



## Peran Hukum Platform *E-Commerce* dalam Transaksi Online

Tasya Aulia<sup>1</sup>, Shasya Kayla Arindi<sup>2</sup>, Sri Handayani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Sriwijaya, Indonesia

Email: [Tasyaauliaa2007@gmail.com](mailto:Tasyaauliaa2007@gmail.com), [kaksya2007@gmail.com](mailto:kaksya2007@gmail.com), [srihandayani@fh.unsri.ac.id](mailto:srihandayani@fh.unsri.ac.id)

---

### Article Info

#### Article history:

Received February 20, 2026

Revised March 11, 2026

Accepted March 12, 2026

#### Keywords:

*E-Commerce; Consumer Protection; Electronic Transactions; Digital Platforms; Online Dispute Resolution.*

---

### ABSTRACT

*The growth of the Internet in Indonesia is happening quickly. The Internet attracts interest from people who are keen on computers. Recently, the number of Internet users has been rising rapidly, expanding with the shift toward digital transformation. Information technology has moved into all areas, including business, as it offers easy communication and access to information. However, this development has also led to some negative effects, particularly an increase in cybercrime. The findings highlight efforts to protect consumers through preventive, repressive, and solution-based methods, as well as alternative dispute resolution options in both litigation and non-litigation contexts. This way, the legal protection of consumers using e-commerce platforms for online shopping can be ensured by adhering to regulations governing electronic trade, especially on social media e-commerce platforms.*

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



---

### Article Info

#### Article history:

Received February 20, 2026

Revised March 11, 2026

Accepted March 12, 2026

#### Keywords:

*E-Commerce; Perlindungan Konsumen; Transaksi Elektronik; Platform Digital; Penyelesaian Sengketa.*

---

### ABSTRACT

*Perkembangan Internet di Indonesia berlangsung dengan cepat. Internet menarik minat orang-orang yang tertarik pada komputer. Baru-baru ini, jumlah pengguna Internet meningkat secara pesat, sejalan dengan pergeseran menuju transformasi digital. Teknologi informasi telah merambah ke semua bidang, termasuk bisnis, karena menawarkan komunikasi yang mudah dan akses informasi. Namun, perkembangan ini juga menimbulkan dampak negatif, terutama peningkatan kejahatan siber. Temuan ini menyoroti upaya melindungi konsumen melalui metode preventif, represif, dan berbasis solusi, serta opsi penyelesaian sengketa alternatif dalam konteks litigasi dan non-litigasi. Dengan demikian, perlindungan hukum bagi konsumen yang menggunakan platform e-commerce untuk berbelanja online dapat dijamin dengan mematuhi peraturan yang mengatur perdagangan elektronik, terutama pada platform e-commerce media sosial.*

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



---

### Corresponding Author:

Tasya Aulia, Shasya Kayla Arindi, Sri Handayani  
Universitas Sriwijaya



---

## PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia telah memasuki era perkembangan ekonomi global yang berlandaskan inovasi, teknologi, dan pengetahuan. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya generasi milenial hingga generasi Z yang menunjukkan kreativitas serta menghadirkan berbagai inovasi baru. Potensi tersebut dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya dalam sektor ekonomi digital, sekaligus mendukung terwujudnya konsep *society 5.0*. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi sangat bergantung pada kemampuan menciptakan inovasi dan kreativitas yang berkaitan erat dengan sistem kekayaan intelektual. Dalam era globalisasi, negara-negara maju umumnya mampu memanfaatkan kekayaan intelektual sebagai penggerak utama perekonomian melalui pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, kreativitas, serta inovasi.

Salah satu perubahan yang cukup signifikan dalam perkembangan media adalah munculnya layanan *over the top* (OTT). Konsep ini semakin populer tidak hanya di sektor telekomunikasi, tetapi juga di kalangan pemerintah dan akademisi. Di era digital, banyak perusahaan mulai menerapkan berbagai strategi untuk mendukung proses transformasi digital dalam organisasi mereka. Oleh karena itu, perusahaan yang masih menggunakan model bisnis tradisional atau konvensional perlu melakukan penyesuaian serta menata kembali strategi bisnisnya agar selaras dengan perkembangan era digital (Fajrin, 2017).

Era digital juga tidak dapat dipisahkan dari peran internet. Internet merupakan media yang berfungsi sebagai perantara komunikasi global dan mampu menghubungkan jutaan jaringan komputer melalui berbagai infrastruktur seperti satelit dan jaringan telepon. Dalam perkembangannya, internet memberikan dampak besar bagi dunia bisnis, salah satunya melalui perdagangan elektronik. *e-Commerce* atau perdagangan elektronik merupakan konsep yang sudah sangat dikenal dalam penggunaan internet, di mana transaksi bisnis dan kegiatan pemasaran dilakukan secara virtual. Hal ini sejalan dengan definisi dalam *Black's Law Dictionary* yang menyebutkan bahwa *e-commerce* merupakan sarana transaksi daring yang memanfaatkan internet, khususnya dalam aktivitas jual beli produk.

Seiring dengan perkembangan teknologi, *platform e-commerce* tidak lagi terbatas pada marketplace saja, tetapi juga mulai terintegrasi dengan media sosial. Fenomena ini melahirkan apa yang dikenal sebagai platform e-commerce berbasis media sosial. Platform seperti Twitter, YouTube, Instagram, dan Facebook, serta layanan OTT lainnya seperti Line dan WhatsApp, turut menciptakan lingkungan interaksi sosial yang semakin kondusif dengan dukungan teknologi dan internet. Kehadiran platform tersebut memiliki peran penting dalam mendorong partisipasi, sosialisasi, serta memengaruhi opini publik. Pada perkembangannya, fungsi platform tersebut tidak hanya sebatas menyediakan hiburan bagi pengguna, tetapi juga menjadi sarana pemasaran yang efektif dalam era digital.

