

Studi Kasus Sengketa Konsumen Dalam E-Commerce

¹Puput Indrayani, ²Feby Khairunnisya Siregar, ³Putri Aritonang, ⁴Isma Ahmad Yulizar,
⁵Ferry Aldiansyah, ⁶Muhammad Hamka, ⁷Abdul Karim
^{1,2,3,4,5,6,7}Fakultas Sains & Teknologi, Prodi Teknologi Informasi, Universitas Labuhanbatu,
Rantauprapat, Indonesia
puputindrayani68@gmail.com, febykhairunnisyah02@gmail.com,
aritonangputri579@gmail.com, aylubisisma@gmail.com, aldiansyahferi63@gmail.com,
hamkalubis175@gmail.com, Abdkarim67@gmail.com

Submit : 31 Des 25 | Diterima : 10 Jan 2025 | Terbit : 15 Jan 2025

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce yang pesat membawa berbagai kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi. Namun, hal ini juga memunculkan berbagai permasalahan hukum terkait sengketa konsumen, seperti penipuan, barang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, hingga ketidaksesuaian kebijakan pengembalian barang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai kasus sengketa konsumen dalam e-commerce, faktor-faktor penyebabnya, serta mekanisme penyelesaian yang tersedia, baik melalui mediasi, arbitrase, maupun jalur hukum. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, mengkaji regulasi yang berlaku serta berbagai kasus yang telah terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi digital masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal kesadaran konsumen terhadap hak-haknya serta efektivitas penegakan hukum. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan regulasi serta peningkatan edukasi bagi konsumen dan pelaku usaha dalam e-commerce guna menciptakan ekosistem perdagangan digital yang lebih aman dan adil.

Kata Kunci: Sengketa Konsumen; E-Commerce; Perlindungan Hukum; Penyelesaian Sengketa; Transaksi Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk di bidang perdagangan. Di masa lalu, perdagangan dilakukan secara konvensional dengan cara bertemunya penjual dan pembeli di tempat yang sama untuk melakukan transaksi jual beli. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, internet telah mengubah paradigma ini secara drastis. Internet sebagai media baru telah membuka peluang bagi para pelaku bisnis untuk memperkenalkan dan menjual barang serta jasa mereka kepada konsumen tanpa perlu melakukan pertemuan tatap muka. Hal ini kemudian melahirkan konsep perdagangan elektronik atau yang lebih dikenal dengan istilah e-commerce.

E-commerce telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, khususnya di Indonesia. Laporan dari Bank Indonesia (2021) menyebutkan bahwa nilai transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp 401 triliun pada tahun 2021, jauh melebihi proyeksi awal yang hanya sebesar Rp 337 triliun. Pertumbuhan ini sebagian besar didorong oleh perubahan preferensi konsumen yang lebih memilih berbelanja secara daring, terutama sejak pandemi Covid-19. Dengan kemajuan ini, e-commerce memberikan banyak kemudahan bagi konsumen, seperti akses mudah ke berbagai produk, harga yang kompetitif, serta kemudahan dalam melakukan pembayaran dan pengiriman barang.

Namun, di balik berbagai keuntungan yang ditawarkan oleh e-commerce, terdapat berbagai masalah yang juga muncul, khususnya dalam hal perlindungan konsumen. Salah satu masalah

utama yang sering dihadapi oleh konsumen adalah sengketa yang terjadi akibat ketidaksesuaian antara produk yang diterima dengan deskripsi yang ditawarkan oleh penjual, keterlambatan pengiriman barang, hingga penipuan. Sengketa semacam ini menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik dari sisi materiil maupun non-materiil, dan menimbulkan ketidakpuasan terhadap platform e-commerce yang digunakan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan landasan hukum untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli, termasuk transaksi melalui e-commerce. Hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang ini meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa yang dibeli. Namun, dalam praktiknya, pelaksanaan perlindungan konsumen di sektor e-commerce masih menghadapi banyak tantangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai kasus sengketa konsumen dalam e-commerce yang terjadi di Indonesia, serta mengevaluasi mekanisme penyelesaian sengketa yang ada. Dengan pendekatan studi kasus, penelitian ini mengkaji berbagai regulasi yang berlaku serta kasus-kasus nyata yang telah terjadi untuk memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih baik dalam memperkuat perlindungan konsumen di era perdagangan digital.

