

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE* DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Toko *Online* AURASTore Jakarta)**

Herlina Basri¹

¹*Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pamulang Tangerang Selatan, Banten,
E-mail: dosen01956@unpam.ac.id*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong meningkatnya transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*). Model transaksi ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh barang/jasa tanpa batas ruang dan waktu. Namun, perkembangan tersebut juga menimbulkan berbagai permasalahan hukum, seperti penyalahgunaan data pribadi, barang tidak sesuai deskripsi, keterlambatan pengiriman, hingga penipuan online. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) telah memberikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen. Namun dalam praktiknya, perlindungan tersebut belum berjalan optimal karena lemahnya pengawasan, kurangnya pemahaman konsumen terhadap haknya, dan kendala penegakan hukum. Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* pada Toko *Online* AURASTore Jakarta dan Apa kendala yang dihadapi dalam penerapan perlindungan hukum konsumen di sektor *e-commerce* pada Toko *online* AURASTore. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dan yuridis empiris dengan spesifikasi penelitian deskriptif, pengumpulan data dilakukan melalui studi lapangan dengan observasi dan wawancara maupun studi kepustakaan, dalam analisis data dilakukan secara kualitatif melalui penelaahan logika berpikir secara deduktif dengan metode pendekatan kualitatif studi ke lapangan ke toko AURASTore. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perlindungan hukum terhadap konsumen belum maksimal diberikan terbukti konsumen belum mendapatkan hak-hak sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Karena barang hilang dari jasa pengangkut dari distributor. Dari penelitian ini diharapkan akan mempublish di jurnal terakreditasi.

Kata Kunci: Perlindungan hukum, Konsumen, *e-Commerce*

ABSTRACT

The development of information technology has driven an increase in trade transactions through electronic systems (e-commerce). This transaction model makes it easier for consumers to obtain goods and services without the constraints of time and space. However, this development has also given rise to various legal issues, such as misuse of personal data, goods not as described, late delivery, and online fraud. Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions (ITE) have provided the legal basis for consumer protection. However, in practice, this protection has not been optimally implemented due to weak supervision, a lack of consumer understanding of their rights, and obstacles to law enforcement. The research questions are: How is legal protection for consumers in e-commerce transactions at the AURASTore Jakarta online store. What are the obstacles faced in implementing consumer legal protection in the e-commerce sector at the AURASTore online store? The research method used is normative juridical and empirical juridical, with descriptive research specifications. Data collection was conducted through field studies with observation and interviews, as well as literature studies. Data analysis was conducted qualitatively through deductive logical reasoning using a qualitative approach to field studies at the AURASTore store. The results of the study indicate that legal protection for consumers has not been optimally provided, as evidenced by consumers not receiving their rights as stipulated in Article 4 of Law Number 8 of 1999 concerning

Consumer Protection. This is because goods were lost by the distributor's shipping service. This research is expected to be published in an accredited journal.

Keywords: Legal Protection, Consumers, e-Commerce

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa dampak yang begitu besar bagi tatanan kehidupan. Dampak positif yang dihasilkan oleh perkembangan teknologi yang begitu pesat adalah kemudahan dalam memperoleh informasi secara daring. Teknologi telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi. Bahkan memberi warna baru bagi perkembangan perekonomian di Indonesia bahkan di dunia. Perkembangan teknologi menjadi faktor utama globalisasi. Perkembangan teknologi mengubah analog menjadi digital. Beberapa aspek yang dulu bersifat lokal dan sempit jangkauannya, kini telah beralih ke jangkauan yang lebih luas bahkan global. Ditinjau dari aspek sosial, Era digital memungkinkan manusia berinteraksi bahkan berbisnis dengan manusia di belahan negara lain dengan sangat mudah. *e-Commerce* memungkinkan masyarakat melakukan jual beli tanpa adanya tatap muka. Jual beli dapat dilakukan bahkan ketika Pelaku Usaha dan Konsumen berada dalam jarak yang cukup jauh secara geografis.¹

Indonesia merupakan salah satu Negara yang menjanjikan dalam perkembangan pasar berbasis *online*. Aktivitas-aktivitas yang ada perdagangan online disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*. Perkembangan transaksi jual beli melalui sistem elektronik di Indonesia berkembang pesat sejalan dengan ramainya pengguna internet yang terus mengalami kenaikan secara signifikan. Media elektronik merupakan salah satu jembatan bagi para pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi secara *online*. Kegiatan jual beli *online* dijumpai oleh sebuah platform atau wadah yang semestinya dengan mudah diakses oleh setiap individu hanya dengan jaringan internet dan alat elektronik.

Di Indonesia gerakan perlindungan konsumen menggema dari gerakan serupa di Amerika Serikat. YLKI yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia berdiri 11 Mei 1973. Sekalipun demikian tidak berarti sebelum ada YLKI perhatian terhadap konsumen di Indonesia sama sekali terabaikan. Dilihat dari kualitas dan materi muatan produk hukum itu dibandingkan dengan keadaan di negara-negara maju terutama AS, kondisi di Indonesia masih jauh dari menggembirakan. Walaupun demikian, keberadaan peraturan hukum bukan satu-satunya ukuran untuk menilai keberhasilan gerakan perlindungan konsumen.²

Dizaman yang serba canggih dan masyarakat yang semakin berkembang seperti sekarang, banyak sekali media *online* yang dapat digunakan sebagai wadah dalam perdagangan dunia digital maupun pemasaran digital. Fungsi dari wadah

¹ Ariyadi, *Jual Beli Online Ilmu Taimiyah*, Diandra Kreatif, Yogyakarta, 2018, hlm.1

² Herlina Basri, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Media Pustaka Indonesia, 2024, hal 5

tersebut menjadi perantara bertemunya si penjual dan pembeli dalam dunia jual beli *online*. Melalui wadah tersebut, kegiatan jual beli *online* bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Wadah jual beli *online* yang penyebarannya luas di Indonesia dan dikenal sebagai tempat berbelanja salah satu contohnya adalah Shopee. Wadah jual beli *online* tidak hanya berkedok sebagai transportasi penjualan. Dengan berkembangnya teknologi, kini ranah komunikasi antar individu pun dengan mudah digunakan untuk jual beli *online*, contohnya Whatsapp dan Instagram.