Platform *e-commerce* berbasis media sosial dapat dipahami sebagai teknologi berbasis komputer yang memungkinkan pengguna untuk berbagi ide, gagasan, pemikiran, serta informasi melalui jaringan dan komunitas virtual. Melalui platform ini, pengguna dapat melakukan komunikasi elektronik secara cepat sekaligus berbagi berbagai jenis konten, seperti informasi pribadi, dokumen, video, maupun foto (Dollarhide, 2020). Umumnya, akses terhadap *platform e-commerce* dapat dilakukan melalui berbagai perangkat seperti komputer, tablet, telepon pintar, serta aplikasi berbasis web.



Kemudahan dalam mengakses informasi menjadi salah satu indikator terjadinya transformasi dalam perilaku konsumen, khususnya melalui situs jejaring sosial. Informasi yang disampaikan dapat berupa penjelasan mengenai produk maupun layanan jasa. Saat ini, jumlah pengguna internet dan *platform e-commerce* terus meningkat, sehingga memicu perubahan dalam pola konsumsi media masyarakat. Hal ini terjadi karena platform e-commerce mampu menjangkau berbagai kalangan pengguna. Oleh sebab itu, banyak perusahaan maupun pelaku usaha yang memanfaatkan platform e-commerce sebagai strategi pemasaran yang efektif, terlebih dengan jumlah pengguna yang semakin besar dan tersebar luas, khususnya di Indonesia.

Salah satu perubahan yang cukup signifikan dalam perkembangan media adalah munculnya layanan *over the top* (OTT). Konsep ini semakin populer tidak hanya di sektor telekomunikasi, tetapi juga di kalangan pemerintah dan akademisi. Di era digital, banyak perusahaan mulai menerapkan berbagai strategi untuk mendukung proses transformasi digital dalam organisasi mereka. Oleh karena itu, perusahaan yang masih menggunakan model bisnis tradisional atau konvensional perlu melakukan penyesuaian serta menata kembali strategi bisnisnya agar selaras dengan perkembangan era digital (Fajrin, 2017).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang berkaitan dengan peran hukum dalam penyelenggaraan transaksi melalui *platform e-commerce*. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana aturan hukum diterapkan serta bagaimana perlindungan hukum diberikan kepada para pihak yang terlibat dalam transaksi online.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Di Indonesia, tingkat penggunaan internet terus menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu. Penyebaran *platform e-commerce* yang semakin luas di berbagai wilayah Indonesia menunjukkan besarnya peran serta keberadaan platform tersebut dalam kehidupan masyarakat. Platform e-commerce tidak hanya berfungsi sebagai sarana jejaring sosial, tetapi juga sebagai media untuk menyalurkan berbagai bentuk konten. Konten yang dibagikan dapat berupa aktivitas pribadi sehari-hari maupun kegiatan sosial yang memungkinkan pengguna untuk saling berinteraksi secara daring.

Perkembangan *platform e-commerce* juga ditandai dengan kemampuan adaptasinya terhadap perubahan zaman. Tampilan dan fitur yang disediakan terus diperbarui agar semakin menarik serta mudah digunakan oleh pengguna dari berbagai kelompok usia. Kondisi tersebut membuka peluang yang semakin besar bagi pemanfaatan *platform e-commerce*, yang kini tidak hanya digunakan untuk membangun hubungan sosial, tetapi juga sebagai sarana untuk melakukan berbagai aktivitas transaksi bisnis.

Salah satu platform yang menjadi pelopor dalam mengembangkan fitur transaksi elektronik adalah Facebook. Pada tahun 2014, Facebook memperkenalkan fitur pengiriman uang melalui layanan Facebook Messenger yang memungkinkan pengguna melakukan transfer dana secara praktis dan sederhana. Untuk menggunakan layanan tersebut, pengguna perlu mendaftarkan kartu Mastercard atau Visa yang dimiliki, kemudian membuat PIN khusus guna menjaga keamanan data perbankan mereka. Kehadiran fitur ini mendorong Facebook untuk mengembangkan layanan marketplace sendiri dalam bentuk toko daring versi Facebook, sehingga pengguna dapat melakukan transaksi jual beli secara langsung di dalam



platform. Inovasi tersebut juga memberikan pengaruh terhadap *platform e-commerce* lainnya, seperti Instagram, WhatsApp, dan terutama Twitter.

Penelitian yang dilakukan oleh TNS (Taylor Nelson Sofres) menunjukkan bahwa platform *e-commerce* memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan perdagangan elektronik di Indonesia (Hidayat, 2017). Fenomena ini menunjukkan adanya transformasi digital yang tidak terlepas dari munculnya disrupsi dalam ekosistem platform *e-commerce*. Konsep disrupsi pertama kali diperkenalkan oleh Clayton M. Christensen sebagai upaya menjelaskan mengapa perusahaan besar, bahkan yang memimpin pasar, dapat dikalahkan oleh perusahaan yang lebih kecil dengan sumber daya yang relatif terbatas.

Menurut Christensen, disrupsi dapat dipahami melalui dua karakteristik utama. Pertama, adanya perubahan dalam model bisnis. Perusahaan besar sering kali hanya berfokus pada peningkatan kualitas produk atau layanan yang sudah ada, misalnya dengan memperbarui fasilitas kamar dan menu makanan dalam industri perhotelan. Sebaliknya, perusahaan seperti Airbnb menawarkan model bisnis yang berbeda dengan mempertemukan individu yang memiliki kamar tidak terpakai dengan pihak yang membutuhkan tempat menginap. Inovasi tersebut muncul karena perusahaan lebih berorientasi pada kebutuhan langsung pengguna.

