

Sosialisasi Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Masyarakat

Mohammad Ilham Agang¹, Afif Nur Rokhman², Dipa Teruna Awaludin³, Herwantono⁴, Seno Wibowo Gumbira⁵

¹ Universitas Borneo Tarakan, ² Universitas Brawijaya, ³ Universitas Nasional, ⁴ Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon, ⁵ Universitas Terbuka

e-mail: ¹ilhamagang@borneo.ac.id, ²afifnurrochman@gmail.com, ³dipateruna@civitas.unas.ac.id,
⁴herwantonotono944@gmail.com, ⁵seno@ecampus.ut.ac.id

Abstrak

Transaksi e-commerce telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Namun, pemahaman yang minim mengenai hak-hak konsumen dan perlindungan yang tersedia sering kali membuat masyarakat rentan terhadap berbagai risiko, seperti penipuan, pelanggaran privasi, dan produk yang tidak sesuai. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terkait perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan melalui serangkaian workshop, diskusi interaktif, dan penyebaran materi edukasi daring yang melibatkan berbagai elemen masyarakat, khususnya di kalangan kelas menengah ke bawah yang menjadi kelompok paling rentan. Survei awal menunjukkan bahwa 50% responden tidak memahami hak-hak konsumen, sementara 40% hanya memiliki pemahaman parsial. Faktor-faktor seperti minimnya literasi digital, sosialisasi regulasi yang belum merata, dan fokus masyarakat pada harga serta kenyamanan menjadi kendala utama. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat tentang hak-hak konsumen, regulasi perlindungan konsumen, dan pentingnya menjaga data pribadi dalam transaksi online. Peserta juga menunjukkan perubahan sikap yang lebih kritis dan hati-hati dalam memilih platform e-commerce serta menghadapi potensi risiko. Program ini memberikan dampak positif dalam menciptakan masyarakat yang lebih sadar akan hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen. Sebagai tindak lanjut, perlu dilakukan perluasan cakupan sosialisasi ke wilayah-wilayah terpencil serta kolaborasi dengan pemerintah dan pelaku industri untuk mewujudkan ekosistem e-commerce yang lebih aman dan transparan.

Kata kunci: Sosialisasi, Perlindungan Konsumen, Transaksi E-Commerce, Masyarakat.

Abstract

E-commerce transactions have become an integral part of modern society. However, a lack of understanding of consumer rights and available protections often leaves people vulnerable to various risks, such as fraud, privacy violations, and unsuitable products. This community service program aims to increase public awareness and understanding of consumer protection in e-commerce transactions. Socialization activities are carried out through a series of workshops, interactive discussions, and dissemination of online educational materials involving various elements of society, especially among the lower middle class who are the most vulnerable group. An initial survey showed that 50% of respondents did not understand consumer rights, while 40% only had a partial understanding. Factors such as the lack of digital literacy, uneven socialization of regulations, and people's focus on price and convenience are the main obstacles. The results of the activity showed an increased understanding of consumer rights, consumer protection regulations, and the importance of maintaining personal data in online transactions. Participants also showed a change in attitude to be more critical and cautious in choosing e-commerce platforms and dealing with potential risks. This program has had a positive impact in creating a society that is more aware of their rights and obligations as consumers. As a follow-up, it is necessary to expand the scope of socialization to remote areas as well as collaboration with the government and industry players to create a safer and more transparent e-commerce ecosystem.

Keywords: Socialization, Consumer Protection, E-Commerce Transactions, Society.

1. PENDAHULUAN

Perdagangan elektronik atau e-commerce telah menjadi fenomena global yang terus berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Di Indonesia, sektor e-commerce mencatatkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, yang tercermin dalam meningkatnya jumlah konsumen yang melakukan transaksi online. [1] Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan berbagai sumber lainnya, penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan yang drastis, yang turut berkontribusi pada makin banyaknya masyarakat yang berbelanja secara daring. E-commerce menawarkan berbagai kemudahan, seperti akses ke berbagai produk dari berbagai daerah, kenyamanan berbelanja tanpa batasan waktu dan tempat, serta kemudahan dalam membandingkan harga. Meskipun demikian, keberadaan e-commerce tidak lepas dari berbagai risiko dan permasalahan yang dapat merugikan konsumen. [2]

