

## EFEKTIVITAS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM E-COMMERCE: EVALUASI KRITIS DAN STRATEGI RESPONSIF

Ernesta Uba Wohan<sup>1</sup>, Maria Contasya Ingraini Atitus<sup>2</sup>, Laurensius Kaba Dami<sup>3</sup>, Ricardus Wesly Teka<sup>4</sup>,  
Yohanes Babtisto Seran<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Widya Mandira Kupang

Email: [Ernestha160482@gmail.com](mailto:Ernestha160482@gmail.com), [tasyaatitus06@gmail.com](mailto:tasyaatitus06@gmail.com), [damilorens@gmail.com](mailto:damilorens@gmail.com),  
[richardteka@gmail.com](mailto:richardteka@gmail.com), [tistoseran19@icloud.com](mailto:tistoseran19@icloud.com)

### Abstract

*The advancement of digital technology has significantly transformed consumer behavior, particularly through electronic commerce (e-commerce) transactions. This phenomenon has raised various legal issues concerning consumer protection, such as fraud, inaccurate product information, and misuse of personal data. This study aims to (1) examine the legal foundations of consumer protection in e-commerce in Indonesia, (2) evaluate the effectiveness of its implementation, and (3) formulate more responsive and equitable legal strategies for digital consumers. This research employs a qualitative method with a literature study approach, focusing on statutory regulations and relevant academic journals. The findings indicate that Indonesia has a relatively comprehensive legal framework, including the Consumer Protection Law, the Electronic Information and Transactions Law, the Government Regulation on Electronic Commerce, and the Personal Data Protection Law. However, the implementation still faces several challenges, such as low compliance among business actors, weak supervision, and suboptimal dispute resolution mechanisms. Therefore, strategic legal measures are needed, including regulatory harmonization, enhancement of digital legal literacy, development of online dispute resolution systems (ODR), stricter law enforcement, and multi-stakeholder collaboration. This study is expected to contribute academically to the development of consumer protection in the digital economy era.*

**Keywords:** Consumer protection, e-commerce, digital law, consumer literacy, online dispute resolution.

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, terutama melalui transaksi perdagangan elektronik (e-commerce). Fenomena ini menimbulkan berbagai persoalan hukum terkait perlindungan konsumen, seperti penipuan, informasi tidak akurat, hingga penyalahgunaan data pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengkaji landasan hukum perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia, (2) mengevaluasi efektivitas penerapannya, dan (3) merumuskan strategi hukum yang lebih responsif dan berkeadilan bagi konsumen digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi literatur terhadap peraturan perundang-undangan dan jurnal-jurnal ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa Indonesia telah memiliki dasar hukum yang cukup komprehensif, antara lain melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU ITE, PP PMSE, dan UU Perlindungan Data Pribadi. Namun, implementasi di lapangan masih menghadapi tantangan berupa rendahnya kepatuhan pelaku usaha, lemahnya pengawasan, serta belum optimalnya mekanisme penyelesaian sengketa. Untuk itu, diperlukan strategi hukum berupa harmonisasi regulasi, peningkatan literasi hukum digital, penguatan sistem penyelesaian sengketa daring (ODR), penegakan hukum yang tegas, dan kolaborasi multipihak. Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi akademis dalam pengembangan perlindungan hukum konsumen di era ekonomi digital.

**Kata kunci:** *Perlindungan konsumen, e-commerce, hukum digital, literasi konsumen, penyelesaian sengketa online.*

## PENDAHULUAN

Perubahan yang terjadi akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara manusia berinteraksi, bekerja, dan bertransaksi. Salah satu bidang yang mengalami transformasi besar adalah perdagangan. Fenomena perdagangan elektronik (e-commerce) tidak lagi menjadi tren sesaat, melainkan sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan ekonomi modern. Kemudahan dalam mengakses produk dan layanan hanya melalui gawai digital mendorong munculnya perilaku konsumsi baru yang dinamis, praktis, dan cepat.