Kedua, perusahaan kecil umumnya menargetkan konsumen pada segmen pasar bawah (*low-end*) dengan menawarkan harga yang lebih terjangkau. Seiring waktu, perusahaan tersebut dapat berkembang dan memperluas jangkauannya ke pasar yang lebih tinggi (*high-end*), sehingga secara bertahap mampu menyaingi bahkan mengungguli perusahaan besar yang telah lebih dahulu menguasai pasar (Eriyanto, 2017).

Dengan demikian, istilah transformasi digital menjadi sangat relevan dalam perkembangan *platform e-commerce*, khususnya yang berkaitan dengan perubahan model bisnis serta pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Fenomena ini didukung oleh fakta bahwa pemanfaatan platform digital semakin meningkat di kalangan pelaku usaha. Berdasarkan survei Sea Insights, sekitar 54% UMKM di Indonesia telah menggunakan platform *e-commerce* sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan.

Selain itu, selama masa pandemi Covid-19 tercatat sebanyak 301.115 pelaku UMKM mulai beralih memanfaatkan platform digital dalam menjalankan usahanya (Alik, 2020). Perubahan yang terjadi secara signifikan ini menunjukkan adanya optimisme yang tinggi terhadap pemanfaatan platform *e-commerce* sebagai salah satu sarana utama dalam melakukan transaksi bisnis, khususnya dalam aktivitas perdagangan elektronik. Penggunaan platform *e-commerce* sebagai alternatif dalam kegiatan *e-commerce* memiliki keunggulan tersendiri karena menawarkan fleksibilitas layanan yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Selain itu, strategi penjual yang kreatif dan interaktif juga mampu menimbulkan rasa ketertarikan serta mendorong calon pembeli untuk berinteraksi secara langsung.

Sebagaimana dikemukakan oleh Turban, transaksi elektronik tidak hanya terbatas pada proses jual beli melalui internet, tetapi juga mencakup aspek pelayanan kepada pelanggan serta kerja sama dengan mitra bisnis (Kumah, 2017). Meskipun demikian, keberadaan platform *e-commerce* sebagai media transaksi masih memiliki sejumlah kelemahan. Berdasarkan data statistik Patroli Siber Indonesia tahun 2019, dari total 4.586 laporan pengaduan yang diterima, sekitar 35,26% di antaranya merupakan kasus penipuan daring. Rinciannya meliputi 534 laporan yang terjadi melalui Instagram, 413 laporan melalui WhatsApp, dan 304 laporan melalui Facebook (Wardhani, 2020).



Pembahasan mengenai aspek hukum dalam pengaturan transaksi e-commerce di Indonesia mencakup beberapa elemen penting, antara lain perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, penegakan hukum di bidang perpajakan, serta berbagai tantangan hukum yang muncul dalam transaksi lintas negara. Setiap aspek tersebut perlu dianalisis untuk menilai sejauh mana regulasi yang berlaku mampu memberikan perlindungan hukum sekaligus mendukung pertumbuhan industri e-commerce di Indonesia.

### **1. Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce menjadi salah satu aspek utama dalam sistem pengaturan hukum di Indonesia. Ketentuan tersebut diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Seiring meningkatnya aktivitas transaksi digital, kebutuhan akan jaminan perlindungan bagi konsumen juga semakin besar, khususnya terkait transparansi informasi produk, hak pengembalian barang, serta jaminan terhadap produk yang rusak atau tidak sesuai. Berbagai permasalahan seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, peredaran produk palsu, hingga buruknya layanan purna jual menunjukkan pentingnya penguatan perlindungan konsumen. Walaupun beberapa platform e-commerce besar telah menerapkan kebijakan perlindungan konsumen, pengawasan yang lebih intensif masih diperlukan untuk memastikan bahwa hak-hak konsumen terpenuhi di seluruh lapisan pelaku usaha, termasuk UMKM yang sering kali belum memiliki kebijakan perlindungan konsumen yang memadai.

### **2. Perlindungan Data Pribadi**

Dalam aktivitas transaksi e-commerce, data pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, serta informasi pembayaran merupakan unsur penting yang harus dijaga kerahasiaannya. Kehadiran Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP) menjadi langkah penting pemerintah dalam memperkuat perlindungan data pribadi konsumen di ruang digital. Undang-undang ini mengatur proses pengumpulan, penyimpanan, serta penggunaan data pribadi oleh pelaku usaha, sekaligus menetapkan sanksi bagi pihak yang melanggar ketentuan tersebut. Meskipun demikian, implementasi regulasi ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pengawasan terhadap banyaknya platform e-commerce, termasuk yang beroperasi secara lintas negara. Oleh karena itu, sistem perlindungan data yang komprehensif serta penerapan teknologi keamanan yang memadai menjadi faktor penting untuk mencegah terjadinya kebocoran maupun penyalahgunaan data konsumen.

