk yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Konsumen yang menjadi korban dari praktik semacam ini tentu merasa dirugikan, baik dari segi materi maupun kepercayaan terhadap e-commerce sebagai platform perdagangan yang aman. Untuk menanggulangi pelanggaran tersebut, Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur sanksi bagi pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban memberikan informasi yang benar.<sup>19</sup> Sanksi tersebut dapat berupa hukuman pidana atau denda yang cukup besar, tergantung pada tingkat pelanggaran yang dilakukan. Dengan adanya ketentuan ini, diharapkan pelaku usaha lebih berhati-hati dan bertanggung jawab dalam memberikan informasi kepada konsumen.

---

<sup>17</sup> Astika A Kalesaran, "Akibat Hukum Digitalisasi Perdagangan Saham Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Di Indonesia," *LEX ADMINISTRATUM* 11, no. 2 (2023).

<sup>18</sup> Aruna Fatma Hidayah Sumintardirja and Liya Sukma Muliya, "Tanggungjawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik Berbahaya Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999," *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 2023, 63–68.

<sup>19</sup> NURFAUZI DZAFFA ADIL, "EFEKTIVITAS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERJANJIAN ELEKTRONIK DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI INDONESIA" (Universitas Pancasakti Tegal, 2025).

Meskipun ada peraturan yang ada, implementasi dan pengawasan di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak penjual yang beroperasi di platform e-commerce membuat pengawasan menjadi sulit, terutama jika mereka menggunakan identitas palsu atau sering mengganti nama toko untuk menghindari sanksi. Oleh karena itu, untuk mengurangi kasus penipuan, diperlukan sistem pengawasan yang lebih canggih dan efisien. Platform e-commerce seperti Lazada perlu meningkatkan sistem keamanan mereka agar hal ini tidak terjadi. Memperketat proses verifikasi penjual, misalnya, bisa menjadi salah satu langkah yang diambil. Selain itu, dibutuhkan sistem pemantauan yang dapat mendeteksi toko palsu dan menghentikan praktik merugikan konsumen.

Konsumen juga memegang peran penting dalam mencegah penipuan, selain dari upaya yang dilakukan oleh pihak e-commerce. Saat berbelanja online, pelanggan harus lebih berhati-hati dengan memeriksa reputasi penjual dan membaca ulasan dari pembeli lain agar tidak tergiur oleh harga yang terlalu murah.<sup>20</sup> Konsumen harus selalu waspada, karena harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan pasaran sering kali menjadi indikasi penipuan. Pengaduan dan proses pengembalian dana juga perlu diperhatikan. Banyak konsumen yang merasa kesulitan saat mencoba mengajukan komplain setelah mengalami penipuan di platform e-commerce. Oleh karena itu, Lazada dan platform lainnya harus memastikan sistem pengaduan mereka mudah diakses dan responsif, sehingga pelanggan yang menghadapi masalah dapat segera memperoleh solusi tanpa penundaan yang lama. Di sisi lain, pihak berwenang juga memiliki peran besar dalam menangani kasus penipuan produk di e-commerce. Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen perlu meningkatkan koordinasi dengan platform digital untuk memastikan bahwa regulasi yang ada diterapkan dengan baik. Dengan adanya kerja sama yang erat antara pihak e-commerce dan pemerintah, penegakan hukum dapat lebih efektif dalam melindungi konsumen.

Transparansi dalam transaksi jual beli online juga sangat penting. Regulasi yang mengatur perlindungan konsumen perlu terus diperbarui agar dapat mengikuti perkembangan teknologi dalam perdagangan digital.<sup>21</sup> Hukum dagang memiliki peran vital untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam transaksi dapat bertindak secara adil dan transparan. Oleh karena itu, kolaborasi antara berbagai pihak sangat diperlukan untuk melindungi konsumen dalam transaksi online. Regulasi yang ketat, sistem pengawasan yang efektif, dan kesadaran konsumen dalam berbelanja akan sangat membantu mengurangi penipuan e-commerce. Diharapkan, langkah-langkah ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perdagangan online dan

---

<sup>20</sup> Tri Ginanjar Laksana, "Perlindungan Hukum Konsumen E-Commerce Pada Produk Kesehatan: Pembelajaran Pada Kejahatan Siber," *Indo Green Journal* 2, no. 1 (2024): 31–44.

