

Hasil Plagiasi Hardian Sembellagusto

by Hardian Sembellagusto

Submission date: 10-Aug-2024 09:40AM (UTC-0500)

Submission ID: 2429968388

File name: Hardian_Sembellagusto_Jurnal_Skripsi.docx (69.31K)

Word count: 3358

Character count: 21259

Developments and Disputes in E-Commerce: Before to After COVID-19 [Perkembangan dan Sengketa pada E-Commerce: Sebelum sampai Sesudah COVID-19]

Hardian Sembellagusto¹⁾, Mochammad Tanzil Multazam²⁾

¹⁾ Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: tanzilmultazam@umsida.ac.id

Abstract. *Buying and selling transactions through E-Commerce have experienced rapid development, especially in Indonesia. E-Commerce facilitates transactions between businesses and consumers online, offering convenience in shopping without having to meet in person. The rise of disputes in e-commerce has been an important issue both before and after the COVID-19 pandemic. Before COVID-19, the rapid growth of e-commerce was driven by increased internet access and adoption of digital technology, resulting in an increase in online transactions. The COVID-19 pandemic accelerated the shift to online shopping due to social restrictions and the closure of physical stores. While E-Commerce offers benefits such as easy access and a wide selection of goods, consumers also face risks such as fraud and product discrepancies. This leads to various disputes, including issues related to delivery of goods, product quality that does not match the description, fraud, and invasion of privacy. However, sellers' awareness of the importance of transparency and good service led to a decrease in dispute cases post-pandemic. Effective law implementation and increased awareness of consumers and businesses are expected to improve consumer protection in E-Commerce.*

Keywords – E-Commerce; COVID-19; Law

Abstrak. *Transaksi jual beli melalui E-Commerce telah mengalami perkembangan pesat, terutama di Indonesia. E-Commerce memfasilitasi transaksi antara pelaku usaha dan konsumen secara online, menawarkan kemudahan dalam berbelanja tanpa harus bertemu langsung. Maraknya sengketa dalam e-commerce telah menjadi isu penting baik sebelum maupun setelah pandemi COVID-19. Sebelum COVID-19, pertumbuhan pesat e-commerce didorong oleh peningkatan akses internet dan adopsi teknologi digital, yang mengakibatkan peningkatan transaksi online. Pandemi COVID-19 mempercepat peralihan ke belanja online akibat pembatasan sosial dan penutupan toko fisik. Meski E-Commerce menawarkan berbagai keuntungan seperti kemudahan akses dan beragam pilihan barang, konsumen juga menghadapi risiko seperti penipuan dan ketidaksesuaian produk. Hal ini menyebabkan berbagai sengketa, termasuk masalah terkait pengiriman barang, kualitas produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, penipuan, dan pelanggaran privasi. Namun, kesadaran penjual terhadap pentingnya transparansi dan layanan yang baik menyebabkan penurunan kasus sengketa pasca pandemi. Implementasi hukum yang efektif dan peningkatan kesadaran konsumen dan pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan perlindungan konsumen di E-Commerce.*

Kata Kunci – E-Commerce; COVID-19; Undang-undang

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pada transaksi jual beli yang dilakukan oleh Pelaku usaha dengan konsumen semakin berkembang seiring berjalannya waktu, karena itu yang dulunya kita sebagai pelaku usaha maupun konsumen yang dulunya sering bertransaksi dengan bertemu secara langsung di suatu tempat atau toko kini bisa juga dilakukan melalui sebuah website ataupun sebuah aplikasi yang mana disebut sebagai E-Commerce.[1]

E-Commerce sendiri pada dasarnya merupakan suatu peristiwa transaksi jual beli antara pelaku usaha dan juga konsumen yang transaksinya dilakukan secara online dan transaksi E-Commerce ini menggunakan suatu platform untuk tempat penyediaan sebuah item ataupun barang yang mana nanti digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen untuk bertransaksi.[2] [3]