E-commerce menawarkan banyak manfaat, antara lain kemudahan akses tanpa batas ruang dan waktu, ragam produk yang melimpah, dan efisiensi transaksi. Data dari We Are Social dan Hootsuite menunjukkan bahwa pada tahun 2024, lebih dari 178 juta pengguna internet di Indonesia melakukan transaksi digital, dan nilai pasar e-commerce nasional diperkirakan telah mencapai lebih dari Rp400 triliun per tahun. Pertumbuhan ini menunjukkan potensi luar biasa sekaligus risiko yang harus diantisipasi.

Di balik kemajuan ini, terdapat tantangan besar yang mengancam posisi konsumen sebagai pihak yang rentan. Banyak konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi digital seperti barang tidak sesuai dengan deskripsi, barang tidak dikirim, penipuan identitas pelaku usaha, hingga pencurian dan penyalahgunaan data pribadi. Tidak jarang, konsumen tidak memiliki saluran pengaduan yang jelas, atau bahkan bingung karena tidak mengetahui hak dan kewajiban mereka dalam transaksi elektronik.

Masalah tersebut diperparah oleh lemahnya pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha daring. Menurut Yulianingsih dan Putra (2023), efektivitas regulasi perlindungan konsumen di Indonesia hanya mencapai 40%, terutama pada aspek perlindungan data pribadi dan penyelesaian sengketa. Sementara itu, regulasi serupa di Uni Eropa seperti GDPR dinilai jauh lebih ketat dan efektif. Di Indonesia, ketidaksesuaian antara substansi hukum dengan realitas praktik digital menjadi penyebab rendahnya perlindungan terhadap konsumen.

Lebih lanjut, Sihombing dan Resen (2023) menyatakan bahwa regulasi seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), dan PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik masih bersifat parsial dan belum diimplementasikan secara maksimal dalam ruang digital. Tantangan dalam pengawasan, yurisdiksi antarwilayah, serta keterbatasan literasi digital masyarakat turut memperburuk situasi.

Tidak kalah penting adalah faktor rendahnya kesadaran hukum masyarakat sebagai konsumen. Sebagaimana diungkapkan oleh Fezliani (2023), banyak konsumen di Indonesia yang tidak memahami hak-hak hukumnya ketika dirugikan dalam transaksi daring. Akibatnya, mereka cenderung pasrah atau bahkan tidak melaporkan kerugian yang dialaminya, meskipun hukum memberi ruang untuk melakukan gugatan atau menyampaikan keluhan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun jalur litigasi.

Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce tidak hanya bergantung pada regulasi semata, tetapi juga memerlukan sistem pengawasan yang efektif, kesadaran masyarakat, serta adanya pembaruan hukum yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Jika tidak segera diatasi, maka potensi kerugian konsumen akan terus meningkat seiring dengan derasnya arus digitalisasi perdagangan.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk: mengkaji landasan hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce; mengevaluasi efektivitas penerapannya; dan merumuskan strategi hukum yang lebih responsif dan berkeadilan bagi konsumen di era ekonomi digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang berfungsi untuk mendeskripsikan secara sistematis dan mendalam mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk mengkaji fenomena hukum berdasarkan data

deskriptif berupa dokumen, regulasi, teori hukum, dan hasil penelitian sebelumnya, bukan dengan pengukuran kuantitatif. Penelitian seperti ini dianggap sesuai untuk menganalisis regulasi dan implementasi hukum, sebagaimana disarankan oleh Kurniawan dan Hardani (2020) bahwa metode kualitatif sangat tepat digunakan untuk menggali fenomena sosial dan hukum secara lebih komprehensif.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif, yaitu suatu penelitian yang mengkaji hukum dari aspek normatif atau kaidah hukum tertulis. Penelitian hukum normatif menitikberatkan pada studi kepustakaan, dengan menelaah peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan putusan pengadilan yang relevan (Suryani & Ahsan, 2023). Dalam konteks ini, penelitian ini berfokus pada peraturan perundang-undangan seperti UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP Nomor 80 Tahun 2019, serta peraturan turunan lainnya.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (*library research*), dengan cara mengumpulkan data sekunder dari dokumen hukum, jurnal ilmiah, buku, laporan riset lembaga resmi, hingga prosiding seminar hukum yang relevan. Studi pustaka memungkinkan peneliti mendapatkan informasi teoritis dan konseptual yang menjadi dasar dalam merumuskan permasalahan hukum. Menurut Fezliani (2023), studi pustaka efektif digunakan dalam penelitian hukum karena mampu memberikan dasar konseptual yang kuat terhadap analisis yuridis yang dilakukan.