<sup>21</sup> Erin Oktaviana Winarta Putri, "TRANSFORMASI KONTRAK DALAM ERA DIGITAL: TANTANGAN HUKUM BISNIS DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK DI BISNIS SEWA KEBAYA ONLINE" (Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024).

menciptakan lingkungan belanja online yang lebih aman dan dapat dipercaya. Berikut adalah langkah-langkah yang dapat dilakukan dari sisi hukum dagang dan regulasi terkait:

Dalam era digital yang terus berkembang, regulasi perlu diperkuat untuk menangani kompleksitas transaksi online yang semakin beragam. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memastikan hukum yang berlaku tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan model bisnis digital yang terus berubah. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah merevisi Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) untuk memfasilitasi transaksi digital dan memperjelas tanggung jawab platform e-commerce, seperti Lazada, dalam menangani kasus penipuan. Revisi ini akan mempermudah penentuan batasan dan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha serta platform digital dalam melindungi konsumen.

Selain itu, penguatan terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga sangat penting. Dalam undang-undang ini, pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan jasa yang mereka tawarkan, sebagaimana tercantum dalam Pasal 7. Pasal 8 pun melarang pelaku usaha untuk bertindak curang, seperti memberikan informasi palsu atau menyesatkan konsumen. Dengan penegakan yang ketat terhadap regulasi ini, pemerintah dapat memastikan bahwa hak-hak konsumen tetap terlindungi dan bahwa pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab akan dikenakan sanksi hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Di samping regulasi terkait perdagangan, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) No. 11 Tahun 2008 juga berperan penting dalam menindak tegas pelaku yang melakukan penipuan online. Dengan memanfaatkan ketentuan dalam UU ITE, pihak berwenang dapat menjerat pelaku kejahatan siber yang menggunakan platform digital untuk menipu konsumen. Penyalahgunaan transaksi elektronik harus ditangani dengan pendekatan hukum yang tegas, termasuk dengan memperkuat koordinasi antara kepolisian, Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta platform e-commerce untuk mengidentifikasi dan menangkap pelaku kejahatan digital. Dengan penguatan regulasi dan penegakan hukum yang lebih tegas, e-commerce Indonesia diharapkan menjadi lebih aman dan terpercaya. Pemerintah tidak hanya harus menetapkan kebijakan yang relevan, tetapi juga memastikan bahwa kebijakan tersebut diterapkan dengan efektif. Sebaliknya, kolaborasi antara regulator, platform e-commerce, dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan lingkungan perdagangan digital yang lebih jelas dan bebas dari penipuan.

Sebagai salah satu marketplace terbesar, Lazada memiliki tanggung jawab yang besar untuk memastikan transaksi yang aman dan nyaman bagi pelanggannya. Salah satu langkah penting yang perlu diambil adalah meningkatkan pengawasan terhadap penjual yang beroperasi di platform. Kurangnya verifikasi toko menyebabkan banyaknya kasus penipuan, di mana pelaku kejahatan

dapat membuat akun palsu untuk menipu pelanggan. Oleh karena itu, Lazada harus menerapkan sistem verifikasi identitas yang lebih ketat untuk setiap penjual sebelum mereka dapat memulai bisnis. Setiap toko harus memberikan data identitas yang jelas, seperti KTP, NPWP, dan rekening yang diverifikasi. Proses verifikasi yang lebih ketat akan mengurangi kemungkinan toko palsu dan penipuan.

