

Perlindungan Konsumen atas Tindakan Pelaku Usaha yang Memberikan Diskon Palsu dalam Praktik Jual Beli Produk di *E-Commerce*

Williana Qatrunnada Lathifan *, Neni Sri Imaniyati, Ilman Abidin

Prodi Hukum, Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia

Willianaqnada@email.com, nenisriimaniyati@unisba.ac.id, Muhammadilmanabidin@unisba.ac.id

Abstract. This study highlights the issue of legal protection for consumers against fake discount practices carried out by business actors in product trading activities through e-commerce platforms. Fake discounts are a price manipulation strategy aimed at creating the impression of price reductions, while in reality providing no actual benefit for consumers. Such practices not only harm buyers but also undermine trust in the digital marketplace. Although legal frameworks such as Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection and the Law on Electronic Information and Transactions (ITE Law) exist, their implementation still faces significant challenges. This research applies a normative juridical approach with a descriptive-analytical method to evaluate regulations governing discount practices and consumer protection in Indonesia. The findings indicate that both laws prohibit fake discounts and mandate transparency in price information. However, limited legal awareness among consumers and weak law enforcement remain the main obstacles. Therefore, active collaboration among the government, e-commerce platform providers, and consumer protection institutions is needed to strengthen regulations, enhance public legal literacy, and optimize enforcement. Such efforts are essential to create a fair, transparent, and trustworthy digital ecosystem for all stakeholders.

Keywords: *Consumer Protection Law, Fake Discounts, Consumer Protection.*

Abstrak. Penelitian ini menyoroti isu perlindungan hukum bagi konsumen terhadap praktik diskon palsu yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam aktivitas jual beli produk melalui platform e-commerce. Diskon palsu merupakan strategi manipulasi harga yang bertujuan menciptakan kesan adanya potongan harga, padahal sebenarnya tidak ada keuntungan riil bagi konsumen. Praktik ini tidak hanya merugikan pembeli, tetapi juga mengganggu kepercayaan terhadap pasar digital. Meskipun telah tersedia dasar hukum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), pelaksanaannya di lapangan masih menemui berbagai kendala. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode deskriptif-analitis untuk mengevaluasi regulasi yang mengatur diskon serta perlindungan konsumen di Indonesia. Hasil studi menunjukkan bahwa kedua undang-undang tersebut telah mengatur larangan terhadap praktik diskon palsu dan mewajibkan keterbukaan informasi harga. Namun, rendahnya pemahaman hukum di kalangan konsumen serta lemahnya penegakan hukum menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi aktif antara pemerintah, penyedia platform e-commerce, dan lembaga perlindungan konsumen untuk memperkuat aturan, meningkatkan literasi hukum masyarakat, serta mengoptimalkan penegakan hukum. Upaya ini penting demi menciptakan ekosistem digital yang adil, transparan, dan terpercaya bagi semua pihak.

Kata Kunci: *Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Diskon Palsu, Perlindungan Konsumen.*

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, terjadi banyak perubahan perilaku dalam perilaku keuangan yang memberikan dampak signifikan bagi seluruh lapisan generasi, terutama generasi muda. Generasi muda cenderung lebih mudah terpengaruh oleh arus globalisasi, menjadikan mereka target utama bagi pelaku bisnis untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Sifat generasi muda yang mudah tergoda oleh produk-produk baru atau bermerek menjadikan mereka pasar yang sangat potensial, terutama bagi mereka yang mengikuti tren. Sifat konsumtif yang didukung oleh perkembangan teknologi memudahkan generasi muda dalam membelanjakan uang, tidak hanya untuk kebutuhan pokok, tetapi juga untuk memenuhi keinginan pribadi.

Generasi muda seringkali kurang peduli terhadap pentingnya literasi keuangan dan cenderung menggunakan uang tanpa perhitungan, yang banyak di antaranya belum mampu mengatur keuangan dengan baik sehingga berujung pada krisis finansial. Seharusnya, generasi muda mampu mengelola keuangan sendiri dan lebih cermat dalam mengambil keputusan finansial agar terhindar dari krisis keuangan. Banyak dari mereka memiliki keinginan untuk selalu mengikuti perkembangan zaman, seperti meniru gaya hidup idola, yang mendorong sebagian besar untuk membeli barang bermerek dengan harga tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh faktor lingkungan maupun kebiasaan.