TINJAUAN PUSTAKA

E-Commerce

E-commerce, atau perdagangan elektronik, didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer, atau bertukar produk, layanan, atau informasi melalui jaringan komputer, terutama internet (Pradana, 2016). Konsep ini mengubah cara tradisional melakukan transaksi menjadi lebih efisien dan fleksibel. Dalam dunia e-commerce, pelaku bisnis dan konsumen dapat melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka, hanya melalui media elektronik, sehingga memudahkan proses perdagangan lintas wilayah bahkan negara.

Menurut Hoffman dan Fodor (2010), keberhasilan e-commerce bergantung pada empat prinsip utama, yang dikenal dengan istilah 4C: connection (koneksi), creation (penciptaan), consumption (konsumsi), dan control (pengendalian). Prinsip-prinsip ini menekankan pentingnya membangun koneksi antara konsumen dan penjual, menciptakan produk atau layanan yang bernilai bagi konsumen, memastikan konsumen dapat mengakses dan menggunakan produk dengan mudah, serta menjaga kontrol atas kualitas dan proses bisnis.

E-commerce di Indonesia telah berkembang pesat, terutama sejak pandemi Covid-19 yang menyebabkan perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja. Konsumen kini lebih banyak berbelanja secara daring, baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun barang-barang elektronik. Hal ini didukung oleh peningkatan akses internet dan perkembangan teknologi pembayaran digital. Namun, di sisi lain, pertumbuhan e-commerce juga diikuti dengan meningkatnya jumlah sengketa konsumen yang terkait dengan kualitas produk, keterlambatan pengiriman, serta kebijakan pengembalian barang yang seringkali merugikan konsumen (Amelia, Sarbini, Adnan, & Sukirman, 2023).

Sengketa Konsumen dalam E-Commerce

Sengketa konsumen didefinisikan sebagai perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha yang berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan (Adolph, 2016). Dalam konteks e-commerce, sengketa ini seringkali muncul akibat ketidaksesuaian antara produk yang diterima dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual, penipuan, keterlambatan pengiriman barang, hingga kebijakan pengembalian barang yang tidak memadai.

Menurut Nurhanim dan Toni (2023), sengketa konsumen dalam e-commerce semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan sektor ini. Beberapa kasus sengketa yang umum terjadi antara lain produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak atau cacat, dan penipuan oleh penjual yang tidak bertanggung jawab. Penyelesaian sengketa di Indonesia biasanya dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), mediasi oleh platform e-commerce, atau jalur hukum

melalui pengadilan negeri.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak-hak yang harus dilindungi, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa. Konsumen juga berhak mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Namun, dalam praktiknya, banyak konsumen yang tidak sepenuhnya memahami hak-hak mereka, sehingga rentan mengalami kerugian dalam transaksi e-commerce (Hadjon et al., 2015).

Perlindungan Hukum bagi Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi sangat penting mengingat banyaknya kasus sengketa yang melibatkan konsumen dan pelaku usaha. Perlindungan hukum ini bertujuan untuk memberikan rasa aman kepada konsumen, memastikan bahwa hak-hak mereka dihormati, serta menghindari potensi kerugian yang disebabkan oleh praktik bisnis yang tidak fair (Pradana, 2016).

Philipus M. Hadjon et al. (2015) menjelaskan bahwa perlindungan hukum terdiri dari dua bentuk, yaitu perlindungan preventif dan represif. Perlindungan preventif berfokus pada pencegahan sengketa dengan menyediakan regulasi yang jelas dan tegas, sementara perlindungan represif berhubungan dengan penyelesaian sengketa yang sudah terjadi, baik melalui mediasi, arbitrase, maupun jalur hukum. Di Indonesia, meskipun sudah ada regulasi yang melindungi konsumen, masih banyak kasus di mana konsumen merasa tidak mendapatkan hak mereka secara penuh, khususnya dalam hal pengembalian barang atau kompensasi atas kerugian yang dialami.