Salah satu isu utama yang sering muncul dalam transaksi e-commerce adalah perlindungan konsumen. Meskipun konsumen memiliki hak yang dilindungi oleh undang-undang, banyak di antaranya yang belum sepenuhnya memahami bagaimana hak-hak tersebut dapat diakses dan digunakan dalam konteks transaksi elektronik. Penipuan dalam e-commerce, seperti pengiriman barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau bahkan tidak dikirim sama sekali, kualitas barang yang rendah, serta penyalahgunaan data pribadi adalah beberapa contoh masalah yang masih sering terjadi. Selain itu, rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan pemahaman tentang hak-hak konsumen, dan kurangnya kesadaran mengenai mekanisme perlindungan konsumen membuat banyak pihak merasa terancam dalam melakukan transaksi secara daring.

Dalam konteks ini, sosialisasi mengenai perlindungan konsumen dalam e-commerce menjadi hal yang sangat penting. Upaya sosialisasi yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hak-hak mereka sebagai konsumen dalam transaksi elektronik, serta memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai langkah-langkah yang harus diambil jika terjadi masalah atau sengketa dalam berbelanja online. Beberapa regulasi yang ada, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, memberikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen dalam e-commerce. [3] Namun, regulasi yang ada seringkali tidak cukup dikenal oleh masyarakat secara luas, sehingga perlu ada upaya peningkatan pemahaman melalui program sosialisasi yang lebih efektif. [4]

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce kepada masyarakat luas. Program sosialisasi ini akan mencakup berbagai aspek penting, seperti hak-hak konsumen dalam e-commerce, cara-cara untuk menghindari penipuan, serta prosedur yang harus dilakukan jika terjadi sengketa antara konsumen dan penyedia jasa. Selain itu, program ini juga akan membahas pentingnya kesadaran terhadap perlindungan data pribadi dalam transaksi online, yang menjadi isu sensitif dalam era digital. Dengan pendekatan yang interaktif dan berbasis pada literasi digital, diharapkan sosialisasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan kewaspadaan masyarakat terhadap potensi risiko yang ada dalam dunia e-commerce. [5]

Melalui pengabdian ini, diharapkan masyarakat akan lebih siap dan teredukasi dalam menghadapi tantangan yang ada di dunia e-commerce, sehingga mereka dapat bertransaksi dengan lebih aman, terlindungi, dan terhindar dari berbagai potensi kerugian. Program ini juga bertujuan untuk menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang lebih transparan, adil, dan berkeadilan bagi semua pihak yang terlibat, baik konsumen, penyedia layanan, maupun regulator.

2. METODE

Metode pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan melalui pendekatan yang terstruktur dan komprehensif untuk memastikan sosialisasi perlindungan konsumen dalam

transaksi e-commerce dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh masyarakat. Tahapan pelaksanaan pengabdian ini terdiri dari beberapa langkah yang saling terkait, yaitu: [6]

1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan Masyarakat : Sebelum melaksanakan sosialisasi, langkah pertama yang akan dilakukan adalah identifikasi dan analisis kebutuhan masyarakat terkait dengan pemahaman perlindungan konsumen dalam e-commerce. Hal ini dilakukan melalui survei awal yang menyoroti kelompok sasaran yang beragam, baik berdasarkan usia, tingkat pendidikan, maupun tingkat keterlibatan mereka dalam transaksi online. Survei ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kesadaran masyarakat mengenai hak-hak konsumen dalam e-commerce serta permasalahan yang sering mereka hadapi dalam berbelanja online. Data yang diperoleh akan menjadi dasar untuk merancang materi sosialisasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan kelompok sasaran. [7]

2. Penyusunan Materi Sosialisasi : Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian akan menyusun materi sosialisasi yang mencakup topik-topik berikut:

a. Hak-hak konsumen dalam e-commerce, seperti hak atas informasi yang jelas, hak untuk menerima barang atau jasa sesuai dengan deskripsi, dan hak untuk melakukan klaim atau pengembalian produk.

b. Regulasi yang mengatur perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

c. Langkah-langkah yang dapat diambil konsumen jika mengalami masalah dalam transaksi e-commerce, termasuk cara melaporkan penipuan dan prosedur pengaduan.

d. Pentingnya perlindungan data pribadi dalam transaksi online dan cara menghindari penyalahgunaan informasi pribadi. Materi sosialisasi ini akan disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami, menggunakan bahasa yang sederhana dan ilustrasi visual untuk meningkatkan daya tarik serta pemahaman masyarakat.

