

Peningkatan Perlindungan Hak Konsumen *E-Commerce* Bagi Masyarakat Desa Mancagar Kecamatan Garawangi Kabupaten Kuningan

Dikha Anugrah^{1*}, Yani Andriyani², Ade Rizki Fauji³, Ainun Nurohmah⁴, Ardi Sumawijaya⁵, Chika Nadia Pratiwi⁶, Imelda Kurniawati⁷, Kayla Az-Zahra⁸, Reska Bayu Priatama⁹, Rina Susanti¹⁰, Salman Faizal Nur Akbar¹¹, Enggun Yoga Nugraha¹²

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

¹²Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Kuningan, Kuningan, Indonesia
dikha@uniku.ac.id*

Article information	Abstrak
<p>Article history: Received 12 Mei 2025 Approved 18 Mei 2025</p>	<p><i>Perkembangan e-commerce yang pesat di Desa Mancagar, Kecamatan Garawangi, Kabupaten Kuningan belum diimbangi dengan kesadaran konsumen terhadap hak-hak dan keamanan dalam bertransaksi secara daring, yang menyebabkan tingginya risiko penipuan, produk tidak sesuai, dan kendala dalam pengembalian dana. Program ini bertujuan untuk meningkatkan perlindungan hak konsumen melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan intensif, dan simulasi prosedur verifikasi produk serta pengaduan kepada lembaga resmi seperti BPSK dan YLKI. Metode yang digunakan meliputi pra-survei kebutuhan, sesi tatap muka, pemanfaatan platform daring, dan evaluasi melalui kuesioner pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 85% peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai hak-hak konsumen e-commerce, mampu mengenali ciri penipuan digital, serta memahami prosedur refund dan pelaporan sengketa. Peningkatan ini juga mendorong kepercayaan dan partisipasi pelaku UKM dalam platform digital. Kegiatan ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem transaksi daring yang lebih aman dan memperkuat posisi hukum konsumen dalam menghadapi praktik perdagangan digital yang tidak adil.</i></p> <p>Kata Kunci : <i>E-Commerce</i>, Hak Konsumen, Konsumen Digital, Perlindungan Konsumen, Transaksi Daring</p>

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat ekonomi digital di Indonesia mendorong pergeseran perilaku konsumen dari transaksi konvensional ke *platform e-commerce*. Kemudahan akses, ragam produk yang praktis diperoleh, serta harga kompetitif menjadi faktor utama adopsi *e-commerce* di kalangan masyarakat, termasuk di pedesaan. Namun, transformasi ini juga menimbulkan tantangan baru, seperti maraknya produk yang tidak sesuai deskripsi, risiko penipuan, serta kesulitan mekanisme pengembalian dana (*refund*). (Fista et al., 2023) Kondisi tersebut memicu kekhawatiran akan lemahnya perlindungan hak konsumen dalam ekosistem transaksi daring, sehingga menuntut upaya sistematis untuk memperkuat literasi dan kepastian hukum bagi pengguna *e-commerce*. (Nabillah et al., 2023; Pangestu et al., 2022).

Dalam konteks regulasi, hak-hak konsumen di Indonesia dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UUPK mengatur asas manfaat, keadilan, keselamatan, serta kepastian hukum bagi konsumen, termasuk hak memperoleh informasi benar dan perlakuan adil dalam transaksi. Sementara itu, UU ITE memberikan landasan hukum bagi keabsahan transaksi elektronik dan perlindungan data pribadi. Namun pada praktiknya, kesenjangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen, ditambah rendahnya kesadaran akan mekanisme pengaduan, seringkali menghambat efektivitas penegakan kedua regulasi tersebut. (Lie & Az-Zahra, 2024)

Dengan adanya UUPK, pengguna layanan *e-commerce* diharapkan berhati-hati dan cermat dalam menggunakan *platform* tersebut. Penting untuk membangun rasa saling percaya, baik terhadap produk yang dipromosikan maupun terhadap proses transaksi antara penjual dan pembeli. (Prayuti, 2024) Selain itu, berdasarkan Pasal 76 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), barang yang diperjualbelikan harus diketahui dengan jelas oleh pembeli, termasuk ciri-ciri khusus dari barang tersebut. Hal ini bertujuan agar transaksi tetap transparan dan adil sesuai dengan hukum yang berlaku. (Arbani, 2025)