memverifikasi identitas penjual, Lazada perlu meningkatkan sistem penilaian dan ulasan untuk membuat pengalaman belanja lebih transparan bagi pelanggan. Banyak penjual yang tidak bertanggung jawab menggunakan ulasan palsu untuk meningkatkan reputasi toko mereka. Ulasan positif yang dibuat secara tidak jujur dapat menyesatkan calon konsumen dan membuat mereka tertipu dengan barang yang sebenarnya tidak berkualitas. Untuk mengatasi masalah ini, Lazada harus menyediakan fitur verifikasi ulasan pelanggan yang memastikan hanya pelanggan yang benar-benar melakukan transaksi yang dapat memberikan ulasan. Selain itu, sistem filter untuk mendeteksi pola ulasan mencurigakan juga harus diterapkan, agar ulasan palsu dapat dihapus sebelum merugikan pelanggan.

Tindakan tegas juga harus diterapkan terhadap akun dan toko palsu. Lazada perlu mengimplementasikan kebijakan yang lebih ketat untuk menangani akun yang berulang kali terlibat dalam transaksi yang mencurigakan atau yang telah dilaporkan oleh pelanggan. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah menutup akun tersebut secara permanen dan memasukkannya ke dalam daftar hitam e-commerce. Hal ini akan mencegah penjual tersebut membuka akun baru dengan identitas yang berbeda. Kerja sama yang lebih erat dengan pihak berwenang juga sangat penting dalam memerangi penipuan di platform digital. Jika Lazada dan penegak hukum bekerja sama dengan baik, kasus penipuan dapat ditindak lebih cepat dan lebih efektif.

Secara keseluruhan, meningkatkan pengawasan terhadap penjual di platform Lazada sangat krusial untuk menciptakan lingkungan e-commerce yang lebih aman dan terpercaya. Lazada dapat mencegah penipuan dengan menerapkan verifikasi ketat, sistem ulasan yang transparan, dan tindakan tegas terhadap akun fiktif. Selain itu, perlu juga meningkatkan pengetahuan konsumen agar mereka lebih waspada saat berbelanja online. Upaya bersama dari berbagai pihak dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap e-commerce, menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih aman dan nyaman bagi semua pihak.

Lazada perlu melindungi pelanggan dengan memperkuat kebijakan pengembalian dana dan pengawasan terhadap produk yang dijual. Proses pengembalian barang harus dilakukan dengan cepat dan efisien jika pelanggan melaporkan adanya barang palsu, paket kosong, atau barang yang tidak sesuai dengan deskripsi. Hal ini sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap platform dan mencegah penjual yang tidak bertanggung jawab mengeksploitasi

celah dalam sistem. Untuk menghindari pelanggaran, kebijakan pengembalian dana ini harus dilengkapi dengan mekanisme verifikasi yang ketat.

Selain kebijakan pengembalian dana, Lazada juga perlu mempertimbangkan penerapan sistem escrow atau rekening bersama dalam proses transaksi. Dengan sistem ini, pembayaran dari pembeli akan ditahan sementara dan hanya diberikan kepada penjual setelah pembeli mengonfirmasi bahwa produk yang diterima sesuai dan dalam kondisi baik. Pendekatan ini akan meminimalkan risiko penipuan karena penjual tidak akan menerima uang sebelum memenuhi kewajiban mereka. Sistem escrow juga memberikan rasa aman bagi konsumen, terutama dalam transaksi produk bernilai tinggi atau yang memiliki risiko penyalahgunaan.

Untuk lebih meningkatkan perlindungan pelanggan, Lazada harus memprioritaskan layanan pengaduan yang efisien dan mudah diakses. Sistem pengaduan harus disederhanakan dan dijalankan dengan lebih efektif, serta menyediakan jalur komunikasi yang dapat diakses 24 jam agar pelanggan dapat melaporkan masalah kapan saja. Selain itu, kerja sama dengan pihak kepolisian juga penting dalam menangani kasus penipuan yang lebih kompleks, sehingga pelaku dapat dihukum sesuai hukum yang berlaku.

Dengan langkah-langkah ini, Lazada dapat menciptakan lingkungan e-commerce yang lebih aman dan terpercaya, serta memastikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen.

Untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang aman dan adil, penting bagi penjual dan pembeli untuk memahami hak dan kewajiban hukum mereka. Agar dapat melindungi diri dari penipuan, konsumen perlu mengetahui hak-hak mereka saat bertransaksi online. Pemerintah dan platform seperti Lazada bisa berperan dalam mempromosikan kesadaran konsumen melalui kampanye edukasi yang mengajarkan cara melaporkan penipuan serta mengenali praktik perdagangan yang curang. Konsumen yang mendapat informasi yang cukup akan lebih berhati-hati saat berbelanja dan lebih cepat mengambil tindakan hukum jika mereka menjadi korban penipuan.

Di sisi lain, penjual juga perlu memahami peraturan terkait perdagangan digital agar tidak merugikan konsumen. Lazada, sebagai platform besar, dapat menyediakan pelatihan mengenai etika bisnis digital dan hukum perdagangan elektronik kepada para penjual, sehingga mereka dapat beroperasi dengan lebih profesional dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Edukasi ini akan membantu mengurangi pelanggaran karena beberapa penjual mungkin tidak sadar atau mengabaikan kewajiban mereka saat menjalankan bisnis di platform e-commerce. Dengan pengetahuan yang lebih baik, kepercayaan pelanggan terhadap platform juga akan meningkat.

Selain itu, kerjasama antara pemerintah, kepolisian, dan platform e-commerce sangat penting untuk menanggulangi pelaku penipuan. Salah satu langkah yang bisa dilakukan adalah pembuatan database penjual nakal, yang berisi daftar hitam penjual yang terbukti melakukan

penipuan. Database ini dapat diterapkan di berbagai platform e-commerce, mencegah pelaku untuk membuka akun baru dan melanjutkan praktik penipuan mereka. Selain itu, penguatan sanksi hukum juga perlu dilakukan, di mana pelaku penipuan online dapat dijerat dengan Pasal 378 KUHP tentang penipuan, Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen yang mengatur sanksi denda dan pidana, serta Pasal 28 Ayat 1 UU ITE yang melarang penyebaran berita bohong untuk keuntungan pribadi.

Melalui langkah-langkah ini, diharapkan penipuan dalam e-commerce dapat ditekan, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital. Dengan penguatan regulasi, peningkatan pengawasan platform, dan edukasi hukum yang lebih baik bagi konsumen dan penjual, kita dapat menciptakan sistem perdagangan online yang lebih aman, adil, dan transparan bagi semua pihak.

## **KESIMPULAN**

Peran hukum dagang dalam menanggulangi penipuan produk di e-commerce seperti Lazada sangat krusial untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman dan adil. Meskipun telah ada regulasi seperti UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE, implementasi dan pengawasannya masih menghadapi banyak tantangan. Beragam modus penipuan seperti produk palsu, deskripsi menyesatkan, dan toko fiktif masih sering terjadi. Karena itu, Lazada sebagai salah satu platform terbesar harus memperketat verifikasi penjual, meningkatkan sistem pengembalian dana, dan menyediakan mekanisme perlindungan konsumen yang lebih transparan. Di sisi lain, pemerintah perlu memperkuat regulasi hukum dagang, menerapkan sanksi tegas, dan meningkatkan kerja sama dengan aparat penegak hukum serta platform e-commerce untuk mengatasi kejahatan digital secara lebih efektif. Selain itu, edukasi terhadap konsumen dan penjual mengenai hak, kewajiban, serta cara menghindari penipuan sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan profesionalisme dalam bertransaksi. Strategi-strategi ini, jika diterapkan secara konsisten, diharapkan dapat membangun kepercayaan publik terhadap e-commerce dan menciptakan lingkungan digital yang lebih aman, tertib, dan terpercaya.