Pertumbuhan E-Commerce sendiri juga berkembang terus-menerus terutama di Indonesia, karena dengan adanya E-Commerce sendiri membuat sebuah peluang baru bagi pelaku usaha untuk menjual barangnya kepada konsumen yang ada diluar pulau jikalau konsumen tersebut membutuhkan atau menginginkannya dan juga bagi konsumen untuk membeli suatu barang dari pelaku usaha yang transaksinya tidak mendatangi toko pelaku usaha tersebut namun dapat dilakukan secara online, selain itu tersedianya pilihan barang atau jasa yang beragam dengan harga yang bervariasi. Karena hal tersebut, Para konsumen dapat diberikan keuntungan untuk bebas memilih barang atau jasa yang diinginkannya serta konsumen juga memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya. Namun di satu sisi juga dapat merugikan konsumen karena kurangnya kesadaran dari konsumen untuk memperhatikan kembali barang yang ingin mereka beli.[4]

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Sebelum pandemi COVID-19, jual beli online telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. ada peningkatan yang signifikan dalam perilaku konsumen yang beralih ke belanja online sebelum pandemi. Namun, selama pandemi COVID-19, pembatasan sosial dan penutupan toko fisik telah mendorong peningkatan yang signifikan dalam aktivitas jual beli online.[5] [6]

Dalam era covid-19 ini konsep bisnis bergeser ke arah penjualan online, karena seiring dengan adanya himbauan dari pemerintah untuk melakukan kegiatan aktivitas “dirumah aja”. Kegiatan yang dilakukan selama ini dalam masa covid-19 menunjukkan lonjakan signifikan dalam transaksi jual beli online. Selama pandemi covid-19 ini menjadi sebuah tantangan baru bagi konsumen, di mana mereka ingin memenuhi kebutuhannya, tetapi juga perlu memperhatikan kenyamanan dan keamanannya sendiri. Kenyamanan dan keamanan dalam mengkonsumsi barang atau jasa merupakan bagian dari hak konsumen, perlindungan terhadap hak konsumen atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa.[7] [8] [9]

Salah satu contoh kasus tentang pentingnya sebuah perlindungan konsumen adalah Kesalahan Pengiriman barang atau produk dan penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang mana ketika seorang konsumen membeli suatu item atau barang elektronik seperti handphone ataupun laptop pada suatu platform e-commerce dikarenakan harganya yang dilihat oleh mereka sangat menarik membuat konsumen tersebut membeli barang tersebut, Namun pada saat produk dari barang yang telah dibeli tersebut telah sampai dan dibuka yang terjadi adalah barang tersebut berbeda dengan produk aslinya atau barang yang dikirim ternyata ada suatu kecacatan pada fisik produk tersebut, padahal pihak dari pelaku usaha tersebut memberikan sebuah deskripsi pada bagian bawah produk dan memberikan penjelasan lewat private message dengan konsumen yang membeli barang tersebut bahwa barang itu tidak ada kecacatan pada fisik.[10] Karena itu konsumen berhak untuk melakukan sebuah pengembalian dana seperti yang telah ditulis pada pasal 19 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan juga ketentuan pada platform E-Commerce tersebut.[11]

Terdapat Penelitian Terdahulu yang ditulis oleh Khadijah Nur Arafah dengan judul “Penyelesaian sengketa e-commerce melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan hukum Islam)” yang mana penelitian ini lebih cenderung menjelaskan dengan menggunakan Hukum Islam, sedangkan penelitian kali ini akan lebih cenderung pada Undang-undang No, 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan juga Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014.[12]