Selain itu, perlindungan terhadap data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce juga menjadi sorotan penting. Data pribadi konsumen, seperti informasi pembayaran dan identitas, harus dijaga kerahasiaannya dan dilindungi dari potensi penyalahgunaan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Di beberapa negara, perlindungan data pribadi konsumen diatur secara ketat melalui regulasi seperti General Data Protection Regulation (GDPR) di Eropa, yang mewajibkan platform e-commerce untuk menerapkan standar keamanan data yang tinggi (Mayce et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode **studi kasus** dengan pendekatan **kualitatif**. Studi kasus dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis masalah secara mendalam berdasarkan fenomena nyata yang terjadi dalam konteks e-commerce di Indonesia. Penelitian ini mengkaji kasus-kasus sengketa konsumen yang terjadi di platform e-commerce besar di Indonesia dan mengevaluasi mekanisme penyelesaian yang digunakan dalam menyelesaikan sengketa tersebut.

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dalam sengketa, termasuk konsumen, pelaku usaha, dan mediator yang bertugas dalam proses penyelesaian sengketa di platform e-commerce. Wawancara dilakukan secara mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai penyebab sengketa dan cara penyelesaiannya. Selain itu, dilakukan observasi terhadap proses penyelesaian sengketa yang terjadi di platform e-commerce.

Data sekunder diperoleh dari dokumentasi kasus-kasus sengketa konsumen yang terjadi di Indonesia, termasuk regulasi terkait perlindungan konsumen, laporan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), serta berbagai literatur yang membahas e-commerce dan sengketa konsumen.

2. Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

- a. **Wawancara Mendalam:** Wawancara dilakukan dengan para informan, yaitu konsumen dan pelaku usaha yang terlibat dalam sengketa, serta mediator dari platform e-commerce dan BPSK. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pertanyaan terbuka untuk mendapatkan informasi yang komprehensif.
- b. **Observasi:** Peneliti melakukan observasi terhadap proses penyelesaian sengketa yang berlangsung di beberapa platform e-commerce. Observasi ini bertujuan untuk memahami

bagaimana platform memfasilitasi mediasi antara konsumen dan pelaku usaha, serta untuk melihat keefektifan mekanisme penyelesaian sengketa yang digunakan.

- c. **Dokumentasi:** Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Data ini mencakup peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, laporan sengketa dari BPSK, dan publikasi terkait e-commerce.

3. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif. Data dianalisis secara kualitatif dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. **Reduksi Data:** Data yang terkumpul dari wawancara, observasi, dan dokumentasi direduksi untuk memisahkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Reduksi data ini dilakukan dengan mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema yang terkait dengan penyebab sengketa, proses penyelesaian, serta hasil penyelesaian sengketa.
- b. **Penyajian Data:** Setelah data direduksi, data disajikan dalam bentuk naratif untuk memudahkan interpretasi. Data yang sudah direduksi dan disajikan kemudian dianalisis secara mendalam untuk memahami pola sengketa dan bagaimana proses penyelesaiannya.
- c. **Kesimpulan dan Verifikasi:** Setelah penyajian data, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Kesimpulan yang diambil kemudian diverifikasi dengan data tambahan untuk memastikan validitas hasil penelitian.

4. Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, dilakukan **triangulasi** sumber dan metode. Triangulasi ini melibatkan perbandingan data yang diperoleh dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dan dokumentasi) serta penggunaan lebih dari satu metode pengumpulan data. Dengan triangulasi, peneliti dapat memastikan bahwa hasil yang diperoleh adalah representatif dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa sengketa konsumen dalam e-commerce di Indonesia paling sering terjadi karena ketidaksesuaian produk dengan deskripsi yang diberikan, keterlambatan pengiriman, serta penipuan. Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan terhadap beberapa platform e-commerce besar di Indonesia, ada beberapa pola utama yang dapat diidentifikasi dalam sengketa konsumen ini.