Data Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat bahwa selama tahun 2022–2023 lebih dari 178 juta orang Indonesia berbelanja online, dengan total nilai transaksi mencapai US\$ 55,97 miliar. Di sisi lain, jumlah pengaduan konsumen ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional meningkat signifikan, menunjukkan tingginya eksposur risiko transaksi daring. (Sinaga et al., 2023) Meskipun telah ada peraturan yang mengatur perlindungan konsumen, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan. Ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen, serta minimnya edukasi mengenai hak-hak konsumen, menjadi hambatan utama dalam mewujudkan perlindungan yang efektif. (Barkatullah & Zulaeha, 2017) Selain itu, penegakan hukum terhadap pelanggaran hak konsumen dalam *e-commerce* masih lemah, terutama dalam hal pengawasan dan tindakan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan yang berlaku. (Fauzela, 2023)

Di Desa Mancagar, Kecamatan Garawangi, Kabupaten Kuningan, dominasi perdagangan elektronik oleh pelaku UKM dan konsumen domestik memunculkan berbagai kasus sengketa, seperti barang tidak sesuai deskripsi, penipuan identitas toko, hingga lambatnya proses *refund*. Hal ini mengungkapkan minimnya pemahaman masyarakat setempat tentang hak-hak konsumen dan prosedur penyelesaian sengketa. Mayoritas masyarakat Desa Garawangi yang didominasi oleh pedagang dan pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) telah memanfaatkan kemudahan akses teknologi untuk menjalankan kegiatan ekonomi melalui *E-Commerce*. Namun, di balik

kemudahan tersebut, ditemukan bahwa beberapa warga sering dirugikan dalam transaksi jual beli, seperti penipuan, produk yang tidak sesuai deskripsi, hingga masalah produk palsu. Hal ini menunjukkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang cara bertransaksi yang aman, hak dan kewajiban sebagai konsumen, serta cara membedakan produk asli dan palsu.

Secara praktis, edukasi ini dapat diimplementasikan melalui sosialisasi prosedur pelaporan di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), pelatihan identifikasi produk palsu, serta simulasi proses refund di *platform e-commerce*. Program ini tidak hanya memberi pengetahuan, tetapi juga membangun kompetensi calon konsumen untuk mengenali indikator keaslian produk, seperti nomor izin edar BPOM, ulasan pelanggan, dan reputasi penjual. Di samping itu, keterlibatan pelaku UKM sebagai penjual penting untuk mengedukasi mereka agar mematuhi standar kualitas dan transparansi informasi produk.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, tulisan ini memaparkan hasil kegiatan peningkatan perlindungan hak konsumen *e-commerce* bagi masyarakat Desa Mancagar, Kecamatan Garawangi, Kabupaten Kuningan. Melalui analisis kebutuhan, pelaksanaan sosialisasi, serta evaluasi dampak sosial-ekonomi yang diperoleh, diharapkan program ini menjadi model replikasi bagi desa lain di Indonesia dalam memperkuat ekosistem *e-commerce* yang adil, aman, dan terpercaya.

METODE PELAKSANAAN

Tahap Persiapan dimulai dengan pra-survei untuk mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi masyarakat Desa Mancagar dalam bertransaksi melalui *e-commerce*, seperti ketidaksesuaian deskripsi produk, risiko penipuan, serta kendala proses refund. Pada fase ini juga dibentuk tim utama yang melibatkan ahli hukum bisnis, pakar perlindungan konsumen, dan perwakilan mitra lokal; proposal kegiatan disusun secara cermat mencakup rencana sosialisasi, modul pelatihan, metode penerapan teknologi daring, strategi evaluasi, serta mekanisme kesinambungan program; dan koordinasi teknis dilakukan dengan pemerintah desa serta lembaga seperti BPSK dan YLKI untuk menyiapkan sarana dan prasarana pelaksanaan kegiatan.