### **3. Penegakan Hukum Perpajakan**

Aspek perpajakan dalam kegiatan e-commerce juga memerlukan penegakan hukum yang jelas agar tercipta keseimbangan antara pelaku usaha konvensional dan pelaku usaha digital. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018, pelaku usaha e-commerce diwajibkan untuk melaporkan transaksi secara transparan serta memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Namun, masih terdapat sejumlah pelaku UMKM atau usaha kecil yang belum sepenuhnya patuh terhadap kewajiban pajak tersebut. Kondisi ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan sosialisasi agar para pelaku usaha lebih memahami tanggung jawab perpajakan mereka. Selain itu, pengawasan terhadap platform e-commerce yang beroperasi dari luar negeri namun memiliki aktivitas transaksi yang signifikan di Indonesia juga menjadi tantangan tersendiri, karena proses penarikan pajak terhadap entitas tersebut sering kali lebih kompleks.



#### **4. Transaksi Lintas Batas dan Yurisdiksi Hukum**

Salah satu tantangan utama dalam pengaturan hukum e-commerce berkaitan dengan transaksi lintas negara. Platform global seperti Amazon, eBay, dan Alibaba memungkinkan konsumen di Indonesia untuk melakukan pembelian dari penjual yang berada di luar negeri. Namun, kondisi ini menimbulkan permasalahan terkait yurisdiksi hukum, terutama apabila terjadi sengketa atau pelanggaran dalam transaksi. Perbedaan sistem hukum antarnegara serta belum adanya mekanisme hukum yang bersifat universal sering kali menyulitkan konsumen dalam memperoleh perlindungan hukum yang memadai. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antarnegara melalui perjanjian bilateral maupun multilateral yang mengatur transaksi e-commerce lintas batas guna menciptakan kepastian hukum bagi para konsumen.

#### **5. Tantangan Implementasi dan Kepatuhan Pelaku Usaha**

Meskipun berbagai regulasi terkait *e-commerce* telah tersedia dan relatif komprehensif, penerapannya masih menghadapi sejumlah kendala, terutama dalam hal kepatuhan pelaku usaha. Banyak pelaku UMKM maupun usaha kecil yang belum sepenuhnya memahami ketentuan hukum yang berlaku atau belum memiliki kemampuan untuk memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan, seperti kewajiban perizinan usaha, pelaporan transaksi secara transparan, serta perlindungan terhadap data konsumen. Oleh sebab itu, peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai regulasi menjadi sangat penting agar para pelaku usaha dapat memahami dan menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Di sisi lain, pemerintah juga perlu memperkuat sistem pengawasan yang efektif namun tetap mudah diakses oleh pelaku usaha.

#### **6. Kebutuhan Regulasi yang Adaptif dan Kolaboratif**

Perkembangan *e-commerce* yang sangat dinamis seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen menuntut adanya regulasi yang bersifat adaptif dan kolaboratif. Pemerintah perlu terus menyesuaikan kebijakan dan melakukan evaluasi terhadap regulasi yang ada agar tidak tertinggal oleh pesatnya perkembangan sektor e-commerce. Selain itu, kerja sama dengan sektor swasta serta berbagai asosiasi e-commerce juga menjadi hal yang penting dalam mendorong kepatuhan pelaku usaha sekaligus memperkuat pengawasan terhadap implementasi regulasi yang berlaku.

#### **7. Tantangan dan Prospek Regulasi E-Commerce di Masa Depan**

Perkembangan teknologi digital yang berlangsung sangat cepat menuntut regulasi *e-commerce* untuk terus diperbarui agar tetap sesuai dengan kondisi dan kebutuhan zaman. Munculnya berbagai inovasi teknologi, seperti sistem pembayaran digital, kecerdasan buatan, serta teknologi logistik modern, menghadirkan tantangan baru dalam aspek pengaturan hukum di bidang perdagangan elektronik.

Salah satu tantangan utama adalah pengaturan transaksi digital yang bersifat lintas negara. Aktivitas perdagangan yang melibatkan penjual dan pembeli dari negara yang berbeda sering menimbulkan persoalan terkait kewenangan hukum atau yurisdiksi yang berlaku dalam penyelesaian sengketa.

Di sisi lain, perkembangan *e-commerce* juga membuka peluang besar bagi pertumbuhan ekonomi digital. Dengan adanya regulasi yang jelas serta sistem pengawasan yang efektif, e-commerce berpotensi menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan daya saing pelaku usaha di era digital saat ini.





Perkembangan *e-commerce* telah membawa perubahan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam melakukan aktivitas transaksi. Kemudahan akses internet serta berbagai fasilitas yang tersedia pada platform *e-commerce* membuat masyarakat semakin terbiasa melakukan pembelian secara daring. Konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga, melihat ulasan dari pengguna lain, serta memilih berbagai metode pembayaran digital yang tersedia dalam waktu yang singkat. Kondisi ini mendorong meningkatnya aktivitas perdagangan elektronik di berbagai sektor.

Meskipun demikian, meningkatnya transaksi online juga memunculkan berbagai potensi risiko hukum. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah praktik penipuan dalam transaksi digital, seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau bahkan tidak dikirimkan setelah pembayaran dilakukan. Selain itu, risiko penyalahgunaan data pribadi konsumen juga menjadi perhatian penting, terutama jika sistem keamanan pada platform tidak dikelola secara optimal. Oleh karena itu, keberadaan regulasi yang mampu memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat bagi konsumen menjadi sangat diperlukan.

Di sisi lain, pelaku usaha juga membutuhkan kepastian hukum dalam menjalankan kegiatan bisnis secara digital. Adanya aturan yang jelas dapat memberikan pedoman bagi pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban mereka dalam melakukan transaksi melalui platform *e-commerce*. Dengan adanya kepastian tersebut, pelaku usaha dapat menjalankan kegiatan usahanya secara lebih profesional serta meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap sistem perdagangan elektronik.