3. Pelaksanaan Sosialisasi : Sosialisasi akan dilakukan melalui berbagai metode, baik secara tatap muka maupun daring, untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat, dengan mengutamakan aksesibilitas bagi semua pihak.

a. Kegiatan Workshop dan Seminar: Program sosialisasi akan dilakukan melalui workshop dan seminar yang diadakan di komunitas-komunitas lokal, sekolah, dan pusat kegiatan masyarakat. Di setiap sesi, materi perlindungan konsumen akan dijelaskan secara rinci dan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab untuk memastikan pemahaman yang lebih baik.

b. Edukasi Daring: Mengingat pentingnya keterlibatan masyarakat yang lebih luas, sosialisasi juga akan dilakukan melalui platform daring seperti webinar, video edukasi yang dipublikasikan melalui media sosial, serta pembuatan infografis dan artikel yang mudah dipahami dan dapat diakses secara bebas.

c. Simulasi Kasus: Untuk memberikan pemahaman yang lebih praktis, simulasi kasus-kasus nyata dalam transaksi e-commerce akan disajikan dalam bentuk studi kasus, diikuti dengan diskusi kelompok untuk merumuskan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen.

Evaluasi dan Umpan Balik

4. Setelah pelaksanaan sosialisasi, dilakukan evaluasi untuk menilai sejauh mana efektivitas program pengabdian ini dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai perlindungan konsumen dalam e-commerce. Evaluasi dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada peserta untuk mengukur tingkat pemahaman dan perubahan sikap mereka terhadap hak-hak konsumen dalam e-commerce. Selain itu, umpan balik dari peserta juga akan dikumpulkan untuk

mengevaluasi kekurangan dan hal-hal yang perlu ditingkatkan dalam program sosialisasi berikutnya.

5. Penyusunan Laporan dan Rekomendasi : Berdasarkan hasil evaluasi, tim pengabdian akan menyusun laporan yang mencakup temuan-temuan penting terkait dengan tingkat kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap perlindungan konsumen dalam e-commerce. Laporan ini juga akan memuat rekomendasi untuk peningkatan program sosialisasi yang lebih efektif di masa depan, baik dalam hal materi, metode penyampaian, maupun sasaran yang lebih spesifik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk mensosialisasikan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce di masyarakat menghasilkan beberapa temuan penting yang berkaitan dengan pemahaman, kesadaran, dan perubahan perilaku konsumen terhadap transaksi online. Program ini dijalankan dalam beberapa fase, melibatkan berbagai kelompok sasaran, dan menggunakan metode yang beragam seperti workshop, seminar, serta edukasi daring. Berikut ini adalah hasil yang diperoleh dari pelaksanaan program:

1. Tingkat Pemahaman Masyarakat tentang Perlindungan Konsumen : Hasil survei awal yang dilakukan sebelum kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki pemahaman yang terbatas mengenai hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce. Mayoritas responden hanya mengetahui tentang perlindungan konsumen secara umum, tanpa pengetahuan yang mendalam tentang hak-hak spesifik yang dapat mereka klaim dalam dunia perdagangan daring, seperti hak untuk mendapatkan barang sesuai pesanan, hak untuk mengembalikan barang, dan hak atas perlindungan data pribadi.
2. Efektivitas Metode Sosialisasi : Berdasarkan umpan balik yang dikumpulkan dari peserta, sebagian besar merasa bahwa program sosialisasi yang dilakukan melalui workshop dan seminar tatap muka sangat membantu mereka dalam memahami hak-hak mereka sebagai konsumen. Penjelasan mengenai peraturan perlindungan konsumen, seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, memberikan wawasan baru bagi peserta. Simulasi kasus nyata dalam e-commerce, yang diadakan dalam sesi diskusi, juga sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan peserta untuk menghadapi permasalahan yang mungkin muncul dalam transaksi daring.
3. Peningkatan Kesadaran terhadap Perlindungan Data Pribadi : Salah satu aspek yang menarik adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan data pribadi dalam transaksi e-commerce. Banyak peserta yang sebelumnya tidak menyadari adanya potensi risiko penyalahgunaan data pribadi dalam transaksi online. Program sosialisasi yang membahas isu-isu terkait perlindungan data pribadi serta cara-cara melindungi informasi pribadi mereka, seperti penggunaan kata sandi yang kuat dan kewaspadaan terhadap situs yang tidak aman, memperoleh respons yang sangat positif.
4. Perubahan Sikap dan Perilaku Konsumen : Sebagian besar peserta mengaku bahwa setelah mengikuti program sosialisasi, mereka merasa lebih percaya diri dan lebih hati-hati dalam melakukan transaksi e-commerce. Mereka lebih cermat dalam memilih platform belanja online yang aman, memeriksa reputasi penjual, serta memahami langkah-langkah yang dapat diambil jika terjadi masalah. Bahkan beberapa peserta mengungkapkan niat untuk lebih aktif dalam