Tahap Pelaksanaan dilaksanakan melalui serangkaian sosialisasi tatap muka dengan kelompok masyarakat dan pelaku UKM, penyampaian materi hak-hak konsumen *e-commerce*, serta diskusi interaktif tanya jawab. Berikutnya diadakan pelatihan intensif yang menitikberatkan pada identifikasi indikasi penipuan (misalnya *review* palsu atau harga yang jauh di bawah pasar), pemahaman standar kualitas dan legalitas produk (nomor izin BPOM, sertifikasi halal bila relevan), serta prosedur pengaduan dan *refund* di *platform e-commerce*. Media daring seperti WhatsApp dan Zoom juga digunakan untuk mendistribusikan materi, menggelar kuis interaktif, dan melakukan simulasi proses refund secara virtual.

Pada Tahap Evaluasi, tim melakukan evaluasi formatif setiap dua minggu dengan menyebarkan kuesioner untuk mengukur tingkat pemahaman peserta dan mengumpulkan umpan balik terhadap materi. Data hasil kuesioner dianalisis untuk memetakan sejauh mana literasi konsumen meningkat dan untuk mengidentifikasi topik yang memerlukan penguatan. Hasil evaluasi ini dibahas dalam rapat koordinasi internal tim untuk merumuskan perbaikan kurikulum, metode penyampaian, dan tindak lanjut program.

Tahap Keberlanjutan dirancang agar dampak program tetap terjaga: melalui monitoring bulanan secara virtual dan tatap muka untuk memastikan penerapan pengetahuan dalam transaksi nyata, kolaborasi berkelanjutan dengan pemerintah desa, lembaga pendidikan, BPSK, dan YLKI untuk mengintegrasikan modul hak konsumen *e-commerce* ke dalam program desa rutin atau pelatihan UKM, serta pelibatan aktif mitra, baik pelaku UKM maupun konsumen, dalam seluruh siklus perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut, sehingga program menjadi inisiatif bersama yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program peningkatan perlindungan hak konsumen *e-commerce* di Desa Mancagar dilatarbelakangi rendahnya kesadaran masyarakat terhadap risiko transaksi daring, seperti produk tidak sesuai deskripsi, penipuan, dan kendala *refund*. Pada pre-test, sebagian besar peserta mengaku belum mengetahui hak-hak mereka sebagai konsumen digital, serta belum memahami prosedur pelaporan sengketa melalui *platform* resmi seperti BPSK atau YLKI. Temuan ini konsisten dengan hasil studi Lie & Rahima (2025), yang menunjukkan kesenjangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen *e-commerce* di daerah terpencil.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 23 Desember 2024 di Desa Mancagar, Kecamatan Garawangi. Kegiatan diawali dengan pre-test berupa wawancara singkat kepada Kepala Desa. Dari wawancara tersebut terungkap bahwa meskipun masyarakat mengetahui adanya *e-commerce*, kesadaran mereka akan hak-hak perlindungan konsumen masih perlu ditingkatkan. Beberapa dari mereka cenderung mengabaikan risiko karena tergiur oleh harga yang lebih murah atau promo menarik di *platform* digital. Selain itu, masyarakat juga belum memahami bagaimana cara melaporkan produk yang tidak asli atau melayangkan keluhan terkait penipuan kepada pihak berwenang.

Selanjutnya, sosialisasi dilakukan dengan fokus pada edukasi mengenai hak-hak konsumen dalam bertransaksi di *e-commerce*, cara mengenali produk tidak asli, serta memahami tanda-tanda penipuan digital. Simulasi pelaporan produk yang melanggar ketentuan atau kasus penipuan di *platform e-commerce* juga disertakan dalam kegiatan ini. Setiap sesi sosialisasi dan simulasi dibagi menjadi dua bagian, masing-masing diikuti dengan diskusi selama 30 menit.

Setelah pemaparan materi, dan diskusi, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Mancagar kini lebih memahami bagaimana cara membedakan produk asli dan tidak asli, mengenali ciri-ciri penipuan di *e-commerce*, serta mampu memanfaatkan fitur pengaduan dan pelaporan pada *platform* digital. Kegiatan pengabdian ini telah mencapai luaran yang direncanakan dan diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada masyarakat, baik yang hadir maupun yang disampaikan oleh peserta kepada masyarakat lain. Dengan demikian, informasi tentang hak-hak perlindungan konsumen di era digital dapat tersebar luas. Selain itu, program ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk bertransaksi secara aman, mengurangi risiko kerugian akibat penipuan, serta mendukung strategi perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam ekosistem digital.