Selain faktor hukum, tingkat literasi digital masyarakat juga berperan penting dalam mendukung perkembangan *e-commerce* yang lebih aman dan sehat. Masyarakat perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai cara melakukan transaksi secara aman di platform digital, termasuk memahami hak dan kewajiban sebagai konsumen. Edukasi terkait keamanan transaksi online, perlindungan data pribadi, serta upaya menghindari penipuan digital menjadi hal yang sangat penting di era perdagangan berbasis teknologi saat ini.

Dengan dukungan regulasi yang memadai, sistem keamanan teknologi yang kuat, serta meningkatnya literasi digital masyarakat, perkembangan *e-commerce* diharapkan dapat berlangsung secara berkelanjutan. Hal ini tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen dan pelaku usaha, tetapi juga berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi digital serta memperkuat perekonomian nasional secara keseluruhan.

Dalam upaya melindungi konsumen, pelaku usaha memiliki sejumlah larangan yang harus dipatuhi ketika menjalankan kewajibannya sebagai penjual. Ketentuan mengenai hal tersebut diatur dalam Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk memasarkan produk sesuai dengan deskripsi yang sebenarnya, tidak memperjualbelikan barang yang cacat atau tercemar, serta memberikan informasi mengenai kondisi produk secara jelas dan sesuai fakta kepada calon pembeli. Ketentuan ini juga diperkuat oleh Pasal 1491 Ayat (2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang mengatur bahwa penjual berkewajiban menjamin tidak adanya cacat tersembunyi pada barang yang dijual, yaitu cacat yang dapat menjadi alasan bagi pembeli untuk membatalkan transaksi pembelian.

Menurut pendapat Subekti, penjual memiliki tanggung jawab terhadap adanya cacat tersembunyi (*verborgen gebreken*) pada barang yang diperjualbelikan. Cacat tersebut dapat mengurangi fungsi atau kegunaan barang sehingga tidak lagi sesuai dengan tujuan penggunaannya. Apabila pembeli mengetahui adanya cacat tersebut sejak awal, kemungkinan besar pembeli tidak akan melakukan pembelian terhadap barang tersebut.



Apabila dalam proses jual beli terjadi kerugian bagi konsumen, Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen. Bentuk ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang dengan produk yang sejenis atau memiliki nilai yang setara, pemberian perawatan kesehatan, maupun pemberian santunan. Apabila pelaku usaha menolak atau tidak bersedia memberikan ganti rugi, konsumen dapat mengajukan gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Selain kewajiban memberikan ganti rugi, pelaku usaha juga dapat dikenakan sanksi pidana maupun hukuman tambahan apabila tetap menolak untuk bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan. Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 62 dan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam penyelesaian sengketa, Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan pilihan kepada para pihak untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur litigasi maupun nonlitigasi. Namun demikian, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 45 Ayat (3), penyelesaian sengketa secara nonlitigasi tidak menghapuskan kemungkinan adanya pertanggungjawaban pidana.

Selain itu, sanksi pidana juga diatur dalam Pasal 28 juncto Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang menyatakan bahwa penyebaran informasi yang tidak benar atau menyesatkan yang merugikan konsumen merupakan perbuatan yang dilarang. Pelaku yang terbukti melakukan pelanggaran tersebut dapat dikenakan sanksi pidana penjara paling lama enam tahun atau denda paling banyak sebesar Rp1 miliar.

Seiring berkembangnya transaksi melalui *platform e-commerce*, pemerintah juga memperkuat regulasi dengan menerbitkan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Peraturan ini disusun sebagai pelaksanaan dari Pasal 66 Undang-Undang Perdagangan yang mengatur bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai perdagangan elektronik harus diatur dalam peraturan pemerintah. Dalam Pasal 5 PP PMSE dijelaskan bahwa pelaku usaha lokal yang beroperasi di *platform e-commerce* dapat dikategorikan sebagai pedagang dalam negeri yang dapat berbentuk individu, badan usaha, maupun institusi atau masyarakat. Dengan demikian, cakupan pelaku usaha tidak hanya terbatas pada pihak yang bertransaksi melalui marketplace, tetapi juga mencakup pelaku usaha yang menjalankan kegiatan perdagangan secara elektronik melalui berbagai platform *e-commerce*.

Namun perlu diperhatikan bahwa yang dimaksud sebagai pelaku usaha dalam konteks ini adalah pelaku UMKM atau penjual yang secara komersial dan berkelanjutan menjalankan aktivitas pemasaran melalui platform *e-commerce*. Hal ini berbeda dengan penjual perorangan yang hanya melakukan penjualan secara insidental atau tidak berkelanjutan.

Perkembangan perdagangan elektronik juga menuntut adanya transparansi informasi dari pelaku usaha kepada konsumen. Dalam transaksi yang dilakukan melalui platform digital, konsumen tidak dapat melihat secara langsung kondisi barang yang akan dibeli. Oleh karena itu, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang lengkap, jelas, dan jujur mengenai produk yang dipasarkan, termasuk spesifikasi, kualitas, harga, serta ketentuan pengiriman barang. Keterbukaan informasi ini sangat penting agar konsumen dapat membuat keputusan pembelian secara tepat dan tidak dirugikan oleh informasi yang menyesatkan.

Selain transparansi informasi, keamanan sistem transaksi juga menjadi aspek penting dalam aktivitas *e-commerce*. Platform perdagangan elektronik harus mampu menyediakan sistem yang aman untuk melindungi data pribadi serta data transaksi pengguna. Perlindungan terhadap data pribadi konsumen menjadi salah satu isu penting dalam perkembangan ekonomi digital, mengingat banyaknya informasi pribadi yang harus diberikan oleh pengguna saat melakukan transaksi online. Oleh karena itu, penyelenggara sistem elektronik diwajibkan





untuk menerapkan standar keamanan teknologi yang memadai guna mencegah terjadinya penyalahgunaan data maupun kebocoran informasi.