II. METODE

Penelitian ini menggunakan penel¹⁵ yuridis normatif melalui pendekatan perundang-undangan (Statue Approach). Penelitian ini menggunakan bahan hukum primer Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, dan data dari putusan mahkamah agung, serta Penelitian ini juga menggunakan bahan data sekunder dengan mengumpulkan dari beberapa sumber yaitu meliputi buku, jurnal, dan artikel ilmiah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Jenis Sengketa Pada E-Commerce atau jual beli online yang sering terjadi sebelum pandemi COVID-19 sampai setelah pandemic C¹⁴ ID-19

Transaksi jual beli online saat sebelum pan¹³ covid-19 sampai dengan setelah pandemi covid-19 membuat terjadinya sejumlah kasus yang perlu diperhatikan. Pembeli dapat mencari produk yang sudah ada tidak tersedia atau sulit diperoleh di toko offline, bahkan jika mereka menemukan barang yang mereka cari, harga yang di perjualkan lebih mahal dibandingkan dengan membeli di platform e-commerce. Di sisi lain, membeli suatu barang secara online juga memiliki kekurangan dalam Transaksi jual beli, antara lain Konsumen tidak dapat secara langsung mengidentifikasi, melihat, dan menyentuh produk yang dipesan. Misalnya, konsumen hanya melihat gambar dari apa yang mereka inginkan Barang melalui profil pedagang di tokonya.[13]

Penipuan online menjadi salah satu kasus yang sering terjadi dan merugikan konsumen selama ini. Penipuan yang sering terjadi pada saat transaksi yakni menjual produk palsu, melakukan penipuan untuk melakukan pembayaran, bahkan penjual juga sampai menipu identitas dan juga legalitasnya sebagai pelaku usaha yang mana hal tersebut dapat menimbulkan kerugian yang sangat berpengaruh bagi konsumen.[14]

Selain itu, keterlambatan pengiriman juga menjadi sebuah kasus yang penting da [15]lam jual beli online selama ini. Karena terjadi sebuah covid-19 ini, membuat suatu pembatasan sosial dan gangguan dalam pengiriman kebutuhan para konsumen yang menyebabkan keterlambatan pengiriman barang dan dapat mengecewakan konsumen serta melanggar hak konsumen yang mana tidak menerima barang yang mereka beli sesuai dengan yang dijanjikan.

Ketidaksesuaian produk yang dikirim juga menjadi sebuah kasus. Konsumen sering kali menerima barang yang tidak sesuai dengan informasi dan gambar yang ditampilkan secara online. Ketidaksesuaian tersebut meliputi perbedaan warna barang, perbedaan ukuran barang, dan fitur dari barang yang dibeli tidak sesuai dan dapat

mengecewakan konsumen. Namun, mereka tidak melaporkan hal ini karena mereka tidak memahami mekanisme pelaporan dan percaya bahwa masalah ini masih dapat diselesaikan secara pribadi tanpa badan penyelesaian sengketa. Maka dari itu, perlu adanya kesadaran dari penjual dan platform e-commerce untuk meningkatkan pelayanan dan memberikan informasi secara jelas dan lengkap terhadap barang yang akan dijual kepada konsumen. [16]

Bukan hanya konsumen saja, namun pelaku usaha yang bergerak di bidang jasa transportasi pengiriman barang atau disebut ekspedisi online juga mendapat tantangan baru yakni dengan munculnya platform ekspedisi-ekspedisi yang baru walaupun adanya penyebaran covid-19 di Indonesia yang sedang parah saat itu, Karena hal tersebut membuat para pelaku usaha jasa di bidang transportasi pengiriman barang atau ekspedisi online ini untuk membuktikan pelayanan mereka terhadap konsumen.