Analisis data dilakukan dengan analisis isi (*content analysis*), yaitu proses sistematis dalam menafsirkan isi dari dokumen dan bahan hukum yang telah dikumpulkan. Langkah ini mencakup identifikasi tema, klasifikasi isu, serta penafsiran hukum terhadap teks hukum dan literatur akademik. Teknik ini umum digunakan dalam penelitian hukum normatif untuk memahami bagaimana suatu norma berlaku dalam praktik, serta dalam mengkaji kekuatan dan kelemahan dari regulasi yang ada (Sihombing & Resen, 2023).

Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai referensi terpercaya, termasuk jurnal hukum, buku teori hukum, dan regulasi resmi. Triangulasi menjadi penting untuk menghindari bias dan meningkatkan validitas interpretasi terhadap isi peraturan hukum (Yulianingsih & Putra, 2023).

## PEMBAHASAN

### Kajian Landasan Hukum Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam dunia perdagangan, termasuk di Indonesia. *E-commerce* atau perdagangan elektronik kini menjadi alternatif utama dalam transaksi jual beli barang dan jasa, terutama pasca pandemi Covid-19. Meski memberikan kemudahan dan efisiensi, transaksi *e-commerce* juga menimbulkan risiko terhadap konsumen, seperti penipuan, ketidakjelasan identitas pelaku usaha, serta penyalahgunaan data pribadi. Oleh karena itu, kajian terhadap kerangka hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi *e-commerce* menjadi hal yang sangat penting.

Di Indonesia, perlindungan konsumen dalam *e-commerce* diatur melalui beberapa peraturan perundang-undangan sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

UUPK merupakan dasar utama perlindungan konsumen secara umum. Undang-undang ini memberikan hak-hak konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 4, antara lain: hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan; hak atas informasi yang benar dan jelas; hak untuk didengar pendapatnya dan hak atas ganti rugi. Pasal 7 menetapkan kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik, memberikan informasi yang benar, dan menjamin mutu barang atau jasa. Meskipun tidak secara eksplisit menyebut *e-commerce*, prinsip-prinsip yang diatur dalam UUPK tetap relevan untuk melindungi konsumen digital (Fezliani, 2023).

2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

UU ITE memperkuat aspek legalitas transaksi elektronik. Pasal 5 menyatakan bahwa informasi dan dokumen elektronik adalah alat bukti hukum yang sah. Pasal 9 dan 10 mengatur kewajiban pelaku usaha dalam menyampaikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Undang-undang ini menjamin validitas transaksi yang dilakukan secara daring serta tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)

PP PMSE memperjelas teknis pelaksanaan perdagangan elektronik, termasuk kewajiban pelaku usaha mencantumkan identitas, menyediakan informasi lengkap, dan memberikan layanan pengaduan. Pasal 11 mewajibkan pelaku usaha menyampaikan kontrak elektronik secara transparan, dan Pasal 21–24 mengatur penyelesaian sengketa secara efektif.

4. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP)

UU PDP mengatur perlindungan data pribadi konsumen, yang sangat penting dalam *e-commerce*. Pasal 20 dan 21 menyatakan bahwa pengumpulan dan pengolahan data harus berdasarkan persetujuan yang sah dan transparan. Pelaku usaha wajib melindungi data pelanggan dan bertanggung jawab atas kebocoran atau penyalahgunaan data.

5. Ketentuan Lain seperti Peraturan OJK dan Sektor Khusus

Dalam *e-commerce* yang melibatkan layanan keuangan digital seperti *fintech* dan *paylater*, perlindungan konsumen juga diatur oleh OJK. Aspek legal ini menjadi semakin penting untuk menjaga keadilan dan transparansi.