Di sisi lain, keberadaan *platform e-commerce* juga memberikan peran sebagai pihak perantara yang menghubungkan penjual dan pembeli dalam suatu transaksi. Meskipun platform tidak secara langsung menjual barang, mereka tetap memiliki tanggung jawab untuk menjaga agar aktivitas perdagangan yang berlangsung di dalam sistemnya berjalan secara tertib dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Platform *e-commerce* biasanya menyediakan berbagai mekanisme perlindungan konsumen, seperti sistem ulasan produk, fitur pengaduan, hingga fasilitas pengembalian dana apabila terjadi permasalahan dalam transaksi.

Lebih lanjut, perkembangan *e-commerce* juga mendorong pemerintah untuk terus melakukan pembaruan regulasi yang dapat mengakomodasi dinamika perdagangan digital. Regulasi yang adaptif diperlukan agar hukum dapat mengikuti perkembangan teknologi yang sangat cepat. Dengan adanya aturan yang jelas, baik pelaku usaha maupun konsumen akan memiliki kepastian hukum dalam menjalankan aktivitas perdagangan elektronik.

Pada akhirnya, keberhasilan penerapan hukum dalam aktivitas *e-commerce* tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi semata, tetapi juga pada kesadaran dan kepatuhan dari seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi digital. Pelaku usaha diharapkan dapat menjalankan kegiatan bisnis secara jujur dan bertanggung jawab, sementara konsumen juga perlu meningkatkan kewaspadaan dalam melakukan transaksi online. Dengan adanya kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, *platform e-commerce*, dan masyarakat, ekosistem perdagangan digital dapat berkembang secara sehat, aman, dan berkelanjutan.

Peran *platform e-commerce* sebagai pihak perantara dalam transaksi online merupakan salah satu unsur penting dalam sistem perdagangan digital. *Platform e-commerce* berfungsi sebagai sarana yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam suatu sistem yang terhubung secara elektronik. Dalam pelaksanaannya, platform menyediakan berbagai fitur yang mendukung proses transaksi, seperti katalog produk, fasilitas pembayaran, serta pengaturan pengiriman barang. Melalui fasilitas tersebut, proses jual beli dapat dilakukan dengan lebih mudah dan efisien dibandingkan dengan sistem perdagangan secara konvensional.

Walaupun pada dasarnya *platform e-commerce* hanya bertindak sebagai perantara, keberadaannya tetap memiliki tanggung jawab tertentu terhadap aktivitas transaksi yang berlangsung di dalam sistemnya. Platform diharapkan mampu menciptakan lingkungan perdagangan yang aman, transparan, dan dapat dipercaya oleh para pengguna. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui penerapan kebijakan penggunaan platform, proses verifikasi terhadap penjual, serta penyediaan sarana pengaduan bagi pengguna apabila terjadi pelanggaran atau permasalahan dalam transaksi. Dengan demikian, *platform e-commerce* tidak hanya berfungsi sebagai media perdagangan, tetapi juga berperan dalam menjaga ketertiban aktivitas perdagangan digital.

Selain itu, perlindungan terhadap data pribadi pengguna menjadi salah satu isu yang semakin penting dalam perkembangan *e-commerce*. Dalam melakukan transaksi secara online, konsumen biasanya diminta untuk memberikan berbagai informasi pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, hingga data pembayaran. Informasi tersebut memiliki nilai yang penting sehingga perlu dilindungi agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, penyelenggara platform *e-commerce* berkewajiban menjaga keamanan dan kerahasiaan data pengguna dengan menerapkan sistem keamanan teknologi yang memadai.

Perlindungan data pribadi tidak hanya menjadi tanggung jawab penyedia platform, tetapi juga merupakan bagian dari kebijakan hukum yang terus dikembangkan dalam era ekonomi digital. Pemerintah perlu memastikan bahwa setiap penyelenggara sistem elektronik mematuhi standar perlindungan data yang telah ditetapkan. Dengan adanya jaminan



perlindungan data yang baik, kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan layanan digital, termasuk platform e-commerce, diharapkan akan semakin meningkat.

Di sisi lain, perkembangan *e-commerce* juga memerlukan kerja sama dari berbagai pihak untuk menciptakan sistem perdagangan digital yang sehat dan berkelanjutan. Pemerintah memiliki peran dalam merumuskan regulasi serta melakukan pengawasan terhadap aktivitas perdagangan elektronik. Platform e-commerce bertanggung jawab dalam menyediakan sistem yang aman dan transparan, sedangkan pelaku usaha diharapkan menjalankan kegiatan bisnis secara jujur serta mematuhi aturan yang berlaku.

Dengan adanya sinergi antara pemerintah, platform digital, pelaku usaha, dan konsumen, perkembangan *e-commerce* diharapkan dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. Perdagangan elektronik tidak hanya mempermudah proses transaksi jual beli, tetapi juga berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi digital, membuka peluang usaha baru, serta meningkatkan daya saing pelaku usaha di tengah perkembangan ekonomi global.

Keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur berbagai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh konsumen maupun pelaku usaha. Selain itu, undang-undang tersebut juga mengatur mengenai sanksi serta mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat timbul dalam suatu transaksi. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada dasarnya tidak secara khusus mengatur transaksi elektronik, ketentuan di dalamnya tetap dapat diterapkan dengan mempertimbangkan berbagai regulasi lain yang berkaitan dengan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Beberapa peraturan yang mendukung pengaturan tersebut antara lain Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur mengenai aktivitas informasi dan transaksi elektronik, Undang-Undang Perdagangan yang mengatur kegiatan perdagangan secara umum, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menjadi dasar hukum dalam perjanjian antara para pihak.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat pesat telah memungkinkan produk dan jasa untuk diperdagangkan melampaui batas wilayah bahkan antarnegara. Kondisi ini menyebabkan konsumen tidak dapat melihat atau memeriksa secara langsung barang yang dipesan sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, isu perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat penting karena permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen merupakan persoalan global yang sering terjadi dalam aktivitas perdagangan (Rizka, 2016).

Perlindungan terhadap konsumen dalam perdagangan elektronik dapat dilihat dari berbagai ketentuan hukum yang mengaturnya, seperti pengaturan mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, larangan terhadap tindakan yang tidak diperbolehkan bagi pelaku usaha, ketentuan mengenai kebebasan berkontrak dan syarat sahnya suatu perjanjian dalam KUHPerdata, pengaturan mengenai kegiatan perdagangan elektronik dalam Undang-Undang Perdagangan, serta ketentuan mengenai transaksi elektronik dan berbagai perbuatan yang dilarang dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam kegiatan perdagangan, tidak jarang terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yang menimbulkan konflik kepentingan. Sengketa tersebut dapat diselesaikan melalui dua jalur, yaitu litigasi maupun nonlitigasi. Pada dasarnya, penyelesaian sengketa dalam perdagangan konvensional dan perdagangan elektronik memiliki prinsip yang hampir sama. Namun, perbedaannya terletak pada kemungkinan penyelesaian sengketa dalam perdagangan elektronik yang juga dapat dilakukan melalui media digital. Dalam penyelesaian sengketa secara nonlitigasi, para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik dapat memilih metode arbitrase yang dilakukan secara *online* atau yang dikenal dengan istilah *cyber arbitration* (Rizka, 2016).



Arbitrase online merupakan bentuk perkembangan dari mekanisme penyelesaian sengketa nonlitigasi melalui konsep *Online Dispute Resolution* (ODR). Mekanisme ini dianggap sebagai salah satu metode yang efektif bagi para pelaku bisnis dalam menyelesaikan sengketa yang timbul dalam aktivitas perdagangan di dunia digital. Dengan memanfaatkan teknologi internet, proses penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien tanpa harus mempertemukan para pihak secara langsung.

Jika dilihat dari karakteristik sengketa konsumen yang pada umumnya memiliki nilai kerugian yang relatif kecil tetapi memerlukan penyelesaian yang cepat dengan biaya yang tidak terlalu besar, maka keberadaan arbitrase online dapat menjadi alternatif penyelesaian sengketa yang tepat dalam perdagangan elektronik. Terlebih lagi, transaksi elektronik sering kali melibatkan pihak-pihak yang berada di wilayah atau negara yang berbeda sehingga menimbulkan tantangan dalam proses penyelesaian sengketa. Oleh karena itu, penggunaan mekanisme penyelesaian sengketa secara online seperti arbitrase digital dinilai lebih efektif untuk menangani sengketa yang timbul dalam aktivitas perdagangan berbasis internet.

Keberadaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur berbagai hak serta kewajiban yang dimiliki oleh konsumen maupun pelaku usaha. Selain itu, undang-undang ini juga memuat ketentuan mengenai sanksi serta mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat timbul dalam suatu transaksi. Walaupun Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak secara khusus ditujukan untuk mengatur transaksi elektronik, ketentuan di dalamnya tetap dapat diterapkan dengan memperhatikan berbagai regulasi lain yang berkaitan dengan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Beberapa peraturan tersebut antara lain Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur mengenai aktivitas informasi dan transaksi elektronik, Undang-Undang Perdagangan yang mengatur kegiatan perdagangan secara umum, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menjadi dasar hukum bagi berbagai ketentuan mengenai perjanjian antar pihak.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat pesat memungkinkan perdagangan barang maupun jasa dilakukan tanpa dibatasi oleh wilayah bahkan antarnegara. Kondisi ini menyebabkan konsumen tidak dapat melihat atau memeriksa secara langsung barang yang akan dibelinya sebelum melakukan transaksi. Oleh karena itu, isu perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat penting karena permasalahan perlindungan konsumen merupakan persoalan global yang sering terjadi dalam aktivitas perdagangan modern (Rizka, 2016). Perlindungan terhadap konsumen dalam perdagangan elektronik dapat dilihat dari beberapa ketentuan hukum berikut:

- a. Bab III Pasal 4 sampai dengan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha;
- b. Bab IV Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur berbagai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha;
- c. Pasal 1338 jo. Pasal 1320 KUHPerdata yang mengatur mengenai prinsip kebebasan berkontrak serta syarat sahnya suatu perjanjian;
- d. Pasal 65 dan Pasal 66 Undang-Undang Perdagangan yang mengatur pelaksanaan perdagangan melalui sistem elektronik;
- e. Bab V Pasal 17 sampai dengan Pasal 22 Undang-Undang ITE yang mengatur mengenai transaksi elektronik; dan
- f. Bab VI Pasal 27 sampai dengan Pasal 37 Undang-Undang ITE yang mengatur mengenai berbagai perbuatan yang dilarang dalam penggunaan teknologi informasi.