Kebiasaan hidup modern yang cenderung hedonis, seperti mengikuti tren *smartphone* dan *fashion* terbaru, menjadi salah satu penyebab utama kesulitan generasi muda dalam mengelola keuangan mereka. Dalam memenuhi *lifestyle* tersebut, untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan kondisi keuangan yang krisis, para generasi muda memanfaatkan berbagai *platform* yang tersedia yang menyediakan berbagai macam barang bermerek dengan potongan harga yang dahsyat.

Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini, terjadi perubahan pola hidup konsumen karena tuntutan zaman yang semakin maju dan berkembang. Di era globalisasi ini, praktik perdagangan dan pemasaran mengalami perubahan signifikan, terutama sejak adanya wabah *coronavirus* (Covid-19) pada tahun 2020. Kebiasaan masyarakat dalam melakukan kegiatan perdagangan dengan transaksi jual beli yang semula dilakukan secara langsung atau bertatap muka, harus beralih melakukan kegiatannya secara daring melalui media *online* (*e-commerce*). (Nadia., 2022)

E-commerce, atau perdagangan elektronik, merupakan bentuk perbuatan hukum yang dilakukan melalui transaksi elektronik dengan memanfaatkan teknologi internet. Dalam beberapa tahun terakhir, *e-commerce* telah berkembang pesat, mengubah cara konsumen memperoleh produk yang mereka inginkan. Sejak tahun 2013 hingga 2020, pertumbuhan internet di Indonesia telah mendorong *e-commerce* untuk terus melakukan perubahan. Perubahan-perubahan tersebut menjadikan jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia meningkat dari 34% dari total populasi pada tahun 2015 menjadi 53% pada tahun 2020. Pertumbuhan pasar untuk produk *fintech* di Indonesia menunjukkan tren yang naik dikarenakan naiknya transaksi dan jumlah *startup* yang ada. Pada tahun 2024, *e-commerce* Indonesia diprediksi meningkat mencapai 30,5% menjadi negara dengan proyeksi pertumbuhan tertinggi dalam transaksi elektronik. (GoodStats., 2024)

Maraknya perdagangan di *e-commerce* mendorong pelaku usaha menggunakan berbagai cara agar produk mereka diminati, salah satunya dengan menawarkan diskon menarik. Secara psikologis, konsumen mudah tergiur oleh potongan harga, berapa pun persentasenya. *Platform e-commerce* pun memanfaatkan antusiasme ini dengan menghadirkan *event* tanggal kembar, seperti 8.8, sebagai momen diskon besar-besaran. Namun, maraknya diskon ini sering disalahgunakan melalui praktik diskon palsu, yaitu ketidaksesuaian informasi harga, yang justru merugikan konsumen dan menjadi sorotan di media sosial. Menurut informasi catatan dari Lembaga Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), hingga awal Desember 2021 terdapat 3.177 pengaduan dan 481 aduan berasal dari sektor *e-commerce* akibat adanya diskon palsu pada tanggal kembar maupun tanggal biasa. (Antarnews., 2021) dan pada bulan Agustus 2024 terdapat 103 pengaduan yang berasal dari *e-commerce* tersebut. (BPKN.RI., 2025)

Negara telah menyediakan perlindungan hukum melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang ITE Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik untuk mengatasi berbagai masalah yang muncul dalam transaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Perlindungan hukum ini memiliki peran yang signifikan dalam menjaga hak asasi manusia, khususnya dalam konteks perlindungan konsumen. Fungsinya adalah sebagai mekanisme untuk menangani

kasus-kasus di mana konsumen mengalami kerugian akibat tindakan entitas bisnis, dengan tujuan utama memastikan bahwa konsumen mendapatkan hak hukum yang diperlukan dan meningkatkan kesadaran konsumen dalam menumbuhkan rasa akuntabilitas di antara badan usaha dalam menjalankan operasi komersialnya. (Salsa., 2023) Karena pada faktanya, masih ada pihak pelaku usaha yang memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan pemberian diskon palsu yang merugikan konsumen.