Transaksi melalui sistem elektronik memungkinkan para pihak selaku pelaku usaha dan konsumen dapat melakukan transaksi tanpa harus saling bertatap muka dan cukup melalui media elektronik. Berkembang pesatnya sistem transaksi secara *online* juga menimbulkan dampak negatif bagi konsumen. Dengan berkembang pesatnya pasar *online* di Indonesia, masyarakat cenderung mengabaikan etika dalam bertransaksi.³ Fakta yang seringkali dijumpai dalam hal bertransaksi secara *online* ialah kerugian yang dialami oleh konsumen. Kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut ialah akibat dari kecurangan toko usaha *online* yang bertujuan untuk kepentingan pribadinya.

Contoh dari kerugian yang dialami konsumen banyak ragamnya, mulai dari kondisi barang yang tidak sesuai dengan foto barang yang dipasarkan, warna yang tidak sesuai dengan foto barang yang dipasarkan, jumlah yang tidak sesuai dengan keterangan saat pemesanan, dan sebagainya bahkan bisa terjadi penipuan yang salah satunya barang tidak dikirim setelah terjadinya pembayaran. AURASTore adalah salah satu toko usaha berbasis *online* yang sudah berdiri sejak tahun 2015. Dengan produk tas yang menjadi obyek perdagangannya, AURASTore banyak digemari kawula muda dan menjadi toko yang dituju dalam dunia fashion khususnya tas. Toko *online* yang dimiliki oleh Ananda Aura Firda Liana tersebut menjual berbagai macam tas wanita yang modelnya dapat membuat para wanita terkesima.

Tidak menutup kemungkinan, bahwa AURASTore sendiri pernah mengalami masalah dengan konsumennya. Ada kalanya konsumen mengkritik AURASTore didalam proses transaksi maupun saat transaksi sudah selesai dilaksanakan. Menghadapi berbagai macam sifat dan kemauan dari konsumen yang berbeda-beda juga menjadi alasan terjadinya masalah antara penjual dan pembeli. Maraknya kekecewaan konsumen saat ini membuat terjadinya kesenjangan antara peraturan perundang-undangan yang mengatur dengan kenyataan yang ada di masyarakat. Hukum perlindungan konsumen ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat di era globalisasi seperti sekarang ini. Perlindungan konsumen memiliki istilah yang berkaitan dengan perlindungan hukum, oleh karena itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum.⁴

³ Irfan Alfari, *Op.cit*, hlm.5

⁴ Lestari, Anak Agung Adi. "Perjanjian baku dalam jual beli kredit sepeda motor ditinjau dari undang-undang nomor 8 tahun 1999." *Jurnal Magister Hukum Udayana* 5.2:337-352, hlm.344

Bisnis digital memungkinkan konsumen membeli barang dari luar daerahnya atau bahkan dari luar wilayah Indonesia tanpa terlebih dahulu melihat atau memeriksa kondisi barang. Hal tersebut meningkatkan risiko kecurangan pelaku usaha yang bisa merugikan konsumen. Regulasi terkait Perlindungan hukum terhadap konsumen maupun pelaku usaha dapat ditemukan dalam Undang-undang perlindungan Konsumen. Undang-undang perlindungan Konsumen menetapkan bahwa yang dimaksud Pelaku Usaha adalah pelaku usaha yang berkedudukan di Indonesia. Sehingga terkait sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha yang berkedudukan di luar wilayah Indonesia, undang-undang perlindungan konsumen tidak dapat mengakomodir permasalahan yang timbul.

Selain banyaknya masalah yang terjadi di kalangan pasar ritel, bisnis *startup* juga memiliki masalahnya tersendiri. Maraknya *order fiktif* oleh oknum konsumen yang tidak bertanggung jawab di kalangan penyedia jasa pesan antar bisa saja sangat merugikan penyedia jasa. Dengan hak ini Undang-undang perlindungan konsumen mengatur hal-hal yang dilarang bagi pelaku usaha namun belum mengatur bagian yang dilarang bagi konsumen. Padahal seiring berkembangnya zaman, kerugian bisa dialami baik konsumen maupun pelaku usaha, sehingga perlu adanya suatu regulasi khusus yang dapat melindungi hak-hak dari konsumen maupun Pelaku Usaha baik dalam transaksi konvensional maupun transaksi digital.

Dalam melakukan *Social Engineering* hukum harus dikembangkan terus menerus agar selalu selaras dengan nilai-nilai sosial yang selalu berubah. Hukum bukan hanya merupakan kumpulan norma-norma abstrak atau tertib hukum saja, tetapi hukum merupakan suatu proses untuk mengadakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan yang saling bertentangan.⁵

Selanjutnya hal yang perlu diperhatikan adalah pencantuman klausula baku. Kesetaraan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha memang sudah diakui secara yuridis, namun praktiknya, konsumen tidak memiliki pilihan lain selain mematuhi aturan yang diberikan oleh Pelaku Usaha.⁶ Contoh yang sering kita lihat dan sebenarnya bisa kita temukan dalam praktek jual beli *online*, penyertaan klausula baku oleh penjual sudah biasa terjadi, hal ini menimbulkan daya tawar yang tidak seimbang antara penjual dan pembeli.⁷ Beberapa aplikasi mengharuskan konsumen untuk mengizinkan akses ke data yang terdapat pada ponsel konsumen sebelum menggunakan beberapa aplikasi. Data apa yang akan diakses oleh mitra bisnis cenderung tidak jelas. Pada beberapa aplikasi pinjaman *online* misalnya, kreditur dapat mengakses daftar kontak debitur.

Sebagaimana diatur oleh undang-undang perlindungan konsumen,

⁵ Sulaiman, Abdullah. "Pengantar ilmu hukum.", Jakarta, UIN, 2019, hal 50

⁶ Syamsudin, M, Perlindungan Hukum Konsumen atas Penerapan klausula Baku. *Jurnal Yudisial*, Vol.11, (No.1), p.102, (2018).

⁷ Nugraha, Rifan Adi., Mukhtar, Jamaluddin., & Ardianto, Hardika Fajar, Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online. *Jurnal Serambi Hukum*, Vol.08, (No.02), p.93, (2015).

pencantuman klausul standar oleh pelaku usaha dilarang dan dapat dibatalkan demi hukum. Beberapa permasalahan tersebut di atas merupakan sebagian kecil dari sekian banyak permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan transaksi di *era* digital dan akan terus berkembang menjadi semakin kompleks seiring dengan perkembangan teknologi. Untuk menjamin hak semua orang yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*, khususnya konsumen, perlu dilakukan pengujian efektivitas regulasi yang ada dalam menyelesaikan setiap permasalahan yang timbul, dan jika dianggap sudah tidak efektif lagi, perlu dilakukan diperbaharui undang-undang tentang perlindungan konsumen yang melakukan transaksi melalui *e-commerce*.