Dalam kegiatan perdagangan, sengketa antara konsumen dan pelaku usaha sering kali tidak dapat dihindari. Sengketa yang muncul akibat hubungan antara kedua pihak tersebut dapat diselesaikan melalui jalur litigasi maupun nonlitigasi. Pada dasarnya, mekanisme penyelesaian sengketa dalam perdagangan konvensional tidak jauh berbeda dengan



perdagangan elektronik. Perbedaannya terletak pada fakta bahwa penyelesaian sengketa dalam perdagangan elektronik juga dapat dilakukan melalui media digital atau internet.

Dalam penyelesaian sengketa secara nonlitigasi, para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik dapat memilih metode arbitrase yang dilakukan secara online atau yang dikenal dengan istilah *cyber arbitration* (Rizka, 2016). Arbitrase online merupakan bentuk perkembangan dari mekanisme penyelesaian sengketa nonlitigasi melalui sistem *Online Dispute Resolution* (ODR), yang dianggap sebagai salah satu cara yang efektif bagi para pelaku bisnis untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam aktivitas perdagangan di dunia digital

Apabila dilihat dari karakteristik sengketa konsumen yang pada umumnya memiliki nilai kerugian relatif kecil tetapi membutuhkan penyelesaian yang cepat dengan biaya yang tidak terlalu besar, maka keberadaan arbitrase online dapat menjadi alternatif penyelesaian sengketa yang tepat dalam perdagangan elektronik. Selain itu, transaksi elektronik sering kali melibatkan pihak-pihak dari wilayah atau negara yang berbeda sehingga berpotensi menimbulkan sengketa lintas batas. Oleh karena itu, penggunaan mekanisme penyelesaian sengketa secara online seperti arbitrase digital dinilai lebih efektif untuk menangani sengketa yang muncul dalam transaksi perdagangan berbasis internet.

Di sisi lain, platform e-commerce juga memiliki peran penting dalam menciptakan sistem perdagangan digital yang aman bagi para pengguna. Sebagai penyelenggara sistem elektronik, *platform e-commerce* diharapkan mampu menyediakan berbagai mekanisme perlindungan bagi konsumen, seperti sistem verifikasi identitas penjual, fitur ulasan produk, serta fasilitas pengaduan apabila terjadi permasalahan dalam transaksi. Dengan adanya sistem tersebut, konsumen dapat memperoleh jaminan keamanan yang lebih baik ketika melakukan transaksi secara online.

Selain itu, perlindungan terhadap data pribadi pengguna juga menjadi bagian penting dalam aktivitas perdagangan elektronik. Dalam melakukan transaksi online, konsumen biasanya harus memberikan berbagai informasi pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, hingga data pembayaran. Informasi tersebut memiliki nilai yang sangat penting sehingga perlu dijaga kerahasiaannya agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, penyelenggara platform e-commerce diwajibkan untuk menerapkan sistem keamanan teknologi yang memadai guna melindungi data pengguna dari potensi kebocoran atau penyalahgunaan.

Peran pemerintah juga sangat diperlukan dalam mengawasi pelaksanaan perdagangan elektronik agar tetap berjalan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Pemerintah memiliki kewenangan untuk menyusun regulasi, melakukan pengawasan terhadap aktivitas perdagangan digital, serta memberikan sanksi terhadap pihak yang terbukti melakukan pelanggaran. Dengan adanya pengaturan hukum yang jelas serta sistem pengawasan yang efektif, kegiatan *e-commerce* diharapkan dapat berjalan secara lebih tertib dan memberikan perlindungan yang optimal bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Dengan demikian, keberadaan regulasi yang memadai, dukungan teknologi yang aman, serta kesadaran hukum dari para pelaku usaha dan konsumen menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang sehat. Hal ini tidak hanya memberikan perlindungan terhadap konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan platform e-commerce sebagai sarana transaksi di era digital.

## **KESIMPULAN**

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong munculnya *e-commerce* yang memungkinkan transaksi dilakukan secara online tanpa batasan ruang dan waktu. Meskipun memberikan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha, transaksi elektronik juga menimbulkan berbagai risiko, seperti penipuan, penyalahgunaan data pribadi, serta



ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen. Oleh karena itu, diperlukan peran hukum untuk memberikan perlindungan serta kepastian hukum dalam kegiatan perdagangan elektronik.

Di Indonesia, perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce diatur melalui beberapa regulasi, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Perdagangan, serta KUHPerduta. Selain itu, penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur litigasi maupun nonlitigasi, termasuk melalui mekanisme arbitrase online atau *Online Dispute Resolution (ODR)*.

Dengan adanya regulasi yang jelas, dukungan sistem keamanan dari platform e-commerce, serta pengawasan dari pemerintah, diharapkan perdagangan elektronik dapat berjalan secara aman dan memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen maupun pelaku usaha.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alika, R. (2020). *Survei: 54% UMKM Pakai Media Sosial untuk Pacu Penjualan saat Pandemi*. <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5efdb7a7bea69/survei-54-umkm-pakai-media-sosial-untuk-pacu-penjualan-saat-pandemi>
- Dollarhide, M. E. (2020). *Social Media Definition*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp#:~:text=Social media is computer-based,of virtual networks and communities.&text=Users engage with social media,often utilizing it for messaging>.
- Eriyanto. (2017). *Disrupsi*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(2), 1. Kumah, M. K. (2017). *The Role of Social Media as a Platform for E-Commerce*. Ammattikorkeakoulu University of Applied Science.
- Fajrin, S. (2017). *Pengaruh Teknologi Terhadap Pembangunan Ekonomi Di Indonesia*. *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rizka. (2016). *Perlindungan Konsumen dalam transaksi Elektronik*. *The Laga Lata Journal*, 1(2), 431.