Berdasarkan capaian program di Desa Mancagar, terlihat bahwa sosialisasi dan pelatihan intensif berhasil meningkatkan literasi konsumen *e-commerce*, terbukti 85 % peserta kini mampu mengenali sinyal penipuan (*review* palsu, harga tidak wajar) serta memverifikasi legalitas produk (nomor izin BPOM) sebelum membeli, sejalan dengan upaya mengurangi informasi asimetris (Hayati, 2020) yang menggerogoti kepercayaan

pasar daring. Pengenalan fitur keamanan *platform* dan simulasi pengaduan juga memperkuat kepercayaan konsumen (*online trust*) sebagaimana dirumuskan dalam *Technology Acceptance Model* (Wulandari & Yadnyana, 2016), sehingga peserta lebih yakin kembali bertransaksi secara daring. Untuk menjaga kesinambungan dampak positif ini, disarankan pendampingan bulanan, baik virtual maupun tatap muka, integrasi modul hak konsumen *e-commerce* ke dalam program desa rutin, serta penguatan kemitraan dengan lembaga seperti BPSK, YLKI, dan BPOM agar masyarakat terus teredukasi dan terlindungi dalam ekosistem *e-commerce* yang adil dan berkelanjutan. Hasil serupa dilaporkan oleh Nabilah et al. (2023), yang menekankan pentingnya edukasi hukum terpadu untuk konsumen *e-commerce* agar dapat bertransaksi dengan aman dan cerdas.

Secara sosial-ekonomi, peningkatan literasi konsumen ini berimplikasi positif pada kepercayaan masyarakat terhadap *platform e-commerce*. (Suarantalla et al., 2023) Warga Desa Mancagar yang semula ragu kini lebih berani memanfaatkan pasar digital, sehingga membuka peluang perluasan pasar bagi pelaku UKM setempat. Hal ini selaras dengan rekomendasi Prayuti (2024) tentang pentingnya kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan *platform e-commerce* untuk memperkuat ekosistem perdagangan digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Meski demikian, tantangan masih ada sekitar 15 % peserta masih kesulitan memahami prosedur pelaporan formal, dan beberapa UKM belum sepenuhnya mematuhi standar transparansi produk. Solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi masyarakat Desa Garawangi dalam bertransaksi melalui *E-Commerce* dan meningkatkan kepercayaan terhadap penegakan hukum konsumen melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, edukasi tentang hak-hak konsumen sangat diperlukan, di mana warga diberikan pemahaman tentang perlindungan yang mereka dapatkan sesuai dengan UUPK. Hal ini termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar mengenai produk dan layanan serta cara melaporkan pelanggaran.

Selanjutnya, pelatihan tentang cara memanfaatkan *E-Commerce* tidak hanya sebagai pembeli, tetapi juga sebagai penjual, akan memperluas peluang ekonomi bagi warga. Dengan menguasai *platform E-Commerce*, mereka dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas pasar, yang pada akhirnya mendorong pemberdayaan ekonomi. (Chandra Sari & Putri, 2023) Selain itu, untuk meningkatkan kepercayaan terhadap penegakan hukum, penting untuk memperkenalkan lembaga seperti BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) dan mekanisme hukum yang ada, serta memberikan pemahaman tentang cara melaporkan penipuan atau pelanggaran hak konsumen.

Korelasi dengan peraturan perundang-undangan, seperti UU ITE, yang mengatur transaksi elektronik, serta UU Perlindungan Konsumen, memberikan dasar hukum yang kuat untuk perlindungan hak konsumen di dunia digital. Melalui kolaborasi antara pemerintah, *platform E-Commerce*, dan masyarakat, serta pemahaman yang lebih baik mengenai produk asli dan palsu, diharapkan tercipta ekosistem transaksi yang lebih aman dan transparan. (Anggraini et al., 2022) Dengan langkah-langkah ini, diharapkan masyarakat Desa Garawangi dapat lebih berdaya dalam dunia *E-Commerce*, memperkuat ekonomi lokal, serta memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem hukum yang ada.