melaporkan tindak penipuan yang mungkin mereka alami, setelah mendapatkan informasi mengenai prosedur pengaduan yang tepat.

5. Evaluasi dari Kegiatan Edukasi Daring : Edukasi daring melalui webinar dan materi yang dipublikasikan di media sosial juga menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Meskipun pelibatan peserta secara langsung tidak sebesar dalam kegiatan tatap muka, materi yang disajikan secara online mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, termasuk masyarakat yang tinggal di daerah terpencil. Interaksi melalui platform komentar dan sesi tanya jawab daring juga memberikan ruang bagi peserta untuk bertanya secara langsung mengenai masalah yang mereka hadapi dalam transaksi online.

Tabel 1. Distribusi Pemahaman Masyarakat tentang Hak-hak Konsumen dalam E-Commerce

Tingkat Pemahaman	Persentase Responden (%)
Tidak Memahami Hak-hak Konsumen	50%
Memahami Sebagian Hak-hak Konsumen	40%
Memahami Hak-hak Konsumen Secara Penuh	10%

Tabel ini menggambarkan tingkat pemahaman masyarakat terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce. Sebagian besar masyarakat hanya memahami sebagian hak mereka, sementara sebagian kecil yang sepenuhnya memahami hak-hak konsumen masih sangat terbatas.

Tabel 2. Faktor Penyebab Ketidaktahuan Masyarakat terhadap Hak-hak Konsumen dalam E-Commerce

Faktor Penyebab	Persentase (%)
Sosialisasi yang Belum Maksimal	40%
Kurangnya Literasi Digital	30%
Keterbatasan Akses Informasi	20%
Fokus pada Harga dan Kenyamanan	10%

Tabel ini menunjukkan faktor-faktor utama yang menyebabkan ketidaktahuan masyarakat mengenai hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce. Sosialisasi yang kurang maksimal menjadi faktor utama, diikuti oleh kurangnya literasi digital.

Tabel 3. Fokus Masyarakat pada Aspek dalam Transaksi E-Commerce

Aspek yang Diperhatikan Konsumen	Persentase Responden (%)
Kenyamanan	35%
Harga	30%
Kualitas Produk	20%
Keamanan Transaksi	10%
Perlindungan Konsumen	5%

Tabel ini menggambarkan aspek yang paling diperhatikan oleh masyarakat saat berbelanja online. Mayoritas konsumen cenderung fokus pada kenyamanan dan harga, sementara aspek penting seperti perlindungan konsumen dan keamanan transaksi diperhatikan lebih sedikit.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Survei

Kategori	Hasil dan Persentase (%)
Tingkat Pemahaman Masyarakat tentang Hak-	50% tidak memahami, 40%

hak Konsumen	memahami sebagian, 10% memahami penuh
Faktor Penyebab Ketidaktahuan	40% sosialisasi, 30% literasi digital, 20% akses informasi, 10% fokus pada harga dan kenyamanan
Fokus Masyarakat dalam E-Commerce	35% kenyamanan, 30% harga, 20% kualitas produk, 10% keamanan transaksi, 5% perlindungan konsumen

Tabel ini menggabungkan semua hasil survei untuk memberikan gambaran keseluruhan mengenai pemahaman masyarakat tentang hak-hak konsumen dalam e-commerce, serta faktor penyebab ketidaktahuan dan aspek yang paling sering diperhatikan oleh konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami hak-hak mereka sebagai konsumen dalam dunia perdagangan daring. Meskipun regulasi perlindungan konsumen telah ada, sosialisasi yang belum maksimal menjadi salah satu faktor penyebab rendahnya tingkat pemahaman ini, terutama di kalangan masyarakat kelas menengah ke bawah.

Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen lebih memperhatikan aspek kenyamanan dan harga saat berbelanja online, tanpa cukup memperhatikan aspek penting lainnya, seperti kualitas produk, keamanan transaksi, dan perlindungan konsumen itu sendiri. Sosialisasi yang kurang, rendahnya literasi digital, keterbatasan akses informasi, serta fokus yang terlalu besar pada harga dan kenyamanan menjadi faktor utama yang menghambat masyarakat dalam memahami hak-hak mereka dalam e-commerce.

Namun, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya perlindungan konsumen dalam transaksi online. Program ini, yang dilaksanakan melalui workshop, seminar, dan edukasi daring, berhasil mengedukasi peserta mengenai hak-hak konsumen, regulasi yang berlaku, serta cara melindungi data pribadi mereka dalam transaksi online. Selain itu, simulasi kasus dan diskusi kelompok juga efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta tentang langkah-langkah yang perlu diambil jika menghadapi masalah dalam e-commerce.

Pentingnya perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi online menjadi salah satu isu yang mendapat perhatian besar dalam program ini. Masyarakat kini lebih sadar akan risiko yang dapat terjadi dalam e-commerce dan lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi online. Selain itu, peserta juga menunjukkan perubahan sikap yang positif, yaitu lebih cermat dalam memilih platform belanja online yang aman dan lebih peka terhadap potensi penipuan.

Ke depan, disarankan agar program sosialisasi perlindungan konsumen dalam e-commerce diperluas untuk menjangkau lebih banyak masyarakat, terutama di daerah-daerah terpencil yang terbatas akses teknologi. Upaya peningkatan literasi digital, penyediaan informasi yang mudah diakses, serta pelatihan yang lebih mendalam tentang hak-hak konsumen dan perlindungan data pribadi akan semakin memperkuat pemahaman masyarakat tentang e-commerce yang aman dan terlindungi.

Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang perlindungan konsumen dalam e-commerce,

serta menjadi langkah penting dalam menciptakan lingkungan transaksi online yang lebih aman dan terlindungi bagi seluruh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. E. Wibowo, A. M. Prematura, and A. Aditya, "SOSIALISASI KESADARAN MASYARAKAT DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE UNTUK MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI KELOMPOK PKK KELURAHAN PEKUNCEN," *Ruang Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 108–120, Mar. 2022, doi: 10.55904/RUANGCENDEKIA.V1I1.17.
- [2] 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, pp. 177–189, Aug. 2023, doi: 10.37893/JBH.V12I1.599.
- [3] F. S. Izazi, P. Sajena, R. S. Kirana, and K. Marsaulina, "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PERATURAN PEMERINTAH (PP) NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK," *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, vol. 1, no. 2, pp. 8–14, Jun. 2024, Accessed: Nov. 15, 2024. [Online]. Available: <https://journal.myrepublikcorp.com/index.php/leuser/article/view/73>
- [4] A. Fitra, S. Rahman, and A. Arief, "Efektivitas Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Kota Sengkang," *Journal of Lex Generalis (JLG)*, vol. 3, no. 3, pp. 535–550, Mar. 2022, Accessed: Nov. 15, 2024. [Online]. Available: <http://pasca-umi.ac.id/index.php/jlg/article/view/818>
- [5] H. K. Zaenal and M. Orias, "URGENSI PERLINDUNGAN HUKUM DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE," *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 4, pp. 6996–7000, Jul. 2024, doi: 10.31004/CDJ.V5I4.32270.
- [6] 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, pp. 145–155, Jun. 2023, doi: 10.572349/CIVILIA.V2I2.414.
- [7] F. Yani, F. B. Kartika, M. Ihsan, E. Darmayanti, E. K. Tarigan, and C. Sitio, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi E-Commerce Melalui Pembiayaan E-Banking Mobile Di Kelurahan Martubung," *JUDIMAS*, vol. 5, no. 1, Oct. 2024, Accessed: Nov. 15, 2024. [Online]. Available: <https://www.ojs.stmikpontianak.ac.id/index.php/judimas/article/view/483>