Indonesia memiliki kerangka hukum yang cukup lengkap dalam memberikan perlindungan kepada konsumen *e-commerce*. Meskipun beberapa undang-undang belum secara eksplisit menyebut "*e-commerce*", substansi perlindungan tetap dapat diterapkan. Namun, ke depannya perlu ada harmonisasi regulasi yang lebih menyatu dan spesifik terhadap transaksi digital agar memberikan kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen.

### **Evaluasi Efektivitas Penerapan Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce**

Walaupun Indonesia memiliki berbagai regulasi terkait perlindungan konsumen digital, implementasinya di lapangan masih menemui banyak kendala. Evaluasi efektivitas penerapan hukum ini penting untuk mengetahui sejauh mana peraturan tersebut mampu melindungi konsumen secara nyata.

1. Kepatuhan Pelaku Usaha

Banyak pelaku usaha daring, khususnya UMKM, belum sepenuhnya memahami dan menerapkan kewajiban hukum. Masih banyak ditemukan praktik penjualan tanpa

mencantumkan alamat, izin usaha, dan informasi produk yang valid (Sihombing & Resen, 2023).

## 2. Rendahnya Literasi Konsumen

Konsumen di Indonesia umumnya masih memiliki literasi hukum dan digital yang rendah. Mereka tidak mengetahui haknya atau mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia (Fezliani, 2023).

## 3. Lemahnya Sistem Pengawasan dan Penegakan Hukum

Pengawasan terhadap marketplace oleh pemerintah belum efektif, dan sanksi terhadap pelanggaran belum memberikan efek jera. Bahkan, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) belum tersedia di seluruh wilayah.

## 4. Belum Optimalnya Perlindungan Data Pribadi

Meskipun UU PDP telah disahkan, implementasinya masih minim. Banyak platform e-commerce belum memiliki kebijakan perlindungan data yang kuat.

## 5. Sengketa Sulit Diselesaikan

Konsumen kesulitan menyelesaikan sengketa karena tidak adanya sistem penyelesaian sengketa digital yang terintegrasi. Penyelesaian secara konvensional dinilai lambat dan tidak efisien (Yulianingsih & Putra, 2023).

Secara implementatif, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *e-commerce* masih belum efektif. Rendahnya kepatuhan pelaku usaha, minimnya literasi konsumen, lemahnya pengawasan, dan belum optimalnya penegakan hukum menjadi penghambat utama. Oleh karena itu, perlu upaya penguatan kapasitas institusi dan edukasi publik agar perlindungan hukum dapat berjalan efektif.

### **Strategi Hukum Responsif dan Berkeadilan bagi Konsumen Digital**

Menghadapi berbagai kendala tersebut, diperlukan strategi hukum yang tidak hanya normatif tetapi juga operasional, adaptif, dan berpihak pada konsumen. Beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain:

#### 1. Harmonisasi dan Revisi Regulasi

Sinkronisasi antara UU ITE, UUPK, UU PDP, dan PP PMSE agar tidak terjadi tumpang tindih, serta memasukkan istilah dan perlindungan khusus konsumen digital ke dalam regulasi baru (Suryani & Ahsan, 2023).

## 2. Pendidikan Hukum dan Literasi Digital

Pemerintah dan platform *e-commerce* perlu mengedukasi publik, baik pelaku usaha maupun konsumen, mengenai hak dan kewajiban mereka.

## 3. Pengembangan Sistem Penyelesaian Sengketa Digital (ODR)

Membangun platform pengaduan daring yang mudah diakses dan efisien, seperti yang diterapkan di negara-negara maju.

## 4. Penegakan Sanksi yang Tegas dan Transparan

Memberikan sanksi administratif, denda, atau pemblokiran bagi pelaku usaha yang melanggar aturan sebagai bentuk penegakan hukum.

## 5. Kolaborasi Multipihak

Membangun ekosistem perlindungan konsumen yang melibatkan pemerintah, swasta, masyarakat sipil, dan akademisi.

Strategi perlindungan hukum konsumen digital harus melibatkan pembaruan regulasi, peningkatan literasi publik, penyelesaian sengketa berbasis teknologi, serta kolaborasi lintas sektor. Dengan pendekatan yang progresif dan inklusif, konsumen dapat terlindungi secara adil dan menyeluruh di era digital.