Luaran dari kegiatan ini mencakup berbagai aspek penting yang berkaitan langsung dengan peningkatan literasi hukum dan pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Mancagar. Pertama, terdapat peningkatan signifikan dalam pengetahuan hukum

masyarakat, khususnya mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Masyarakat menjadi lebih sadar akan cara melindungi diri dari penipuan digital dan memahami prosedur pelaporan ketika terjadi pelanggaran, yang secara langsung turut membangun kepercayaan terhadap sistem hukum dan mekanisme penegakan aturan yang berlaku.

Kedua, pemahaman yang lebih baik tentang praktik *e-commerce* mendorong warga, khususnya pelaku UKM, untuk mengembangkan keterampilan menjual produk secara daring, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan ekonomi lokal. Ketiga, masyarakat menjadi lebih waspada dan cerdas dalam melakukan transaksi, yang berdampak pada meningkatnya rasa aman dan kepercayaan terhadap *platform e-commerce*. Terakhir, dengan meningkatnya keterampilan digital di kalangan masyarakat desa, akses terhadap peluang ekonomi menjadi lebih merata, yang turut berkontribusi pada pengurangan kesenjangan sosial dan ekonomi serta peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan.

Manfaat dan dampak sosial dari kegiatan edukasi mengenai hak-hak konsumen serta peningkatan kepercayaan terhadap penegakan hukum di Desa Mancagar menunjukkan pengaruh yang luas terhadap transformasi perilaku dan kesejahteraan masyarakat. Edukasi yang diberikan tidak hanya memperkuat pemahaman warga tentang posisi mereka dalam transaksi jual beli, tetapi juga menumbuhkan kewaspadaan terhadap risiko penipuan, barang palsu, dan praktik curang lainnya. Pemahaman yang lebih baik ini menciptakan budaya transaksi yang lebih adil, di mana konsumen merasa terlindungi dan penjual terdorong untuk beroperasi secara jujur. Dengan tersampainya informasi mengenai jalur pelaporan dan prosedur hukum, kepercayaan warga terhadap sistem hukum meningkat, mendorong mereka untuk lebih berani memperjuangkan haknya ketika mengalami kerugian. (Anggraeny et al., 2021)

Kepercayaan terhadap hukum ini secara langsung mengurangi sikap pasif dan pesimis masyarakat dalam menghadapi kasus sengketa, serta mendorong partisipasi mereka dalam menciptakan lingkungan transaksi yang aman dan transparan. Lebih dari itu, program ini juga mendorong warga untuk tidak hanya berperan sebagai konsumen tetapi juga sebagai pelaku usaha yang mampu menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara regional maupun nasional, sehingga membuka peluang ekonomi baru dan memperkuat daya saing pelaku UMKM.

Pemberdayaan ini berkontribusi pada pengurangan pengangguran, peningkatan pendapatan rumah tangga, dan distribusi pengetahuan teknologi yang lebih merata. Literasi digital yang meningkat memungkinkan masyarakat untuk lebih siap menghadapi tantangan dunia digital, memperkecil ketimpangan sosial, dan menciptakan struktur ekonomi yang lebih inklusif. (Dasuki et al., 2022) Secara keseluruhan, peningkatan kapasitas hukum dan digital masyarakat mendukung terciptanya komunitas yang lebih mandiri, berdaya saing tinggi, dan adaptif terhadap perubahan teknologi serta perkembangan sistem hukum nasional.

KESIMPULAN

Peningkatan perlindungan hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* merupakan langkah penting dan strategis dalam menjawab tantangan di era digital, khususnya bagi masyarakat pedesaan. Edukasi yang diberikan mampu membentuk pemahaman baru mengenai hak dan kewajiban konsumen, serta mendorong perilaku yang lebih cerdas dan bijak dalam bertransaksi secara daring. Selain itu, kegiatan ini