Selain itu, penting untuk memahami bahwa dampak dari praktik diskon palsu tidak hanya dirasakan oleh konsumen secara individu, tetapi juga dapat memengaruhi reputasi dan keberlangsungan bisnis di sektor *e-commerce* secara keseluruhan. Ketika konsumen merasa tertipu oleh praktik diskon yang tidak transparan, mereka cenderung kehilangan kepercayaan tidak hanya kepada pelaku usaha tertentu, tetapi juga kepada *platform e-commerce* yang mereka gunakan. Situasi ini dapat menyebabkan penurunan jumlah pengguna dan transaksi, yang pada gilirannya dapat berdampak negatif pada pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Oleh karena itu, menjaga integritas dan transparansi dalam praktik bisnis sangatlah penting untuk menciptakan ekosistem yang sehat dan berkelanjutan.

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah harus memperkuat regulasi serta penegakan hukum terkait praktik diskon yang menyesatkan, sementara pelaku usaha perlu berkomitmen untuk menerapkan praktik bisnis yang etis dan transparan. Masyarakat juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran mengenai hak-hak konsumen dan pentingnya literasi keuangan. Dengan meningkatkan pemahaman tentang cara berbelanja yang bijak dan mengenali praktik penipuan, konsumen dapat lebih terlindungi dan tidak mudah terjebak dalam jebakan diskon palsu.

Selain itu, pendidikan mengenai literasi keuangan harus dimulai sejak usia dini, terutama di kalangan generasi muda. Program-program pendidikan yang mengajarkan pengelolaan keuangan, perencanaan anggaran, dan cara berbelanja yang bijak dapat membantu generasi muda menjadi konsumen yang lebih cerdas. Dengan demikian, mereka tidak hanya akan terhindar dari praktik diskon palsu, tetapi juga akan lebih mampu mengelola keuangan mereka dengan baik di masa depan. Investasi dalam pendidikan literasi keuangan merupakan langkah strategis untuk menciptakan masyarakat yang lebih mandiri dan bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan pribadi.

B. Metode

Tuliskan metode ilmiah yang dipergunakan pada penelitian. Mulai dari metode pengumpulan data, metode pengolahan data, maupun metode analisis data dan pembahasan. Jelaskan cara atau langkah-langkah dalam mengumpulkan data maupun fakta yang akan digunakan dalam proses pengolahan dan pembuatan analisis. Misalnya jika cara mengumpulkan data dengan kuesioner atau wawancara, maka tuliskan sampel yang digunakan. Jika pengumpulan data diperoleh dari data sekunder, tuliskan sumber data dan jumlah variabel atau instrumen yang dipergunakan. Waktu pengumpulan data juga dapat dituliskan pada bagian ini.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan Yuridis Normatif dengan metode Deskriptif Analitis. Metode ini berfungsi untuk mendeskripsikan fakta-fakta yang tertuang dalam data sekunder sekaligus menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktik pelaksanaan hukum yang berhubungan dengan Perlindungan Konsumen.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana ketentuan hukum yang berlaku sudah sesuai untuk diterapkan dalam menyelesaikan masalah diskon palsu, serta menganalisis secara mendalam pengaturan hukum dalam diskon yang dilarang dalam hukum positif di Indonesia dan perlindungan hukum terhadap konsumen atas tindakan pelaku usaha yang memberikan diskon palsu dalam praktik jual beli produk di *e-commerce*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kondisi objektif dan permasalahan yang ada dalam hubungan konsumen dan pelaku usaha, dengan harapan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kebijakan dan program yang lebih efektif dalam menciptakan ekosistem digital yang adil, transparan, dan terpercaya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Diskon Palsu dalam *E-Commerce*