1. Faktor Penyebab Sengketa Konsumen dalam E-Commerce

Hasil wawancara dengan konsumen dan pelaku usaha menunjukkan bahwa sebagian besar sengketa disebabkan oleh **ketidaksesuaian produk dengan deskripsi yang diberikan**. Konsumen sering kali merasa kecewa karena produk yang diterima berbeda dengan yang diiklankan di platform. Contohnya adalah perbedaan warna, ukuran, atau kualitas barang. Ketidaksesuaian ini menimbulkan ketidakpuasan dan membuat konsumen mengajukan klaim pengembalian atau ganti rugi.

Selain itu, **keterlambatan pengiriman** menjadi faktor kedua yang paling banyak menimbulkan sengketa. Sebagian besar konsumen yang diwawancarai melaporkan bahwa barang yang mereka beli tidak dikirim tepat waktu, bahkan dalam beberapa kasus, terjadi keterlambatan hingga lebih dari satu minggu dari estimasi waktu pengiriman yang dijanjikan oleh platform. Hal ini menyebabkan ketidaknyamanan bagi konsumen yang mengharapkan barang mereka tiba dalam waktu yang lebih singkat.

Penipuan oleh penjual yang tidak bertanggung jawab juga muncul sebagai faktor yang signifikan. Beberapa konsumen melaporkan bahwa mereka tidak menerima barang setelah melakukan pembayaran, dan penjual tidak memberikan tanggapan yang memadai. Dalam beberapa kasus, penjual bahkan menghilang setelah transaksi dilakukan, sehingga konsumen tidak memiliki cara untuk mendapatkan kembali uang mereka.

2. Mekanisme Penyelesaian Sengketa di Platform E-Commerce

Berdasarkan observasi terhadap proses penyelesaian sengketa di beberapa platform e-commerce, ditemukan bahwa **mediasi** merupakan metode yang paling sering digunakan oleh platform untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Platform menyediakan fitur pengaduan di mana konsumen dapat mengajukan klaim, dan pihak platform akan memfasilitasi

komunikasi antara konsumen dan penjual untuk mencapai kesepakatan.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa proses mediasi ini tidak selalu berjalan dengan lancar. Dalam banyak kasus, proses penyelesaian sengketa memakan waktu yang lama, dengan beberapa klaim yang membutuhkan waktu hingga beberapa minggu untuk diselesaikan. Konsumen sering kali merasa frustrasi dengan lamanya waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan tanggapan dari penjual maupun dari platform. Meskipun platform memberikan kompensasi dalam bentuk voucher atau potongan harga untuk pembelian berikutnya, hal ini tidak selalu dianggap memadai oleh konsumen, terutama jika kerugian yang mereka alami cukup besar.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa **mekanisme pengembalian barang** sering kali menjadi sumber masalah tambahan. Konsumen melaporkan bahwa proses pengembalian barang terkadang rumit, dengan persyaratan yang ketat dari pihak penjual atau platform. Hal ini membuat konsumen merasa kesulitan untuk mendapatkan pengembalian dana atau penggantian barang yang sesuai.

3. Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Konsumen

Hasil studi ini menunjukkan bahwa meskipun **Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen** telah memberikan landasan hukum yang jelas, pelaksanaannya dalam konteks e-commerce masih belum sepenuhnya efektif. Banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-hak mereka sebagai konsumen dan kurang memahami prosedur penyelesaian sengketa yang tersedia. Hal ini menyebabkan konsumen cenderung menerima hasil yang kurang memuaskan dari sengketa yang mereka hadapi.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa **Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)** masih kurang dilibatkan dalam penyelesaian sengketa e-commerce. Meskipun BPSK memiliki wewenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen, banyak sengketa diselesaikan langsung oleh platform tanpa melibatkan pihak ketiga yang independen. Akibatnya, penyelesaian sering kali lebih menguntungkan bagi pelaku usaha dibandingkan dengan konsumen.