Sebagai suatu negara hukum, segala bentuk tindakan apapun itu termasuk perilaku dalam bisnis di *era* digital haruslah sesuai dengan peraturan perundangan. Indonesia telah memiliki regulasi yang dapat digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen dan pelaku usaha, namun regulasi tersebut lahir jauh sebelum digitalisasi itu ada sehingga tidak lagi dapat mengimbangi kehidupan manusia yang sangat dinamis mengikuti perkembangan zaman. Belum adanya pembaharuan terhadap undang-undang perlindungan konsumen menimbulkan kerumitan dalam penegakan hukumnya bagi konsumen dan pelaku usaha yang mengalami kerugian.

Bekerjanya hukum secara efektif dalam masyarakat dapat tercermin ketika, hukum dilaksanakan dan ditaati dengan baik oleh masyarakat. Hukum harus dapat mengarahkan perilaku masyarakat sehingga tujuan pembentukan hukum dapat terwujud.⁸

Hukum dianggap memiliki peran besar dalam perubahan masyarakat yaitu ketika hukum dapat merespons dengan cepat perubahan hukum yang terjadi, mengingat permasalahan dalam masyarakat cenderung berubah secara cepat mengikuti perubahan pola hidup masyarakatnya. Namun ketika hukum cenderung lambat dalam merespon perubahan, hukum memperkecil fungsinya dalam masyarakat, sehingga masyarakat berubah dengan sendirinya bukan karena adanya hukum yang bekerja.⁹

Dalam pemikiran mengenai relasi hukum dan masyarakat, sebenarnya dapat diidentifikasi dua fungsi utama hukum, yaitu sebagai pranata sosial dan sebagai institusi keadilan. Kedua fungsi ini juga merupakan patronase utama hukum responsif terhadap pembangunan hukum yang berdimensi sosial.¹⁰

Pembentukan hukum dan pembaruan terhadap bahan-bahan hukum, harus ditujukan untuk mewujudkan keseimbangan sosial (*social equilibrium*), yakni kehidupan yang tertib, adil dan sejahtera. Corak komunikasi atau dialog dan dialektika yang berlangsung dalam proses pembentukan perundang-undangan akan berpengaruh pada karakter hukum, semakin transparan dan partisipatif akan

⁸ Nugrahaningsih, W. (2017). Implementasi Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online. *Jurnal Serambi Hukum*, Vol.11, (No.01), pp.30-32.

⁹ Rahardjo, S. (2010). *Sosiologi Hukum Esai Esai Terpilih*. Yogyakarta: Genta Publishing.

¹⁰ Santiago, Faisal, Monograf Pembaruan Hukum "Narasi Epistemik Perwujudan Tatanan Hukum Nasional Yang Responsif", Jakarta, Prenada, 2023, hal 9

menjadikan hukum semakin responsif.¹¹

Sebagai sebuah sistem, hukum terbagi dalam 3 (tiga) komponen yaitu : struktur hukum, substansi hukum dan kultur hukum.¹² Struktur hukum/penegak hukum merupakan alat yang menjalankan hukum berupa suatu lembaga yang diciptakan oleh hukum, diantaranya kepolisian, kejaksaan dan pengadilan yang memiliki fungsi sebagai *law enforcement*.¹³ Substansi hukum merupakan norma hukum yang digunakan sebagai pedoman bagi struktur hukum untuk menjalankan fungsinya sebagai penegak hukum, diantaranya berupa UU maupun peraturan tertulis lainnya. Kultur hukum/budaya hukum merupakan suatu hal yang tercipta, yang merupakan cerminan ide, sikap, harapan maupun sudut pandang lawyer dan judges sebagai internal legal culture dan masyarakat sebagai external legal culture dalam menghadapi hukum. Sebagai suatu sistem, struktur hukum, substansi hukum dan kultur hukum saling berinteraksi pada realitas hukum dan sosial.

Ciri sistem hukum adalah sifatnya yang terbuka. Salah seorang pendukung teori sistem hukum terbuka adalah Paul Scholten yang berpendapat bahwa *"Hukum adalah suatu sistem, bahwa segala peraturan itu saling berkaitan dan ditentukan satu sama lain, bahwa peraturan itu dapat disusun secara logis dan yang khusus itu dapat mencari aturan umum, kita akan sampai pada prinsip. Tetapi ini tidak berarti bahwa dengan bekerja secara logis pada setiap masalah saja dapat ditemukan keputusan hukum. Karena selain kerja intelek, keputusan selalu didasarkan pada penilaian yang buat sesuatu yang baru"*.¹⁴

Undang-undang perlindungan Konsumen dapat berlaku secara efektif bergantung pada sistem hukum yang saling berhubungan yaitu penegak hukum dalam menyikapi regulasi Perlindungan Konsumen, Undang-undang perlindungan Konsumen sebagai substansi hukum serta kultur hukum yang tidak hanya meliputi hukum negara dan hukum adat namun juga meliputi kebiasaan pelaku usaha dan konsumen dalam menjalankan fungsinya masing - masing.¹⁵

Pembangunan hukum di Indonesia diharapkan dapat menciptakan kepastian investasi terkait dengan penegakan dan perlindungan hukum bagi investor yang akan melakukan investasi di Indonesia. Perdagangan adalah salah satu bagian dari bidang perekonomian yang diharapkan dapat memperoleh perlindungan hukum.¹⁶

Dalam pelaksanaan transaksi di era digital saat ini yang terus berkembang

¹¹Hidayat, Arif, and Zaenal Arifin. "Politik Hukum Legislasi Sebagai Socio-Equilibrium Di Indonesia." *Jurnal Ius Constituendum* 4.2 (2019): 147-159.

¹² Friedman, Lawrence M. (2009). *Sistem Hukum; Perspektif Ilmu Sosial*. Bandung: Nusa Media.

¹³ Arif, Yudhi Candra N. (2013). Dimensi Perubahan Hukum Dalam Perspektif Sistem Hukum Terbuka. *Jurnal IuS; Kajian Hukum dan Keadilan*, Vol.1, (No.1), pp.117 - 118.