Adapun kasus lain yakni persaingan tidak sehat antar pelaku usaha pada saat pandemi covid-19, persaingan tidak sehat tersebut merujuk pada kebutuhan harian yang mana oknum dari pelaku tersebut mengendalikan sebuah pasar kebutuhan harian. Oknum tersebut melakukan sebuah monopoli harga yang harganya jauh lebih tinggi di banding dengan pelaku usaha yang lain, Hal tersebut membuat kerugian terhadap beberapa pihak yaitu pelaku usaha sendiri yang tidak mau menjual barangnya dikarenakan harga jauh lebih murah bahkan sampai mengikuti para oknum untuk menaikkan harga barang dan pihak konsumen yang kesulitan untuk mencari barang yang murah karena harga barang dinaikkan oleh penjual. [17]

B. Perbandingan Putusan Inkracht (Berkekuatan Hukum Tetap) dengan Putusan yang baru di proses

Terdapat perbandingan yang signifikan pada website direktori putusan mahkamah agung yang mana perbandingan antara Putusan Inkracht dengan Putusan yang baru di proses, di mana Putusan yang telah memiliki sebuah kekuatan hukum tetap jauh lebih sedikit dibandingkan dengan putusan yang baru di proses dengan data sebagai berikut :

1. Putusan Inkracht dengan total : 12
 - a. Tahun 2016 : 4
 - b. Tahun 2017 : 7
 - c. Tahun 2021 : 1
2. Putusan yang baru di proses dengan total : 1431
 - a. Tahun 2016-2019 : 761
 - b. Tahun 2020 : 403
 - c. Tahun 2021-2023 : 267

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa banyaknya sebuah kasus sengketa pada E-Commerce yang masih belum memiliki kekuatan hukum tetap dikarenakan banyaknya kasus-kasus yang memerlukan banyaknya waktu agar dapat diselesaikan dan juga membutuhkan sebuah bukti tambahan jika gugatan tersebut masih belum cukup kuat untuk kasus tersebut memiliki sebuah kekuatan hukum tetap dan melakukan pemeriksaan terhadap kasus sengketa tersebut dengan lebih mendalam.

Bukan hanya itu, adanya penambahan kasus dari sengketa yang diajukan juga menjadi salah satu faktor dari putusan tersebut tidak memiliki kekuatan hukum tetap, yang berarti putusan tersebut jadi terlambat untuk dapat di proses oleh pengadilan karena harus memproses sengketa-sengketa yang lain.

Adapun alasan lain dari putusan tersebut tidak memiliki kekuatan hukum tetap yakni pihak yang tidak puas dengan hasil putusan yang mana hal tersebut membuat pihak pengadilan sendiri harus meninjau kembali kasus sengketa tersebut sehingga pengadilan membatalkan putusan tingkat pertama sampai para pihak yang bersangkutan dapat menerima putusan yang sudah di buat oleh pengadilan.

Putusan Pengadilan yang belum memiliki kekuatan hukum tetap yaitu putusan yang masih terbuka untuk upaya hukum yang ada dan masih belum final, Proses hukum yang dilakukan untuk memiliki kekuatan hukum tetap yakni mulai dari tingkat pertama, jikalau pada tingkat pertama masih tidak bisa dengan alasan ada pihak yang keberatan dengan putusan yang telah disampaikan maka akan dilakukan upaya hukum seperti banding ataupun kasasi. Karena hal tersebut membuat proses hukum belum selesai sepenuhnya, yang mana memunculkan ketidakpastian hukum dan memerlukan waktu untuk mencapai suatu putusan yang memiliki kekuatan hukum tetap.

C. Penurunan Kasus Sengketa Pembelian di E-Commerce pasca COVID-19 karena adanya kesadaran dari Penjual

Kasus-kasus sengketa di e-commerce menurun pasca covid-19 dibandingkan dengan sebelum covid-19 karena jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna di tahun lalu. Tahun ini diproyeksikan akan mencapai 168,3 juta pengguna dan 212,2 juta pada 2023, lalu menurut laporan Pertemuan Tahunan Bank Indonesia 2021, transaksi e-commerce Tanah Air menyentuh Rp 403 triliun pada 2021. Jumlah ini tumbuh 51,6% dari tahun 2020 yang sebesar Rp 266 triliun. Pada tahun 2020 menyentuh sebesar 266 triliun, jumlah ini meningkat sebesar 29,1% dari tahun 2019 yang sebesar 206 triliun. Dari data tersebut jika dilihat dari segi sengketa pada e-commerce yang ada pada direktori putusan mahkamah