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah menjadi tulang punggung ekonomi digital, menawarkan kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja. Dalam lanskap ini, pelaku usaha memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan menawarkan berbagai promosi menarik, termasuk diskon. Namun, di balik kemudahan dan daya tarik diskon, muncul fenomena "diskon palsu" yang merugikan konsumen. Diskon palsu adalah manipulasi harga yang tidak jujur, seperti mencantumkan harga semu, memberikan diskon fiktif, atau menyajikan potongan harga yang tidak valid. Praktik ini tidak hanya merugikan konsumen secara ekonomi, tetapi juga merusak kredibilitas ekosistem niaga elektronik karena termasuk dalam kategori penipuan dan praktik periklanan yang menyesatkan, bertentangan dengan etika bisnis dan norma hukum di Indonesia. Kasus-kasus yang diidentifikasi, seperti pembatalan sepihak flashsale iPhone, *voucher* hotel yang tidak dapat digunakan, dan transaksi skincare yang kembali ke harga normal, menunjukkan pola ketidakpastian dan ketidaksesuaian informasi yang merugikan konsumen secara materiil dan imateriil.

Sistem hukum positif Indonesia dengan tegas melarang praktik diskon palsu. UUPK, khususnya Pasal 9 dan 10, melarang pelaku usaha memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan terkait promosi, termasuk diskon dan harga spesial. Pelanggaran ketentuan ini dapat dikenai sanksi, mulai dari kewajiban ganti rugi kepada konsumen (Pasal 19) hingga pidana penjara maksimal lima tahun atau denda dua miliar rupiah (Pasal 62 ayat 1). Ketentuan ini bertujuan memberikan efek jera dan memastikan pelaku usaha bertanggung jawab.

Dalam ranah transaksi digital, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga memberikan landasan hukum yang kuat. Pasal 9 UU ITE mengharuskan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi yang akurat dan menyeluruh mengenai produk yang dipasarkan melalui media elektronik, termasuk informasi harga dan potongan harga. Praktik diskon palsu yang termasuk dalam penyebaran informasi keliru atau menyesatkan dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hukum dalam transaksi elektronik, dengan konsekuensi hukum pidana maupun perdata sesuai ketentuan UU ITE. Selain itu, Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023, khususnya Pasal 28, secara rinci mengatur kejelasan dan keakuratan informasi dalam kegiatan promosi, termasuk pemberian diskon. Pelaku usaha diwajibkan menyampaikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan, terutama terkait harga dan potongan harga. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dikenakan sanksi administratif hingga pencabutan izin usaha, guna menciptakan lingkungan perdagangan digital yang transparan dan melindungi konsumen dari praktik tidak jujur. (Hukumonline., 2023)

Meskipun kerangka hukum normatif telah tersedia, implementasi perlindungan konsumen dari praktik diskon palsu masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu masalah mendasar adalah kurang optimalnya sistem pengawasan dan lemahnya penindakan terhadap pelaku usaha di lingkungan digital. Banyak kasus tidak ditindaklanjuti secara hukum karena konsumen belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai hak-hak mereka atau prosedur pengaduan yang efisien. Selain itu, sanksi administratif yang ringan seringkali tidak menimbulkan efek jera, sehingga pelanggaran serupa kerap terulang. Situasi ini menggarisbawahi pentingnya peningkatan sistem pengawasan dan program edukasi hukum kepada masyarakat untuk memaksimalkan perlindungan konsumen. (Jurnal UKDC., 2021)

Perbedaan pendekatan regulatif antara UUPK, UU ITE, dan Permendag No. 31 Tahun 2023 juga menjadi hambatan. UUPK berorientasi pada perlindungan konsumen dengan instrumen pidana dan perdata, UU ITE menekankan keabsahan dan transparansi informasi dalam sistem elektronik, sementara Permendag menyoroti prosedur teknis dan administratif promosi. Perbedaan penekanan ini mencerminkan keragaman pendekatan hukum dan menunjukkan pentingnya harmonisasi kebijakan untuk menghindari tumpang tindih atau konflik kewenangan dalam implementasi hukum di lapangan. Keberadaan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) yang mewajibkan pelaku usaha menyampaikan informasi jujur dan memberikan hak pengembalian barang jika terjadi ketidaksesuaian produk, turut memperumit pemahaman kewajiban hukum. Oleh karena itu, integrasi kebijakan dan kolaborasi antar lembaga terkait sangat dibutuhkan untuk menutup celah hukum dan memastikan perlindungan konsumen yang optimal dan berkeadilan. (Putra & Widanarti., 2022)