¹⁴ *ibid*

¹⁵ Nugrahaningsih, op cit hal 12

¹⁶ Herlina Basri. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung). *Pamulang Law Review*, 2 (2), 131-140. (2020).

menjadi semakin kompleks seiring dengan perkembangan teknologi. masyarakat lebih condong bertransaksi melalui *online*, sedangkan peraturan yang mengaturnya yaitu Undang-undang perlindungan Konsumen dibuat untuk transaksi melalui konvensional, jadi Undang-undang perlindungan Konsumen ini belum mengakomodir perlindungan hukum terhadap konsumen yang bertransaksi melalui *e-commerce*.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang dipergunakan metode hukum yuridis empiris dengan objek penelitian dalam perspektif dengan pendekatan deskriptif analitis. Penyusunan artikel ilmiah ini mempergunakan *statute approach* (pendekatan perundang-undangan) dan membandingkan dengan penerapan di lapangan dengan melakukan wawancara ke Toko *online* AURASTORE. Adapun bahan hukum yang dipergunakan pada penyusunan jurnal ini antara lain, pertama, bahan hukum primer yakni peraturan undang-undang yang berhubungan dengan peraturan perlindungan konsumen dimana memiliki kaitan dengan bahan hukum primer seperti buku tentang hukum, pendapat ahli, serta jurnal-jurnal ilmiah. Ketiga, bahan hukum tersier ialah bahan hukum dimana dipergunakan untuk rujukan selain itu juga mempunyai implikasi dengan objek permasalahan. Teknik penelusuran bahan hukum menggunakan teknik menganalisis peraturan perundang-undangan yang memiliki kaitan dengan objek permasalahan. Analisis kajian menggunakan analisis kualitatif yaitu mengkaji hasil-hasil yang diperoleh penulis mencoba menganalisis dari sudut perundangan yang berlaku dan membandingkan penerapannya di lapangan.

Teknik analisis bahan hukum yang digunakan adalah Diskriptif analisis yang mengacu pada suatu masalah tertentu yang kemudian dikaitkan dengan literatur, pendapat pakar hukum, maupun berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku¹⁷

Filosofis ini adalah penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka (studi kepustakaan) atau data-data sekunder terhadap asas-asas hukum serta studi kasus, sering disebut juga disebut sebagai penelitian hukum kepustakaan.¹⁸ Aspek Filosofis pada penelitian ini berarti suatu metode penyelidikan secara filosofis. Filosofi berdasarkan pada sejarah, mazhab dan teori yang relevan untuk mengupas permasalahan. Metode filosofis adalah refleksi atas pengalaman dan pengertian tentang suatu hal dalam cakrawala yang universal dengan pengolahan pikiran yang metodis dan sistematis.¹⁹

¹⁷ Mufatikhatul Farikhah, "Konsep Judicial Pardon (Pemaafan Hakim) Dalam Masyarakat Adat Di Indonesia," *Jurnal Media Hukum* 25, no. 1 (2016): 81–92.

¹⁸ Soekanto, Soerjono, *op.cit.* hal 105

¹⁹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2016) 20, *Jurnal Media Hukum* 25, no. 1 (2016): 81–92.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *e-commerce* Pada Toko *Online* AURAstore Jakarta

Hasil wawancara penulis dengan pelaku usaha *Online* AURAstore Jakarta yang bernama Aura Firda Liana, seorang karyawan swasta berusia 24 tahun yang dimana bertempat tinggal di kawasan Lenteng Agung, Jakarta Selatan, pada tanggal 25 Maret 2022.²⁰ AURAstore didirikan oleh Aura Firda Liana pada tahun 2016. AURAstore bergerak dibidang Fashion wanita dengan jenis yang diperdagangkan yaitu tas wanita. AURAstore terletak di pertengahan ibu kota yang bisa dibilang daerah cukup ramai, yaitu Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Dengan banyaknya bangunan sekolah dan berjalannya kegiatan pendidikan, menjadi nilai lebih dari AURAstore sehingga bisa tepat sasaran dalam menentukan kelas pemasarannya. AURAstore bergerak dengan sasaran pasar menengah kebawah, di mulai dari memasarkannya kepada teman di lingkungan pemilik baik lingkungan sekolah maupun lingkungan rumah dan pembuatan akun social media instagram, dan shopie dengan tujuan agar AURAstore lebih mudah dijangkau oleh banyak orang dan mempermudah sistem pemasaran dari AURAstore itu sendiri.

Di *era* digital seperti sekarang, menjadi sebuah landasan ketertarikan tersendiri bagi saudara aura karena sudah banyak masyarakat yang memiliki mobile phone dan kebanyakan orang memilih untuk berbelanja melalui *online*. Banyaknya platform digital yang menyajikan barang-barang sesuai kebutuhan masyarakat tanpa perlu keluar rumah menjadi nilai tersendiri bagi sistem jual beli *online* dimasa ini. Terlebih lagi jual beli *online* ini mudah dijangkau ke berbagai tempat cukup dengan adanya handphone dan internet.

Selain itu dengan melakukan usaha *online* sebagai pelaku usaha bisa dengan mudah mengatur waktunya sendiri. Keuntungan maupun kemudahan lain yang didapat adalah modal yang dikeluarkan tidak terlalu besar, pemilik toko tidak perlu membuat tempat usaha yang memadai, cukup dengan akun social media. Waktu yang fleksibel, jangkauan pasar yang lebih luas dan lebih mudah diakses kapan saja.

Untuk memperoleh data bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam transaksi di Toko *online* AURAstore penulis melakukan wawancara juga dengan 2 (dua) orang konsumen yaitu konsumen pertama yang bernama Dian Prawesti, Umur 22 Tahun, alamat Jl. Timbul 3 Rt 007/004 Ciganjur, Jakarta Selatan, Pekerjaan Pelajar/Mahasiswa. pada tanggal 27 Nov 2025.²¹ Pada tanggal 18 Maret 2024 Saudari Dian pernah membeli satu tas di AURAstore dengan model tas selempang tali rantai berwarna hitam seharga Rp.52.000,00. Ia sudah melakukan mekanisme transaksi sesuai ketentuan toko. Ia memilih melakukan metode

²⁰ Aura Firda Liana, Pemilik AURAstore, Wawancara di KFC Gardu, Lenteng Agung, 25 Nov 2025, Jam 16:00 WIB

²¹ Dian Prawesti, Konsumen Pertama, Membeli tas tali rantai berwarna hitam, Pelaksanaan Wawancara di Warung Kopi Berkah Depok, 27 Nov 2025, Jam 19:30 WIB

pembayaran dengan Cash On Delivery (CoD) yang disediakan oleh pihak AURastore dan memilih melakukan metode pengiriman dengan sistem CoD yang dilakukan sesuai kesepakatan yaitu di daerah Gardu, Lenteng Agung, Jakarta selatan. Ia membayar sesuai kesepakatan harga yang tertera diketerangan gambar yang dipublikasikan. Ketika barang sudah sampai ditangan saudari Dian dan di cek, saudari dian merasa dirugikan karena ternyata ukuran tas tidak sesuai dengan foto yang di gambar. Ia merasa dirugikan karena barang yang ia terima tidak sesuai dengan foto yang tertera.