## KESIMPULAN

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* merupakan hal yang sangat penting seiring meningkatnya penggunaan platform digital dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil kajian, Indonesia telah memiliki kerangka hukum yang cukup komprehensif untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen digital, antara lain melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), serta Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP).

Namun, efektivitas implementasi dari regulasi tersebut masih jauh dari harapan. Banyak pelaku usaha belum patuh terhadap kewajiban hukum, sistem pengawasan masih lemah, serta masyarakat belum memiliki literasi hukum dan digital yang memadai. Selain itu, mekanisme penyelesaian sengketa belum adaptif terhadap kebutuhan konsumen digital.

Untuk menjawab tantangan ini, dibutuhkan strategi hukum yang responsif, progresif, dan inklusif. Strategi ini meliputi revisi regulasi agar lebih kontekstual terhadap dunia digital, penguatan literasi konsumen, penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa secara daring (ODR), serta penegakan hukum yang lebih tegas dan transparan. Kolaborasi lintas sektor juga menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem perlindungan konsumen yang adil dan berkelanjutan.

## SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemerintah dan lembaga legislatif perlu merevisi dan harmonisasi peraturan perundang-undangan yang relevan, termasuk memasukkan perlindungan khusus bagi konsumen digital dalam UUPK dan PP PMSE.
2. Penegakan hukum harus diperkuat melalui sanksi yang jelas dan konsisten terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen.
3. Pemerintah daerah dan pusat perlu membentuk sistem penyelesaian sengketa berbasis digital (ODR) yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat dengan mudah, murah, dan cepat.
4. Platform *e-commerce* wajib memberikan edukasi hukum bagi konsumen dan pelaku usaha, serta menyediakan layanan pengaduan yang profesional dan responsif.
5. Masyarakat dan organisasi sipil diharapkan turut aktif dalam melakukan pengawasan serta mendorong peningkatan kesadaran hukum di kalangan konsumen melalui kampanye dan pendidikan publik.

Dengan implementasi yang tepat dari strategi-strategi tersebut, diharapkan konsumen Indonesia dapat terlindungi secara efektif dalam transaksi *e-commerce*, serta tercipta ekosistem digital yang sehat, adil, dan bertanggung jawab.

## DAFTAR PUSTAKA

Awalia, S. A., Arhansyah, R. J., Nugroho, F. R. A., & Thapsuandji, A. A. (2023). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* Shopee. *Potensial: Jurnal Hukum, Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 110–122.

- <https://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial/article/view/740>
- Fezliani, M. (2023). Analisis hukum perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di Indonesia. *JAMUDI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(1), 11–20. <https://journal.penus.or.id/index.php/jamudi/article/view/4>
- Libria Fista, Y., Machmud, A., & Suartini. (2022). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi e-commerce ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Bina Mulia Hukum*, 7(1), 30–42. <https://ejournal.hukumkris.id/index.php/binamulia/article/view/599>
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). *Peraturan OJK terkait perlindungan konsumen sektor jasa keuangan*. [Peraturan lembaga tidak tersedia dalam URL langsung.]
- Pemerintah Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, sebagaimana telah diubah dengan *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 231.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 237.
- Prayuti, Y., Herlina, E., & Rasmiaty, M. (2022). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi perdagangan di e-commerce di Indonesia. *JHMJ: Jurnal Hukum Media Justitia*, 8(1), 45–60. <https://journal.unsur.ac.id/jhmj/article/view/4086>
- Sihombing, R. E., & Resen, M. G. S. K. (2023). Perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia (Hambatan penerapan regulasi). *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(6), 105–115. <https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i6.539>
- Suryani, A., & Ahsan, M. R. (2023). Studi normatif dalam penelitian hukum: Konsep dan aplikasinya. *Jurnal Hukum dan Peradilan*, 12(2), 150–167. <https://jurnal-bhumi.badan.go.id/index.php/jurnal/article/view/981>
- Yulianingsih, S., & Putra, R. K. (2023). Analisis yuridis tentang perlindungan konsumen pada e-commerce di Indonesia: Pendekatan yuridis-normatif. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 2(4), 225–238. <https://doi.org/10.51903/hakim.v2i4.2204>