4. Pembahasan Hasil

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, dan penipuan merupakan tiga masalah utama dalam transaksi e-commerce (Amelia et al., 2023; Nurhanim & Toni, 2023). Namun, temuan baru dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme penyelesaian sengketa yang disediakan oleh platform e-commerce masih memerlukan perbaikan untuk menjadi lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Platform e-commerce perlu meningkatkan sistem mediasi mereka agar lebih cepat dan lebih efisien. Selain itu, pengembalian barang harus dipermudah dengan prosedur yang lebih sederhana dan transparan. Hal ini dapat membantu mengurangi frustrasi konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap platform.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya edukasi konsumen mengenai hak-hak mereka dalam transaksi e-commerce. Konsumen harus lebih sadar akan hak-hak mereka, serta memiliki akses yang lebih mudah terhadap informasi mengenai mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia, termasuk bagaimana mengakses layanan BPSK jika diperlukan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun e-commerce telah memberikan kemudahan dalam transaksi dan berkembang pesat di Indonesia, masalah sengketa konsumen tetap menjadi tantangan yang signifikan. Dari hasil penelitian, beberapa kesimpulan dapat diambil:

1. **Ketidaksesuaian produk**, keterlambatan pengiriman, dan penipuan oleh penjual merupakan penyebab utama sengketa konsumen dalam e-commerce. Konsumen sering kali merasa dirugikan oleh ketidakselarasan antara produk yang diterima dengan deskripsi, serta oleh pelayanan yang tidak memadai dari penjual.
2. **Mekanisme penyelesaian sengketa** yang disediakan oleh platform e-commerce, seperti mediasi dan pengembalian barang, belum sepenuhnya efektif. Proses penyelesaian sering kali memakan waktu lama, dan solusi yang diberikan oleh platform tidak selalu

- memuaskan bagi konsumen. Konsumen juga mengalami kesulitan dalam mengakses prosedur pengembalian barang yang rumit.
3. **Perlindungan hukum** yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya efektif dalam konteks transaksi e-commerce. Banyak konsumen yang tidak mengetahui hak-hak mereka dan tidak memahami cara yang tepat untuk menyelesaikan sengketa. Selain itu, keterlibatan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam menyelesaikan sengketa e-commerce masih kurang optimal.
 4. Untuk meningkatkan perlindungan konsumen, diperlukan perbaikan pada **mekanisme penyelesaian sengketa** yang lebih cepat dan efisien di platform e-commerce. Platform perlu menyediakan prosedur yang lebih mudah diakses oleh konsumen, termasuk mekanisme pengembalian barang yang lebih transparan dan adil. Selain itu, diperlukan peningkatan **edukasi konsumen** mengenai hak-hak mereka dalam transaksi digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya memperkuat regulasi dan meningkatkan kesadaran konsumen agar tercipta ekosistem e-commerce yang lebih aman dan adil di Indonesia. Dengan memperbaiki mekanisme penyelesaian sengketa dan melibatkan lebih banyak pihak independen seperti BPSK, kepercayaan konsumen terhadap e-commerce dapat ditingkatkan.

REFERENSI

- Adolph, Ralph. 2016. “**濟無**No Title No Title No Title.” 1–23.
- Amelia, Rizky, Ilyas Sarbini, Adnan, and Sukirman. 2023. “Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam E-Commerce Di Indonesia.” *Fundamental: Jurnal Ilmiah Hukum* 12(1):199–210. doi: 10.34304/jf.v12i1.92.
- Doly, Denico. n.d. “Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terkait Dengan Klausula Baku.” 41–58.
- JASMINE, KHANZA. 2014. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu* (82).
- Mayce, Seldya Vindu, and Teraliya Ramadhani, Risma Riski Cahyani, Riska Nuvia Anataya. 2023. “Pengaturan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce.” 2(1):1–11.
- Nurhanim, Nurhanim, and Toni Toni. 2023. “Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Online Ditinjau Dari UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17(1):463. doi: 10.35931/aq.v17i1.1815.
- Philipus M. Hadjon, R. Sri Soemantri Martosoewignjo, Sjachran Basah, Bagir Manan, H.M. Laica Marzuki, J.B.J.M. ten berge, P.J.J. van Buuren, F. A. .. Stroink. 2015. “Pengantar Hukum Administrasi Indonesia.” 17–51.
- Pradana, Mahir. 2016. “Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia.” *Modus* 27(2):163. doi: 10.24002/modus.v27i2.554.