Salah satu hambatan signifikan dalam pelaksanaan perlindungan hukum konsumen di sektor

e-commerce adalah tumpang tindih kewenangan antar lembaga penyelesaian sengketa. UUPK memberikan wewenang kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk menangani sengketa melalui mekanisme non-litigasi, sementara UU ITE dan Permendag juga memberikan otoritas kepada instansi pemerintah untuk pengawasan dan penindakan. Ketidakterpaduan ini membingungkan konsumen dan pelaku usaha dalam menentukan lembaga yang tepat untuk menyelesaikan sengketa diskon palsu. Oleh karena itu, koordinasi dan integrasi kewenangan antar lembaga sangat diperlukan agar pelaksanaan perlindungan konsumen menjadi lebih efektif dan efisien. (UPNVJ Law Journal., 2022)

Selain itu, ditemukan ketidakkonsistenan dalam regulasi perlindungan konsumen di ranah digital. UUPK bersifat umum, UU ITE menitikberatkan pada keamanan informasi, sementara Permendag lebih menyoroti aspek teknis dan administratif. Perbedaan ini menimbulkan celah bagi pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab hukum. Karena itu, harmonisasi regulasi diperlukan agar tidak terjadi kontradiksi atau kekosongan norma. Strategi yang dapat ditempuh mencakup pembaruan peraturan sesuai perkembangan perdagangan digital, pengawasan berbasis teknologi, serta peningkatan edukasi hukum bagi konsumen. Kolaborasi pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga perlindungan konsumen juga penting untuk menciptakan sistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan berintegritas.

Penyelesaian sengketa akibat diskon palsu dapat ditempuh melalui dua jalur utama: penyelesaian damai (musyawarah kekeluargaan) atau melalui lembaga resmi seperti BPSK atau BPKN. Mekanisme ini memberikan akses yang mudah, biaya rendah, dan proses cepat bagi konsumen untuk menuntut haknya, baik secara perdata maupun pidana, termasuk tuntutan ganti rugi dan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar. Data pengaduan yang terus meningkat menunjukkan bahwa praktik diskon palsu masih marak dan penegakan hukum perlu diperkuat. Oleh karena itu, diperlukan upaya sinergis antara pemerintah, pelaku usaha, platform *e-commerce*, dan masyarakat dalam meningkatkan edukasi, pengawasan, serta pemanfaatan teknologi untuk mendeteksi dan mencegah praktik diskon palsu. Penguatan regulasi terkait keterbukaan informasi dan penerapan fitur teknologi pendeteksi diskon palsu di platform digital menjadi langkah strategis untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang adil, transparan, dan terpercaya. (Sihombing., 2020)

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa praktik diskon palsu dalam perdagangan digital termasuk pelanggaran hukum terhadap perlindungan konsumen. Regulasi yang ada, seperti UUPK, UU ITE, dan Permendag Nomor 31 Tahun 2023, secara tegas melarang iklan menyesatkan dan informasi harga yang tidak akurat. Meskipun demikian, implementasi aturan tersebut masih menghadapi hambatan, antara lain lemahnya mekanisme pengawasan, rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya, serta sanksi hukum yang belum optimal dalam menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha..

Di sisi lain, perbedaan orientasi dan pendekatan penegakan antara UUPK, UU ITE, dan Permendag mengakibatkan tumpang tindih otoritas dan potensi ketidaksinambungan perlindungan hukum. Hal ini menimbulkan tantangan dalam proses penyelesaian sengketa serta memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab hukum. Oleh karena itu, dibutuhkan sinkronisasi regulasi dan koordinasi lintas lembaga pengawas untuk menjamin perlindungan konsumen yang lebih efektif. Upaya strategis seperti revisi kebijakan, penguatan sistem pemantauan berbasis teknologi informasi, serta peningkatan literasi hukum di kalangan masyarakat dan pelaku usaha menjadi hal yang krusial dalam mencegah dan menangani praktik diskon palsu secara komprehensif.