Kemudian saudari Dian melakukan konfirmasi kepada pihak Aurastore melalui fitur whatsapp pribadi pemilik AURastore atas kerugian yang dialami olehnya. Dengan memberikan penjelasan yang jelas, pihak AURastore mengakui atas kelalaiannya yang tidak memberikan atau mencantumkan ukuran yang jelas saat mem-publikasikan gambar tas yang akan dijual.

Dengan cepat dan tanggap pihak AURastore meminta maaf dan sebagai bentuk tanggung jawab maupun ganti rugi, pihak AURastore memberikan penawaran berupa penukaran barang yang sejenis atau sesuai dengan harga kesepakatan yang telah lebih dulu saudari Dian bayarkan. Pada tanggal 21 Maret 2024 saudari Dian menukar dengan tas selempang berwarna putih dengan aksesoris tambahan tali rantai dengan CoD ditempat yang sama tanpa perlu mengeluarkan uang kembali.

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dengan konsumen kedua Yaitu Junia Mirnawati Dewi, seorang pelajar yang bertempat tinggal di Jl. Amsar Rt 002/004 Cipadak, Jakarta Selatan, pada tanggal 4 Des 2025.²² saudari Junia pernah memesan tas bahu berwarna hitam dengan aksesoris tali rantai seharga Rp.56.000.00 dan tas selempang berwarna pink seharga Rp. 49.000.00 di tanggal 12 Juni 2024. Ia sudah melakukan mekanisme transaksi sesuai ketentuan toko yaitu dengan mengisi format order yang sesuai. Ketika ia ingin melakukan konfirmasi, pihak AURastore tidak ada kabar dan lambat dalam menjawab chat dari saudari Junia dalam kurun waktu kurang lebih 8 jam.

Saudari Junia merasa kecewa dan dirugikan karena ternyata, AURastore mengabari dan memohon maaf kalau barang yang diinginkan telah terjual kepada yang lain dan mengaku tidak memperhatikan setiap chat yang masuk dari setiap konsumen karna terkadang tertimpa dengan chat konsumen yang lain terlebih lagi ternyata si penjual memiliki tanggung jawab pekerjaan lain selain berkecimpung di bisnis *online* ini. Saudari junia berpendapat seharusnya bisa memperhatikan dari setiap chat konsumen yang lebih dahulu masuk dilihat dari jam nya.

Sebagai bentuk tanggung jawab maupun ganti rugi pihak AURastore memohon maaf dan menawarkan produk yang lain yang mungkin saudari Junia sukai. Pihak AURastore pun memberikan discount Rp. 5.000.00 per barang dari

²² Junia Mirnawati Dewi, Konsumen Kedua, Membeli Tas Bahu Berwarna Hitam dan Tas Selempang Berwarna Pink, Pelaksanaan wawancara di Kediaman Konsumen Kedua, 4 Des 2025, Jam 20:00 WIB

harga produk yang selanjutnya dipesan oleh saudara Junia pesan demi kenyamanan berbelanja di AURASTore yaitu tas bahu berwarna putih dengan tali rantai dengan mekanisme *Cash On Delivery* dilakukan pada tanggal 13 Juni 2024 di kawasan Joe, Lenteng Agung.

Ditinjau dari hasil penelitian yang saya lakukan dengan kasus kerugian yang dialami oleh 2 (dua) konsumen diatas yang didapatkan melalui hasil wawancara antara penulis kepada para narasumber, dapat diuraikan sebagai berikut :

Konsumen Pertama, dalam kasus konsumen pertama, pihak AURASTore melanggar Hak dan Kewajiban Konsumen yang terdapat di Bagian pertama pasal 4 nomor 3 berbunyi “Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa” Sebagai sarana perbelanjaan, baik yang berbasis *online* maupun tidak *online* atau tradisional, konsumen berhak dengan jelas mendapatkan informasi atas apa yang akan dipergunakan maupun dikonsumsi. Melalui jual beli *online* dan adanya media komunikasi internet, meskipun tidak bertatap muka secara langsung seharusnya hak konsumen atas informasi yang benar tidak boleh terlewatkan.

Pihak AURASTore juga tidak mentaati Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha yang terdapat di Bagian kedua pasal 7 ayat B berbunyi “Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan” Sebagai pihak penjual, toko usaha *online* harus tetap memberikan penjelasan yang terbilang jelas setiap kali memasarkan barang atau jasa yang akan diperdagangkan demi terciptanya keamanan selama bertransaksi maupun sesudah bertransaksi. Melihat dari keadaan dalam jual beli *online* yang dimana pembeli tidak bisa meninjau langsung kondisi barang atau jasa yang akan dipergunakannya ataupun dikonsumsi.

Atas kejadian tersebut, konsumen pertama merasa dirugikan dan tidak tercapainya suatu prestasi atas perjanjian tersebut yang dimana dengan adanya informasi yang jelas tidak akan timbul rasa kecewa seperti yang dirasa oleh konsumen pertama. Tindakan penyelesaian dan pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pihak AURASTore dalam kasus konsumen pertama ini yaitu mempersilahkan konsumen pertama untuk menukar barang yang telah dibeli dengan mempersilahkan konsumen untuk memilih kembali barang yang diinginkan sesuai harga yang disepakati dari awal tanpa perlu mengeluarkan uang kembali.

Dalam kasus konsumen kedua, pihak AURASTore melanggar hak dan kewajiban konsumen yang terdapat di bagian pertama pasal 4 nomor 7 berbunyi “Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif” Sebagai sarana perbelanjaan *online* yang dimana dengan adanya internet bisa dengan mudahnya toko usaha *online* tersebut tersebar-luaskan seharusnya tidak mengurangi rasa kenyamanan dan menimbulkan kekhawatiran bagi para konsumen yang merasa tidak diperlakukan baik oleh toko usaha *online* yang dituju.