agung maka dapat disimpulkan bahwa tingkat sengketa pada e-commerce dari sebelum covid 19 sampai setelah covid 19 menurun. Hal ini bisa dilihat pada website direktori putusan mahkamah agung sendiri pada saat sebelum covid, jumlah sengketa e-commerce sebanyak 772 kasus sengketa, untuk pasca covid 19 sebanyak 403, dan untuk setelah covid 19 sebanyak 268 kasus. Dari data diatas tersebut maka walaupun tingkat penggunaan dan transaksi pada e-commerce meningkat tidak membuat meningkatnya juga kasus sengketa yang ada pada e-commerce.

Adanya kesadaran dari para penjual sendiri juga membuat mereka tidak melakukan suatu sengketa pasca pandemi untuk mendapat kepercayaan dari para konsumen, karena di tahun tersebut masyarakat tidak diperbolehkan untuk keluar rumah sehingga pembelian kebutuhan sehari-hari maupun barang yang ada pada e-commerce sendiri sangat meningkat. Dan beberapa syarat bagi pelaku usaha untuk melakukan jual beli juga telah di atur dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 yakni :

1. Perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian langkah dan prosedur elektronik;
2. Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan informasi secara lengkap dan benar;
3. Setiap Pelaku Usaha dilarang untuk memperdagangkan Barang dan Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan poin 2);
4. Informasi yang dimaksud pada point (2) memuat :
 - a. Identitas dan legalitas Pelaku usaha sebagai Pelaku usaha distribusi;
 - b. Persyaratan teknis barang yang ditawarkan;
 - c. Persyaratan teknis jasa yang ditawarkan;
 - d. Memperlihatkan Harga dan Cara Pembayaran barang dan jasa;
 - e. Menunjukkan cara penyerahan barang yang dibeli.
5. Jika terjadi sengketa terkait perdagangan melalui sistem elektronik antara penjual dan pembeli, dapat diselesaikan melalui Pengadilan atau dapat melalui penyelesaian sengketa lainnya;
6. Pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan jasa dengan sistem elektronik namun tidak menyediakan sebuah informasi secara lengkap dan benar, maka akan dikenakan sanksi administratif yaitu dengan pencabutan izin berdagang.

Maka dari itu, pelaku usaha perlu berperilaku baik dalam bisnisnya tidak melakukan sebuah kecurangan untuk mengelabui konsumennya dengan menjual produk yang tidak sesuai dengan informasi yang tertera pada platform tempat pelaku usaha memasarkan dagangannya, memberi tahu serta memperlakukan konsumen dengan baik dan ramah, menjual produknya, menawarkan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan memberikan kompensasi. Sehingga pelaku usaha berkewajiban dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa dan membuat pernyataan dengan itikad baik dalam pelaksanaan kegiatannya baik dalam menggunakan, memperbaiki dan memelihara, memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan tanpa diskriminasi serta menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau dijual sesuai dengan ketentuan.[18]

Pelayanan yang diberikan penjual kepada konsumen sangat baik serta penjual dapat memberikan informasi-informasi yang diinginkan konsumen, sehingga mengakibatkan konsumen menjadi percaya dan yakin kepada penjual dan konsumen dapat mengambil keputusan pembelian tanpa memperhatikan faktor keamanan dalam transaksi.