Perlindungan hukum bagi konsumen korban praktik diskon palsu dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia telah diatur melalui UUPK, UU ITE, dan Permendag Nomor 31 Tahun 2023. Aturan tersebut mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar serta mengatur sanksi bagi pelanggaran. Sengketa akibat diskon palsu dapat diselesaikan melalui musyawarah atau lembaga resmi seperti BPSK dan BPKN, yang menyediakan mekanisme cepat, murah, dan mudah bagi konsumen untuk menuntut haknya, baik perdata maupun pidana.

Ucapan Terimakasih

Alhamdulillahirabbil 'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sholawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “*Perlindungan Konsumen Atas Tindakan Pelaku Usaha Yang Memberikan Diskon Palsu Dalam Praktik Jual Beli Produk Di E-Commerce*” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S1) pada bagian Ilmu Hukum di Fakultas Hukum Universitas Islam Bandung. Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada Yth. Ibu Prof. Dr. Hj. Neni Sri Imaniyati, S.H., M.H. dan Bapak M. Ilman Abidin, S.H., M.H. sebagai pembimbing penulis yang telah memberikan arahan, dukungan, dan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Semoga segala kebaikan dan keikhlasan beliau mendapatkan ganjaran pahala dari Allah SWT.

Daftar Pustaka

- Aliyyu Hakim, A., & Alan Setiawan, D. (2024). Perlindungan Korban Kejahatan Penipuan Online Bermodus Apk (Android Package Kit) melalui Whatsapp. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 4(1), 23–28. <https://doi.org/10.29313/jrih.v4i1.3778>
- Azkiya Syibhani Saunindiaz, & Asep Hakim Zakiran. (2025). Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Iklan yang Tidak Sesuai dengan Produk yang Dijual Melalui E-Commerce. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 57–64. <https://doi.org/10.29313/jrih.v5i1.6648>
- Gonaricha Amelia, & Ade Mahmud. (2022). Penegakan Hukum terhadap Pelaku Tindak Pidana Penipuan Investasi Ilegal Uang Kripto di Perusahaan E-Dinar Coin Cash (EDCCash) Ditinjau dari Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Perubahan atas Undang-Undang No.11 Tahun 2008. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 1(2), 117–123. <https://doi.org/10.29313/jrih.v1i2.529>
- Antaranews. (2024, 24 Oktober). “*Tips BPKN agar tak tertipu diskon palsu Harbolnas.*” Antara News.
- BPKN. (2024). Statistik pengaduan. Diakses 24 Oktober 2024.
- Danielle Putri, S. N., & Sugiyono, H. (2023). “Pertanggungjawaban pelaku usaha pemberi diskon palsu dalam praktik jual beli event tanggal kembar e commerce.” *Jurnal Interpretasi Hukum*, 4(3), 357.
- GoodStats. (t.t.). Makin maju: Pertumbuhan e commerce Indonesia yang diprediksi tertinggi di dunia. Diakses 25 Oktober 2024.
- Hukumonline. (2024, 4 November). “Hukum perlindungan konsumen.” [Hukumonline.com](https://hukumonline.com).
- Jurnal UII. (2022). Analisis Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce. *Lex Renaissance*, 7(2), 132-145
- Nasution, A. Z. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Putra, A. A., & Widanarti, H. (2022). Perlindungan Konsumen atas Penjualan Makanan dan Minuman melalui E-Commerce. Universitas Udayana.
- Putri, N. M. E. P. (2022). “Analisis pengaruh price discount dan daya tarik iklan pada aplikasi e wallet terhadap pembelian impulsif konsumen generasi Z.” *Diponogoro Journal of Management*, 11(2), 1–
- UKDC. (2022). “Tinjauan yuridis terhadap perlindungan konsumen mengenai diskon palsu dalam bertransaksi elektronik.” *Sapientia et Virtus*, 8(2), 261–276.
- UPNVJ Law Journal. (2022). Rekonstruksi Penyelesaian Sengketa Perlindungan Konsumen. *Forum Law Journal*, 3(2), 342-358.
- Sihombing, R. (2020). Analisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di e commerce. *Repositori USU*.