Pihak AURASTore juga tidak mentaati Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

yang terdapat di Bagian kedua pasal 7 ayat C berbunyi “Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif” Sebagai sarana perbelanjaan *online* yang dimana dengan adanya internet bisa dengan mudahnya toko usaha *online* tersebut tersebar-luaskan seharusnya AURASTore bisa mengantisipasi sewaktu-waktu chat dari setiap peminat barang yang dipasarkannya semakin ramai namun tetap memberikan kenyamanan setiap konsumen yang sudah mempercayai untuk berbelanja kebutuhannya di AURASTore

Atas kejadian tersebut, tindakan penyelesaian dan perlindungan hukum yang dilakukan oleh pihak AURASTore dalam kasus konsumen kedua ini yaitu menawarkan penggantian atas barang yang sudah dipesan oleh konsumen, memberikan potongan harga dari barang yang nantinya akan dipesan kembali oleh konsumen dengan tujuan agar konsumen nyaman dan menjaga nama baik AURASTore dan menyadari keterlambatan dalam merespon chat dari konsumen. Tindakan tersebut adalah bentuk ganti rugi dari pihak AURASTore terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat kelalaian dari pihak toko.

Penulis menganalisa dari penelitian ini perlindungan hukum buat konsumen belum maksimal dilihat dari kedua konsumen yang berbelanja ditoko *online* tersebut ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bentuk perlindungan hukum dari pihak AURASTore terhadap konsumen yang mengalami kerugian sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang beredar. Disebutkan dalam UUPK Bab VI tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha pasal 19 ayat 1 J.O ayat 3 yang berbunyi (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Pihak AURASTore sudah dengan sigap tanpa mengulur waktu melebihi batas yang disebutkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu 7 (tujuh) hari dalam mendengarkan keluhan dan mengatasi kerugian yang dialami oleh beberapa konsumennya. Beberapa konsumen yang mengalami kerugian sudah dengan tepat memilih jalan dalam meminta pertanggungjawaban dari pihak toko yang sesuai dengan mekanisme toko AURASTore itu sendiri. Pihak AURASTore juga memenuhi Bab VI Pasal 20 yaitu Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pihak AURASTore memenuhi Hak dan Kewajiban konsumen pasal 4 butir 2 yang berbunyi “Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.” Pasal 4 butir 4 berbunyi “Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.” Pasal 4 butir 8 berbunyi “Hak untuk

mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya”

Pihak Aurastore sudah memenuhi Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha yang terdapat di Bagian kedua pasal 7 ayat G yang berbunyi “Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”

Kendala Yang Dihadapi Dalam Penerapan Perlindungan Hukum Konsumen Di Sektor *e-Commerce* Pada Toko *online* AURASTORE

Kendala yang dihadapi dalam penerapan Perlindungan Konsumen di sektor *e-commerce* pada Toko *online* AURASTORE penulis menganalisa

1. Kelemahan Regulasi dan Penegakan Hukum, regulasi belum sepenuhnya komprehensif. Meski sudah ada: UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, PP 80/2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), UU PDP (Perlindungan Data Pribadi), Namun masih terdapat celah dan tumpang tindih, misalnya: definisi pelaku usaha digital yang belum jelas, perlindungan data pribadi yang belum efektif, standar keamanan platform yang belum seragam. Penegakan hukum lemah sulitnya melacak pelaku usaha yang berada di luar negeri, keterbatasan kewenangan BPSK dalam sengketa *e-commerce*, minimnya sanksi yang benar-benar menimbulkan efek jera.
2. Masalah Yuridiksi dan Pelaku Usaha Luar Negeri, *e-commerce* bersifat lintas negara sehingga muncul kendala: perbedaan yurisdiksi dan sistem hukum negara lain, pelaku usaha asing sering tidak memiliki kantor perwakilan di Indonesia, sulitnya memaksa platform asing mengikuti putusan BPSK atau pengadilan Indonesia, hambatan teknis dalam eksekusi putusan (ekstrateritorialitas hukum)
3. Asimetri Informasi dan Ketimpangan Posisi Konsumen, Informasi produk tidak memadai. Banyak penjual memberikan informasi yang tidak akurat, menyesatkan, atau tidak lengkap. Ketimpangan daya tawar dalam hal ini Konsumen berada pada posisi yang lebih lemah karena tidak dapat memeriksa barang secara langsung, tidak memahami ketentuan penggunaan (*terms & conditions*) yang panjang dan kompleks, tidak mengetahui identitas pelaku usaha.
4. Maraknya Penipuan dan Praktik Dagang Curang, termasuk: barang palsu, phishing, penjual fiktif, manipulasi ulasan (*fake reviews*), iklan yang menyesatkan, Platform besar berusaha melakukan moderasi, tetapi tetap banyak celah.
5. Rendahnya Literasi Digital Konsumen, Banyak konsumen belum memahami: cara bertransaksi aman, hak-hak hukum sebagai konsumen, prosedur pengaduan dan penyelesaian sengketa, risiko membagikan data pribadi, Akibatnya, konsumen mudah tertipu dan tidak tahu cara menuntut haknya.

6. Perlindungan Data Pribadi yang Belum Optimal, Kendala yang sering muncul: kebocoran data di platform *e-commerce*, penggunaan data untuk iklan tanpa persetujuan eksplisit, lemahnya keamanan siber pelaku usaha kecil, tidak adanya laporan atau transparansi saat terjadi kebocoran, Meskipun UU PDP telah berlaku, implementasinya masih berjalan bertahap.
7. Kesulitan Penyelesaian Sengketa, Mekanisme internal platform tidak transparan. Beberapa platform dalam hal ini lambat menindak laporan konsumen, cenderung memihak kepada penjual besar, tidak menyediakan proses banding yang jelas, BPSK tidak efektif untuk sengketa *online* Internasional karena pelaku usaha tidak hadir BPSK tidak dapat menjangkau pedagang luar negeri, eksekusi putusan sering tidak berhasil, Sengketa di pengadilan cukup kompleks. Meliputi pembuktian digital, lokasi pelaku usaha, biaya dan waktu yang tidak sebanding dengan nilai kerugian,

Langkah yang dilakukan oleh pihak AURASTORE agar konsumen percaya :

- a. Memposting foto maupun video yang real dari produk yang saya pasarkan
- b. Menyertakan informasi yang lengkap terkait produk yang saya pasarkan
- c. Melakukan komunikasi yang baik terhadap konsumen
- d. Dan memberikan testimoni yang real dan akurat sesuai dengan komentar konsumen terdahulu.