**REFERENSI**

- Dzaffa Adil, Nurfauzi. “Efektivitas Perlindungan Hukum Terhadap Perjanjian Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia.” Universitas Pancasakti Tegal, 2025.
- Garamba, Yafianus, and Aryanto Nur. “Analisis Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce.” *Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika* | E-ISSN: 3063-9026 1, no. 2 (2024): 27–37.
- Hasanah, Uswatun, and S E Dinalestari Purbawati. *Digitalisasi Akuntansi: Transformasi, Teknologi Dan Tren*. Jakad Media Publishing, 2024.
- Kaffah, Alifia Fisilmi, and Siti Malikhatun Badriyah. “Aspek Hukum Dalam Perlindungan Bisnis Era Digital Di Indonesia.” *Lex Renaissance* 9, no. 1 (2024): 203–228.
- Kalesaran, Astika A. “Akibat Hukum Digitalisasi Perdagangan Saham Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Di Indonesia.” *LEX ADMINISTRATUM* 11, no. 2 (2023).
- Kapoh, Scivi Junifer. “Kajian Hukum Penerapan Kontrak Baku Elektronik Pada Transaksi E-Commerce.” *Lex Et Societatis* 8, no. 3 (2020).
- Laksana, Tri Ginanjar. “Perlindungan Hukum Konsumen E-Commerce Pada Produk Kesehatan: Pembelajaran Pada Kejahatan Siber.” *Indo Green Journal* 2, no. 1 (2024): 31–44.
- Lingga, Zahratul Putri. “Pengaruh Event Tanggal Kembar, Flash Sale, Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru.” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024.
- Maghfiroh, Fani Ma’sumatul, Sri Anugrah Natalina, and Rofik Efendi. “Transformasi Ekonomi Digital: Connection Integration e-Commerce Dan s-Commerce Dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan.” *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2, no. 1 (2023): 1–10.
- Maharani, Rista, and Andria Luhur Prakoso. “Perlindungan Data Pribadi Konsumen Oleh Penyelenggara Sistem Elektronik Dalam Transaksi Digital.” *Jurnal USM Law Review* 7, no. 1 (2024): 333–347.
- Muin, Indriani. “Perlindungan Data Pribadi Dalam Platform E-Commerce Guna Peningkatan Pembangunan Ekonomi Digital Indonesia.” *Journal Law And Justice* 1, no. 2 (2023).
- Putri, Erin Oktaviana Winarta. “Transformasi Kontrak Dalam Era Digital: Tantangan Hukum Bisnis Dalam Transaksi Elektronik Di Bisnis Sewa Kebaya Online.” Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024.
- Raharjo, Budi. “Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital.” *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 2021, 1–299.
- Rahayu, Sri, and Sandra Dewi. “Analisis Penggunaan Media E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Menurut Perspektif Manajemen Bisnis Syariah:(Studi Kasus Pada Toko Angel Bukittinggi).” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 4 (2025): 855–874.
- Rozy, Renail. “Problematika Penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Aceh (Studi Kasus UMKM Di Kota Banda Aceh).” UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023.

- Santoso, Muhammad Reza Syach Pallevi. “Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dan Prinsip Ekonomi Syariah Terhadap Penggunaan Shopee Pay Dalam Transaksi E-Commerce.” Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024.
- Sitepu, Donna Panta Br, Aron Felix Robinhot Manurung, Suhaila Zulkifli, and Tajuddin Noor. “Analisis Hukum Tanggung Jawab Penyedia Platform Market Place Terhadap Produk Palsu Dalam Transaksi Jual Beli Online.” *Jurnal Darma Agung* 32, no. 6 (2024): 464–474.
- Sumintardirja, Aruna Fatma Hidayah, and Liya Sukma Muliya. “Tanggungjawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik Berbahaya Berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999.” *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 2023, 63–68.
- Utami, Tini, Budi Purnomo, Ria Estiana, Haris Padilah, Budi Harto, Loso Judijanto, Musran Munizu, Adrian Adrian, Luh Putu Rara Ayu Ratnaningrum, and Rosyid Nurrohman. *UMKM DIGITAL: Teori Dan Implementasi UMKM Pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Wulandari, Dyah Sri, and Agustina Hotma Uli Tumanggor. *Transformasi Digital Pada Pasar Tradisional*. Penerbit NEM, 2024.