Dengan meningkatnya kesadaran dari para penjualnya sendiri terhadap pentingnya menjaga kepuasan terhadap para konsumen, adanya keterbukaan suatu informasi mengenai barang yang dijual, dan juga adanya peningkatan suatu pelayanan terhadap konsumen membuat kasus-kasus sengketa yang ada pada e-commerce sendiri berkurang pasca covid-19. [19]

IV. SIMPULAN

Pertumbuhan dalam Transaksi Jual beli online atau e-commerce mengubah cara pandang dan perilaku dari konsumen dan penjual, bahkan sampai pada pandemi sendiri tingkat pembelian barang atau kebutuhan pada e-commerce sendiri juga melonjak karena adanya pembatasan sosial dan penutupan toko offline. Hal yang sering terjadi saat melakukan transaksi jual beli online yakni adanya penipuan, ketidaksesuaian produk yang dikirim, keterlambatan dalam pengiriman, Namun dengan seiring berjalannya waktu kasus sengketa tersebut dapat menurun padahal jumlah pengguna pada e-commerce dan jumlah transaksi pada e-commerce terus meningkat yang dikarenakan para pelaku usaha sendiri memiliki kesadaran akan pentingnya untuk menjaga kepercayaannya terhadap konsumen. Adanya keterbukaan suatu informasi, jujur, memberikan pelayanan yang baik membuat jumlah sengketa juga ikut menurun dan membuat meningkatnya suatu kepercayaan dan kepuasan dari konsumen dalam melakukan pembelian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur dan ucapan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan penulis dalam menyelesaikan artikel ini dengan baik. Dan tak lupa, saya ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan yang penuh. Tak lupa juga dosen pembimbing saya dan seluruh dosen yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam penulisan artikel ini agar layak untuk dibaca dan bermanfaat bagi para pembaca.

REFERENSI

- [1] S. Silviasari, "Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce melalui Sistem Cash on Delivery," *Media of Law and Sharia*, vol. 1, no. 3, Aug. 2020, Art. no. 3, doi: 10.18196/mls.v1i3.9192.
- [2] M. F. Asri, U. F. Nurfatimah, and M. Asiyatum Syafaat, "Studi Normatif Terhadap Konsep Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia," *Equality Before The Law*, vol. 1, no. 1, Aug. 2021, Art. no. 1.
- [3] N. E. Safitri, M. T. Multazam, R. R. Phahlevy, and K. Z. Abduvalievich, "Virtual Objects Trading in Indonesia: Legal Issues on Ownership and Copyright," in *Proc. International Conference on Intellectuals' Global Responsibility (ICIGR 2022)*, Atlantis Press, May 2023, pp. 713–721, doi: 10.2991/978-2-38476-052-7_76.
- [4] A. H. Barkatullah, "Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce," *Iustum*, vol. 14, no. 2, 2007, Art. no. 2, doi: 10.20885/iustum.vol14.iss2.art8.
- [5] Y. L. Fista, A. Machmud, and S. Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum*, vol. 12, no. 1, Aug. 2023, Art. no. 1, doi: 10.37893/jbh.v12i1.599.
- [6] M. H. Rustam, H. Hamler, T. Marlina, D. Handoko, and R. Alamsyah, "Peran dan Tanggung Jawab Konsumen untuk Mencegah Praktik Penipuan dalam Transaksi Online dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen," *Riau Law Journal*, vol. 7, no. 1, May 2023, Art. no. 1, doi: 10.30652/rlj.v7i1.8050.
- [7] I. Rahman, Sahrul, R. E. Mayasari, T. Nurapriyanti, and Yuliana, "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital," *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, vol. 2, no. 08, Aug. 2023, Art. no. 08, doi: 10.58812/jhhws.v2i08.605.
- [8] R. Syafriana, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik," *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, vol. 1, no. 2, 2016, Art. no. 2, doi: 10.30596/dll.v1i2.803.
- [9] M. T. Multazam and A. E. Widiarto, "Digitalization of the Legal System: Opportunities and Challenges for Indonesia," *Rechtsidee*, vol. 11, no. 2, Dec. 2023, Art. no. 2, doi: 10.21070/jjhr.v12i2.1014.
- [10] A. E. Saragih, M. F. Bagaskara, and Mulyadi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce," *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, vol. 2, no. 1, Jun. 2023, Art. no. 1, doi: 10.572349/civilia.v2i2.414.
- [11] R. Ranto, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik," *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, vol. 2, no. 2, Feb. 2019, Art. no. 2, doi: 10.24246/alethea.vol2.no2.p145-164.
- [12] K. N. Arafah, "Penyelesaian Sengketa E-Commerce Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam)," Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia, 2018. [Online]. Available: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43138>. [Accessed: Jul. 26, 2024].
- [13] S. P. Pratama and M. T. Multazam, "Kelemahan Kontrak Pintar: Risiko Konsumen dalam Blockchain," *Journal Customary Law*, vol. 1, no. 3, Jul. 2024, pp. 11–11, doi: 10.47134/jcl.v1i3.2870.
- [14] S. N. Fauzi, "Tindak Pidana Penipuan dalam Transaksi di Situs Jual Beli Online (E-Commerce)," *Recidive: Jurnal Hukum Pidana dan Penanggulangan Kejahatan*, vol. 7, no. 3, Sep. 2018, Art. no. 3, doi: 10.20961/recidive.v7i3.40603.
- [15] S. Anissa and M. T. Multazam, "Assessing Legal Measures for Addressing Personal Data Misuse in Commercial Settings: A Critical Analysis," *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, vol. 19, no. 2, May 2024, Art. no. 2, doi: 10.21070/ijler.v19i2.1012.
- [16] A. P. Fadhila, "Tinjauan Kriminologi Dalam Tindakan Penipuan Ecommerce Berdasar Peraturan Perundang-undangan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia," *Jurnal Suara Hukum*, vol. 3, no. 2, Sep. 2021, pp. 274–299, doi: 10.26740/jsh.v3n2.p274-299.
- [17] L. Hakim, "Formulasi dan Tantangan Penyelesaian Sengketa Bisnis Persaingan Usaha Tidak Sehat di Masa Pandemi Covid-19," *Lex renaiss.*, vol. 6, no. 4, 2021, Art. no. 4, doi: 10.20885/JLR.vol6.iss4.art6.