juga berperan dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem hukum dan mendorong pelaku usaha lokal untuk lebih transparan dan bertanggung jawab. Upaya ini tidak hanya berfokus pada aspek perlindungan hukum, tetapi juga menyentuh sisi pemberdayaan ekonomi dan sosial melalui peningkatan literasi digital dan keterampilan praktis. Dengan demikian, penguatan kesadaran hukum di bidang *e-commerce* tidak hanya berdampak pada peningkatan perlindungan konsumen, tetapi juga turut membangun kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dalam menghadapi dinamika ekonomi digital yang terus berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel jurnal ini disusun oleh Dikha Anugrah dan Anthon Fathanudien, dosen Program Studi Ilmu Hukum Universitas Kuningan, berdasarkan hasil penelitian tentang Peningkatan Perlindungan Hak Konsumen *E-Commerce* bagi Masyarakat Desa Mancagar Kecamatan Garawangi Kabupaten Kuningan. Penelitian ini didanai oleh Fakultas Hukum Universitas Kuningan melalui Program Hibah Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2025. Seluruh isi artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraeny, I., Lutfia, F., Ratna, A., Rachmaudina, T., & Author, C. (2021). Pendampingan Hukum Pengusaha UMKM dalam Penyelesaian Sengketa Kontrak Bisnis. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3).
- [2] Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2022). OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11216>
- [3] Arbani, M. (2025). Aspek Hukum Perlindungan Umkm dalam Penjualan di E-Commerce: Tantangan dan Solusi di Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 6(2), 1166–1175. <https://doi.org/10.46799/jsa.v6i2.2115>
- [4] Barkatullah, A. H., & Zulaeha, M. (2017). *Hukum transaksi elektronik di Indonesia : sebagai pedoman dalam menghadapi era digital bisnis e-commerce di Indonesia* (1st ed.). Nusamedia.
- [5] Chandra Sari, K. D., & Putri, P. L. (2023). KNOWLEDGE SHARING DAN KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM JAWA TENGAH. *Applied Research in Management and Business*, 3(1). <https://doi.org/10.53416/arimbi.v3i1.159>
- [6] Dasuki, T. M. S., Magribi, R. M., Sulviani, A., Kusumadewi, R. N., & Nur, L. Z. (2022). PEMULIHAN EKONOMI MELALUI LITERASI DIGITALISASI DESA CISOKA KABUPATEN MAJALENGKA. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4). <https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3487>
- [7] Fauzela, D. S. (2023). PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIK YANG MENGANDUNG BAHAN BERBAHAYA DALAM JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE). *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 11(01). <https://doi.org/10.35450/jip.v11i01.358>
- [8] Fista, Y. L., Aris Machmud, & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1). <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>

- [9] Hayati, N. (2020). CORPORATE GOVERNANCE, DISCLOSURE DAN GENERAL EQUILIBRIUM TERHADAP ASYMMETRY INFORMATION - PERSPEKTIF EKONOMI MIKRO DAN PERSPEKTIF AKUNTANSI. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 3(1). <https://doi.org/10.22219/jaa.v3i1.11891>
- [10] Lie, G., & Az-Zahra, A. R. (2024). Analisis Hukum Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Bisnis E- Commerce di Indonesia. *Journal of Accounting Law Communication and Technology*, 2(1), 259–266. <https://doi.org/10.57235/jalakotek.v2i1.4549>
- [11] Nabillah, I., Fajriyah, E., & Firdaus. (2023). Perlindungan Hak Konsumen dalam Layanan e-Commerce melalui Sistem COD: Elaborasi dalam Kerangka Hukum Islam. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 37–45. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v2i1.263>
- [12] Pangestu, N. P., Wibowo, B. S., Safriawan, M. A., Aqilah, M. A., & Noviyanto, N. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK MEREK DAN KONSUMEN TERHADAP BARANG TIRUAN DI E-COMMERCE. *JURNAL HUKUM, POLITIK DAN ILMU SOSIAL*, 1(2), 71–84. <https://doi.org/10.55606/jhpis.v1i2.727>
- [13] Prayuti, Y. (2024). Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903–913. <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>
- [14] Sinaga, O., Herlina, N., & Manik, H. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Media Facebook. *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 4(1). <https://doi.org/10.22437/zaaken.v4i1.22450>
- [15] Suarantalla, R., Aliyah, J., & Tryana, A. L. (2023). Melangkah ke Era Digital: Sosialisasi Literasi Keuangan untuk Transaksi Non Tunai. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.38043/parta.v4i1.4417>
- [16] Wulandari, N. P. A., & Yadnyana, I. K. (2016). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(2).