Mekanisme Transaksi *Online* di Toko AURASTORE

- a. Memilih barang apa yang diinginkan yang sudah tersedia di platform digital milik AURASTORE
- b. Melakukan komunikasi dengan pihak penjual melalui fitur whatsapp
- c. Mempersilahkan pihak pembeli bertanya mengenai barang yang ingin dibeli
- d. Mengisi format order berupa nama, alamat lengkap, nomor telepon, model tas yang diinginkan (screenshot gambar). Dalam perihal metode pembayaran yang akan dilakukan dan alamat pengiriman (jika ingin menggunakan jasa antar dan metode pembayaran transfer) Jasa pengantaran hanya JNT atau dapat ditanyakan lebih lanjut via whatsapp. Jika menggunakan sistem pembayaran CoD (*Cash On Delivery*) ataupun diantar kerumah jikalau sempat dan hanya berlaku di wilayah yang dipilih oleh pihak penjual saja.

Dalam mekanisme transaksi, sistem pembayaran *CoD* merupakan salah satu hambatan yang lumrah terjadi. Hambatan tersebut terjadi karena rasa sulit menentukan waktu antara pihak AURASTORE dengan pihak pembeli. Terkadang ada pula konsumen yang kurang memiliki pemahaman atas apa yang disampaikan dan ingin chat whatsapp nya dibalas dengan cepat. Terlebih lagi pembeli tidak hanya satu orang dan pemilik AURASTORE tidak hanya menggeluti bisnis ini namun memiliki pekerjaan lain yaitu sebagai karyawan swasta.

Selama AURASTORE berdiri dan beroperasi, perjanjian antara pihak penjual dan pembeli selalu berjalan sesuai kesepakatan bersama. Baik dari perihal harga yang tidak bisa ditawar maupun perihal mekanisme transaksi yang sudah menjadi ketetapan pihak AURASTORE. Sekalipun ada keluhan dari konsumen, selama

AURASTore berdiri dan beroperasi tidak pernah ada masalah yang sangat serius dan sejauh ini selalu bisa ditangani oleh pihak AURASTore. Keluhan yang dinilai paling lumrah oleh pihak AURASTore ialah barang yang tidak cepat sampai, pada dasarnya hal itu sudah bukan tanggung jawab dari pihak AURASTore karena barang sudah dipihak jasa antar. Namun, pihak AURASTore tetap merasa bertanggung jawab atas keluhan konsumennya tersebut dan membantu mengecek posisi keberadaan barang tersebut. Adapun keluhan berupa pihak pembeli yang mungkin kurang mengerti dalam penyampaian barang yang pihak AURASTore pasarkan. Adanya salah paham antara pihak pembeli terhadap pihak AURASTore juga menjadi sesuatu yang dikeluhkan. Lalu persoalan mengenai ukuran dan detail warna dari tas yang pihak AURASTore pasarkan ataupun detail bahan dan kondisi dari barang yang dijual.

Atas berbagai macam keluhan yang disampaikan oleh berbagai macam konsumen, pihak AURASTore sudah memberikan perlindungan hukum kepada konsumen tapi disini penulis menganalisa hanya kurangnya informasi yang jelas jika hal yang dikeluhkan memang disebabkan atas kelalaian dari pihak AURASTore dan bentuk perlindungan hukum tersebut atas kesepakatan bersama antara pihak AURASTore dengan konsumen yang merasa dirugikan (syarat dan ketentuan berlaku). Untuk penyampaian keluhan, Pihak AURASTore mempersilahkan konsumen menghubungi melalui whatsapp pribadi pemilik AURASTore dengan penyampaian yang jelas dan disertakan bukti entah foto maupun video.

KESIMPULAN

Berdasarkan apa yang sudah diuraikan di atas, dapat penulis simpulkan yaitu

1. Mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian terhadap transaksi jual beli yang dilakukan, ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999, Toko *online* AURASTore sebagai pelaku usaha sudah memberikan perlindungan hukum dan pertanggung jawaban yang sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam BabVI tentang tanggung jawab pelaku usaha. Toko *online* AURASTore memberi kebebasan dalam menyampaikan keluhan dan mekanisme pelaksanaan ganti rugi yang sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Toko *online* AURASTore menyelesaikan perkara kerugian konsumen dengan sigap dan benar dengan tidak membuat perkara kerugian tersebut berkepanjangan ataupun menjadi masalah yang serius.
2. Kendala yang dihadapi dalam penerapan Perlindungan Konsumen di sektor *e-commerce* pada Toko *online* AURASTore kesulitan penyelesaian sengketa, Mekanisme internal *platform* tidak transparan. Beberapa *platform* dalam hal ini lambat menindak laporan konsumen, cenderung memihak kepada penjual besar, tidak menyediakan proses banding yang jelas, BPSK tidak efektif untuk sengketa *online* Internasional karena pelaku usaha tidak hadir BPSK tidak dapat

menjangkau pedagang luar negeri, eksekusi putusan sering tidak berhasil, Sengketa di pengadilan cukup kompleks. Meliputi pembuktian digital, lokasi pelaku usaha, biaya dan waktu yang tidak sebanding dengan nilai kerugian, serta lemahnya regulasi dan penegakan, hambatan yurisdiksi internasional, literasi digital rendah, maraknya penipuan, perlindungan data belum optimal, serta mekanisme sengketa yang tidak efektif