[18] A. Yetno, "Penyelesaian Kasus Hukum pada Transaksi Elektronik atau E-Commerce bagi Konsumen di Era Digital di Indonesia," *Satya Dharma: Jurnal Ilmu Hukum*, vol. 5, no. 2, Dec. 2022, Art. no. 2, doi: 10.33363/sd.v5i2.912.

[19] G. Anand, X. Nugraha, and D. E. K. Putri, "Formulasi Penegakan Hukum yang Sistematis Terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen E-Commerce Terkait Tidak Dipenuhinya Janji oleh Pelaku Usaha: Sebuah Upaya Mewujudkan Perfect Procedural Justice," *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, vol. 12, no. 2, Oct. 2023, Art. no. 2, doi: 10.33331/rechtsvinding.v12i2.1262.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Hasil Plagiasi Hardian Sembellagusto

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

21%

PUBLICATIONS

21%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	archive.umsida.ac.id Internet Source	5%
2	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	3%
3	www.researchgate.net Internet Source	2%
4	jurnal.ugr.ac.id Internet Source	2%
5	fhukum.unpatti.ac.id Internet Source	2%
6	journal.umy.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Jember Student Paper	1%
8	digilib.esaunggul.ac.id Internet Source	1%
9	journal.laaroiba.ac.id Internet Source	1%

10	ditjenpkh.pertanian.go.id Internet Source	1 %
11	repositori.unsil.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
13	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1 %
14	Submitted to Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai Student Paper	1 %
15	nanopdf.com Internet Source	1 %
16	jurnal.ensiklopediaku.org Internet Source	1 %
17	justices.pdfaii.org Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Hasil Plagiasi Hardian Sembellagusto

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6