SARAN

1. Toko *online* AURASTore seharusnya lebih memperhatikan kondisi barang yang akan di pasarkan di media *online* baik dalam bentuk ukuran, detail warna, detail bahan dan layak atau tidaknya aksesoris yang terpasang di tas yang akan dipasarkan tersebut dan Toko AURASTore seharusnya dengan terbuka menjelaskan secara rinci mengenai produk yang diposting di media social baik dalam bentuk tulisan maupun foto atau video yang dapat disampaikan kepada penggemar toko AURASTore dan tentunya mudah dipahami oleh para konsumennya. Agar konsumen mendapat perlindungan hukum secara maksimal.
2. Toko AURASTore seharusnya memiliki karyawan yang dapat membantu mengurus kegiatan jual beli di toko tersebut. Terlebih pemilik toko AURASTore juga mendalami pekerjaan lain di sebuah instansi yang menyita waktu lebih banyak dan penggemar AURASTore yang sudah semakin banyak. Ataupun toko AURASTore memiliki media komunikasi yang tidak menyatu antara pekerjaan pemilik dengan kegiatan jual beli di toko *online* AURASTore Dan Toko AURASTore seharusnya dengan tegas membuat jadwal operasional yang terdiri dari jam buka dan tutupnya toko AURASTore agar tidak mencampuri jam kerja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Akhmaddhian, S. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik. *Jurnal Unifikasi*, Vol.3, (No. 2), p.47, (2016)
- Arif, Yudhi Candra N. (2013). Dimensi Perubahan Hukum Dalam Perspektif Sistem Hukum Terbuka. *Jurnal IuS; Kajian Hukum dan Keadilan*, Vol.1, (No.1), pp.117 - 118.
- Azhari, A. F. (2015). *Kesiapan Indonesia: Harmonisasi Hukum Negara ASEAN Menuju Komunitas ASEAN* (Proceeding). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Perkasa, Jakarta, 2003
- Basri, Herlina. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi *E-Commerce* Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung). *Pamulang Law Review*, 2 (2), 131-140. (2020).
- Basri, Herlina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Binangun Jawa Tengah : PT Media Pustaka Indonesia, 2024
- Basri, Herlina, "Pembaharuan Hukum Perlindungan Konsumen, Binangun Jawa Tengah : PT Media Pustaka Indonesia, 2025
- Febriani, Nufian S., and Wayan Weda Asmara Dewi. *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press, 2018.
- Friedman, Lawrence M. (2009). *Sistem Hukum; Perspektif Ilmu Sosial*. Bandung: Nusa Media.
- Gustav Hugo (1764-1844) adalah pendiri dari pendekatan modern terhadap sejarah Hukum Romawi Modern.
- Hari Chand, *Modern Jurisprudence*, Petaling Jaya, International Law Book Services, 2005,
- Hidayat, Arif, and Zaenal Arifin. "Politik Hukum Legislasi Sebagai Socio-Equilibrium Di Indonesia." *Jurnal Ius Constituendum* 4.2 (2019): 147-159.

John Macdonell and Edward Manson (eds.), *Great Jurists of the World*, Boston, Little Brown and Company, 1914,

Julius Stone, *The Province and Function of Law*, Sydney, Associated General Publications Pty.Ltd, 1946,

Karl R Poper, diterjemahkan oleh Alfons Tryadi dalam *Epitologi Pemecahan Masalah*, PT. Ciramedia, Jakarta, 1989.

Karunamay Basu, *The Modern Theories of Jurisprudence*, Calcutta, University of Calcutta, 1925.

Kasali, R. (2017). *Disruption: Tak ada yang tak bisa diubah sebelum dihadapi, Motivasi saja tidak cukup*. Gramedia Pustaka Utama.

Leopold Pospisil, *Anthropology of Law: A Comparative Theory*,

Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2017,

Norbert Wiener, *The Human Use of Human Being Cybernetics and Society*, dalam Lili Rasjidi, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1993,

Nugraha, Rifan Adi., Mukhtar, Jamaluddin., & Ardianto, Hardika Fajar, *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online*. *Jurnal Serambi Hukum*, Vol.08, (No.02), p.93, (2015).

Nugrahaningsih, W. (2017). Implementasi Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online. *Jurnal Serambi Hukum*, Vol.11, (No.01), pp.30-32.

Ohoitmur, J. (2018). Disrupsi: Tantangan bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Peluang bagi Lembaga Pendidikan Tinggi. *Respons*, 23(2), 148

Pariadi, D, *Pengawasan E-Commerce dalam Undang Undang Perdagangan dan Undang - Undang Perlindungan Konsumen*. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol.48, (No.3), pp.655 - 656, (2018)

Rahardjo, S. (2010). *Sosiologi Hukum Esai Esai Terpilih*. Yogyakarta: Genta Publishing.

Rahmayani, *Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Terkait Pengawasan*

- Perusahaan Berbasis Financial Technology di Indonesia. *Pagaruyuan Law Journal*, Vol.2, (No.01), p.38, (2018)
- Ramli, Tasya Safiranita, et al. "Aspek hukum platform *e-commerce* dalam era transformasi digital." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 24.2 (2020): 119-136.
- Salim, HS, *Perkembangan Teori dalam Ilmu Hukum*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Santiago, Faisal, *Hukum Investasi Dalam Amplifikasi Ekonomi Indonesia*, Oktober 2022.
- Santiago, Faisal, Monograf Pembaruan Hukum "Narasi Epistemik Perwujudan Tatanan Hukum Nasional Yang Responsif", Jakarta, Prenada, 2023.
- Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri, "*Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*", (Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2006).
- Sugeng Istanto, "*Penelitian Hukum*", (Yogyakarta, CV. Ganda, 2007); 29-38, terpetik dari Isra, Saldi, "*Pergeseran Fungsi Legislasi dalam Sistem Pemerintahan Indonesia Setelah Perubahan Undang-Undang Dasar 1945*", (Yogyakarta, Disertasi Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, 2009).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2015.
- Sulaiman, Abdullah. "Pengantar ilmu hukum.", Jakarta, UIN, 2019.
- Susanti, I, Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Belanja *Online* Berdasarkan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juncto UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Sigma-Mu*, Vol.9, (No.1), p.23, (2017)
- Suteki. (2018). *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori dan Praktik)*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Syafriana, R. (2016). Perlindungan Konsumen dalam transaksi Elektronik. *De Lega Lata*, Vol.I, (No.2), p.438
- Syamsudin, M, Perlindungan Hukum Konsumen atas Penerapan klausula Baku. *Jurnal Yudisial*, Vol.11, (No.1), p.102, (2018).
- Tumbel, Trivena Gabriela M. Perlindungan Konsumen Jual Beli *Online* Dalam Era

Digital 4.01. *Lex Et Societatis*, Vol.VIII,(No.3), p.1, pp.93-98, (2020)

Wawancara dengan konsumen yang belanja di AURASTore, tanggal 17 Maret, jam 16.00 WIB

Wawancara dengan pemilik Toko AURASTore, tanggal 13 Maret, jam 10.00 WIB

Widaningsih, Penyelesaian Sengketa E- Commerce melalui ODR (*Online Dispute Resolution*). *Jurnal Panorama Hukum*, Vol.2, (No.2), p.243, (2017)

Yosal, Claudia, and Tundjung Herning Sitabuana. "PAYUNG HUKUM TERHADAP ASAS KEADILAN UPAH TENAGA KERJA GURU HONORER." *Jurnal Hukum Adigama* 5.1 (2022): 1776-1798.

Yustina Dhian Novita, Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital, *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* Vol 2 Nomor 1 (2021).

Peraturan Undang-Undangan

Undang-Undang Dasar Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD)