

## Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Terkait Informasi yang Tidak Sesuai Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Fevrie Rizqie Saefudin Junior<sup>\*</sup>, Liya Sukma Muliya

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

\*fevierzqsj@gmail.com, liyamuliya59@gmail.com

**Abstract.** In fact, there are still many business actors who market their products containing inappropriate information that can harm consumers. The problem that occurs, how is the legal protection for consumers who receive goods that do not match the catalog photos based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and What sanctions can be threatened against business actors who do not carry out their obligations based on Law Number 8 of 1999 About Consumer Protection. There are also uses for this research, namely theoretical uses and practical uses which are to add insight and knowledge for writers in general, regarding the right to correct, clear and honest information regarding the condition and guarantees of goods carried out by business actors, and also contribute thoughts to the community, regarding consumer protection, especially online shop consumers. The research method that will be used in this study uses a normative juridical approach. The research specifications are analytical descriptive. The data used is secondary data in the form of primary legal materials, namely related laws and secondary materials. The collected data is then analyzed qualitatively so that it does not use mathematical or statistical formulas. With the enactment of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which has the aim of regulating and protecting the interests of consumers for goods and/or services in society.

**Keywords:** *Consumer Protection, Buying and Selling Online, Business Actors*

**Abstrak.** Kenyataannya masih banyak pelaku usaha yang memasarkan produknya berisikan informasi yang tidak sesuai sehingga dapat merugikan konsumen. Permasalahan yang terjadi, bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang menerima barang yang tidak sesuai dengan foto katalog berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Bagaimana sanksi yang dapat diancamkan terhadap pelaku usaha yang tidak melakukan kewajibannya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Ada pun kegunaan dari penelitian ini, yaitu Kegunaan Teoritis dan kegunaan praktis yang dimana hal ini untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis pada umumnya, mengenai hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dilakukan oleh pelaku usaha, dan juga memberikan sumbangan pemikiran bagi masyarakat, mengenai perlindungan konsumen khususnya konsumen toko online. Metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif. Spesifikasi penelitian adalah deskriptif analitis. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa bahan hukum primer yaitu berupa Undang-Undang terkait dan bahan sekunder. Data yang terkumpul kemudian di analisis secara kualitatif sehingga tidak menggunakan rumus matematis maupun statistik. Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mempunyai tujuan untuk mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat.

**Kata Kunci:** *Perlindungan Konsumen, Jual Beli Online, Pelaku Usaha*

## A. Pendahuluan

Saat ini perkembangan teknologi semakin modern dan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan aktivitas, seperti bekerja, bersosialisasi untuk memenuhi kebutuhan pribadi seperti berbelanja. Dahulu, pembelian dilakukan dengan cara konvensional, tapi dengan bantuan teknologi, sekarang belanja dapat dilakukan secara online.

Perkembangan globalisasi sudah banyak menciptakan teknologi baru, terutama pada internet, internet sendiri hadir sebagai salah satu media informasi dan alat komunikasi elektronik yang sering digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada saat masa pandemi Covid-19 masyarakat di himbau oleh pemerintah untuk berdiam diri di rumah dan meminimalisir aktivitas di luar rumah hal ini di karenakan adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang mengakibatkan masyarakat sulit untuk beraktivitas diluar rumah, maka dari itu masyarakat lebih memilih menggunakan sosial media untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Hal ini menyebabkan banyak masyarakat yang membeli kebutuh sehari- hari melalui toko online yang menggunakan media Facebook maupun Instagram. Media Facebook maupun Instagram ini merupakan platform atau media untuk promosi dan juga jual beli yang dimana di dalam Facebook maupun Instagram adanya transaksi antara pelaku usaha dengan konsumen secara tidak langsung. Belakangan ini media pembelanjaan di Facebook maupun Instagram sedang marak karena Facebook maupun Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan di kalangan masyarakat Indonesia, tidak mengherankan jika media Facebook maupun Instagram dapat di jadikan peluang bisnis sekaligus alat pemasaran produk untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Facebook maupun Instagram juga menyediakan tempat bagi masyarakat untuk bertemu dan berkomunikasi.

Hal ini memudahkan masyarakat dalam bertransaksi tanpa terhalang jarak dan waktu, bahkan sarana transaksi online saat ini berkembang sangat pesat. Terutama pada saat ini pelaku usaha banyak yang menjual barang dagangannya, baik barang maupun jasa melalui media online.

Dalam membeli barang di toko online tentu saja konsumen menginginkan produk atau barang sesuai dengan kebutuhan, kualitas dan sesuai dengan yang di perjanjikan oleh pelaku usaha, namun ada kalanya konsumen mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan oleh pelaku usaha seperti barang yang dikirim cacat dan tidak bisa digunakan atau barang yang di kirim tidak sesuai dengan apa yang telah di perjanjikan oleh pelaku usaha, artinya hal ini terdapat konflik antara penjual dan pembeli mengenai barang yang diterima oleh pelanggan.

Permasalahan Utama di bidang toko online adalah dalam memberikan perlindungan terkait informasi atau menyebarkan berita yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi online khususnya pembeli sebagai konsumen. Oleh karena itu indonesia mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi internet yaitu Undang-Undang nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau disingkat UU ITE. Terdapat dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli, penjual maupun pembeli tidak dapat bertindak seenaknya, sementara itu harus ada yang dilindungi oleh undang-undang terhadap para pihak yang mengalami kerugian apabila terjadi masalah dalam transaksi jual beli pada toko online. Masalah hukum pasti akan muncul karena adanya interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Jaminan keamanan transaksi, jaminan kepastian hukum, dan jaminan perlindungan hukum kepada konsumen atas transaksi yang telah dilakukan merupakan bagian dari suatu masalah dan dapat timbul lebih banyak masalah. Menurut Undang-Undang Nomo 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen pada Pasal 1 ayat (3) menyebutkan bahwa “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Maka dari itu sebagai pelaku usaha yang baik harus melakukan kewajibannya seperti yang tertera di dalam Undang-

Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen Pasal 7 huruf a-g. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Informasi Yang Tidak Sesuai Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Dengan identifikasi masalah,

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang menerima barang yang tidak sesuai dengan foto katalog berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana sanksi yang dapat di ancamkan terhadap pelaku usaha yang tidak melakukan kewajibannya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

Kegunaan Penelitian secara teoritis dan praktis adalah menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis pada umumnya, khususnya Hukum Perlindungan Konsumen sehingga dapat dijadikan referensi baru penulisan yang akan datang. Terutama mengenai hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dilakukan oleh pelaku usaha, dan kewajiban sebagai pelaku usaha. Serta dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi masyarakat, para pihak, para praktisi, mengenai perlindungan konsumen khususnya konsumen toko online.

## **B. Metodologi Penelitian**

Penulis menggunakan metode pendekatan yuridis normatif karena dalam penelitian ini menerangkan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang tidak menerima hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan jalan menelaah peraturan- peraturan hukum yang berkaitan dengan objek yang diteliti, sehingga terlihat hubungan yang logis antara norma-norma yang terdapat dalam peraturan perUndang-Undangan dengan pelaksanaannya dan juga menelaah kaidah-kaidah yang berlaku di masyarakat. Metode yang mengkaji permasalahan melalui cara deduktif (umum ke khusus) dan kriteria kebenaran koheren (sesuatu dianggap benar apabila koheren atau sesuai dengan yang telah ada sebelumnya yang dianggap benar). Metode yuridis normatif yaitu penelitian terhadap data sekunder atau bahan hukum primer dengan cara mengkaji dan menganalisis secara deduktif yang dimulai dari analisa terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Perlindungan hukum terhadap konsumen atas barang yang tidak sesuai berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.**

Meningkatnya kelemahan konsumen akibat teknologi yang semakin maju dalam hal pemasaran mengakibatkan konsumen bingung dalam menentukan pilihan. Sehingga pelaku usaha memanfaatkan kondisi konsumen yang lemah dan akhirnya pelaku usaha memanfaatkan kondisi tersebut dengan tidak wajar. Maka dari itu lahir Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mempunyai tujuan untuk mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen tidak seimbang sehingga masyarakat berharap dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ini dapat melindungi kepentingan konsumen sehingga dapat berjalan dengan baik.

Terutama terkait informasi yang tidak jujur, misalnya pada keterangan deskripsi menyebutkan bahwa barang tersebut merupakan kualitas impor 100%, Made In Vietnam, dan juga *Real Picture*. Namun pada kenyataannya barang yang sudah di terima oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah di jabarkan dalam kolom deskripsi tersebut, yang di mana barang tersebut tidak sama dengan foto katalog, bahan yang tidak sesuai dengan apa yang telah di

sampaikan oleh pelaku usaha, dan juga barang yang di terima seperti sepatu bekas. Informasi yang tidak jujur ini akan sangat merugikan konsumen, maka dari itu konsumen harus memperoleh informasi yang jujur dan benar.

Menurut penulis dengan adanya teori kepastian hukum dan juga teori perlindungan konsumen tersebut jika dikaitkan dengan kasus diatas maka teori tersebut memiliki fungsi agar masyarakat tidak merasa dirugikan oleh pelaku usaha akibat tidak terpenuhinya hak atas informasi yang jelas, benar dan jujur terkait kondisi barang tersebut, terutama dengan adanya teori perlindungan konsumen (The social cost view of the manufacture's duties) yang menjelaskan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen.

Berdasarkan uraian kasus di atas, bahwa permasalahan terkait pemenuhan hak informasi yang terlihat adalah pelaku usaha telah memberikan informasi yang tidak jujur karena dalam kegiatan transaksi online tersebut mengandung kebohongan atau kecurangan semata-mata untuk menguntungkan pihak pelaku dan berakibatkan konsumen mengalami kerugian materiil. Pelaku usaha berbohong atau melakukan tipu muslihat seolah-oleh benar menjual sepatu bermerek terkenal, namun ternyata hanya kebohongan saja. Ketika pengiriman bukannya mengirim sepatu namun sepatu yang di kirimkan ternyata palsu seolah-olah pelaku usaha telah melakukan kewajibannya dalam pengiriman barang. Jelas akibat dari perbuatan pelaku usaha tersebut konsumen mengalami kerugian materiil berupa uang sebesar Rp.320.000 (Tiga Ratus Dua Puluh Ribu Rupiah).

Dari pernyataan tersebut sudah jelas bahwa pelaku usaha melanggar ketentuan pada Pasal 4 huruf c, Pasal 7 huruf b, Pasal 8 ayat (1) dan (2), Pasal 10, dan Pasal 17 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Pemenuhan hak atas informasi yang benar, jujur, serta jelas dijelaskan pada Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang terbuka dan sebenar-benarnya atas kondisi barang atau jasa yang diperdagangkan sangatlah penting bagi konsumen. Hal ini sangat berpengaruh bagi konsumen agar terhindar dari adanya dampak kerugian bagi konsumen serta dapat disebut dengan cacat informasi. Pemberian informasi yang benar bertujuan agar konsumen tidak salah dalam melihat gambaran atas produk atau jasa dengan cara informasi berupa representasi.

Kasus tersebut tidak terpenuhi nya hak atas konsumen, yang di mana pelaku usaha telah mengabaikan kewajiban dan larangan sebagai pelaku usaha serta mengabaikan hak konsumen, maka dari itu pelaku usaha wajib melakukan tanggung jawab berupa membayar ganti kerugian serta kompensasi kepada konsumen yang telah mengalami kerugian sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang di dalamnya terdapat sanksi perdata, sanksi pidana, dan juga sanksi administratif.

Perlindungan konsumen atas hak informasi dalam transaksi jual beli online masih belum berjalan semestinya karena Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen belum dapat diimplementasikan sepenuhnya, hal ini disebabkan oleh pelaku usaha yang masih mengabaikan kewajiban, larangan serta mengabaikan hak konsumen. Khususnya pada pemberian informasi yang jelas, benar dan jujur. Pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar, jujur dan jelas, karena pelaku usaha semata-mata mencari keuntungan diri sendiri. Padahal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sudah diatur terkait pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur. Akibatnya konsumen mengalami kerugian dan sulit mendapatkan jaminan atas hak-hak konsumen.

### **Sanksi yang dapat di ancamkan terhadap pelaku usaha yang tidak melakukan kewajibannya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.**

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen telah menjelaskan larangan-larangan bagi pelaku usaha yang terdapat dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 16, dan Pasal 17. Jika pelaku usaha melanggar ketentuan tersebut maka pelaku usaha dapat di kenakan sanksi sesuai dengan ketentuan Pasal 19 ayat (2), Pasal 60, Pasal 61, Pasal 62,

dan Pasal 63 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Jika kasus di atas dikaitkan dengan Pasal 45A ayat (1) Undang-Undang nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa:

“Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

Sanksi maupun prinsip tanggung jawab yang dialami oleh konsumen akibat tidak menerima informasi yang sesuai, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang hal ini termasuk ke dalam prinsip tanggung jawab atas dasar kesalahan (*Liability based on fault*).

Fakta yang terjadi berdasarkan kasus dari toko online X dan Y, bahwa konsumen yang telah membeli produk dari toko tersebut mengalami kerugian materiil berupa barang yang telah diterima tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah disampaikan pada deskripsi dan juga tidak sesuai dengan foto katalog oleh toko online X dan Y. Sehingga muncul dugaan bahwa kerugian tersebut berasal dari tindakan toko online X dan Y yang tidak melaksanakan kewajibannya sebagai pelaku usaha.

Berdasarkan hubungan hukum yang timbul antara pelaku usaha dan konsumen maka berlaku tanggung jawab produk (*Product liability*). Dalam prinsip tanggung jawab ini, pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen atas penerimaan produk yang dipasarkannya. Gugatan ini dapat dilakukan berdasarkan 3 hal, yaitu melanggar jaminan, ada unsur kelalaian, dan Menerapkan tanggung jawab mutlak

Ketiga unsur tersebut telah dipenuhi berdasarkan kasus toko online X dan Y, yang dimana toko online tersebut diduga telah melanggar jaminan atas kualitas barang, Dalam *product liability* terdapat tanggung jawab mutlak (*strict liability*), karena pelaku usaha lah yang langsung bertanggung jawab akibat daripada produk cacat yang menimbulkan kerugian kepada konsumen.

Oleh karena itu pembuktian ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi hal itu merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, yang terdapat dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dapat dilihat dari kedua kasus tersebut bahwa pelaku usaha menjual barang tersebut dengan sengaja agar menarik perhatian konsumen, maka dari itu pelaku usaha dapat dikenakan sanksi yang terdapat dalam Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen.

Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa:

“Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.”

#### **D. Kesimpulan**

Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mempunyai tujuan untuk mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen tidak seimbang sehingga masyarakat berharap dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ini dapat melindungi kepentingan konsumen sehingga dapat berjalan dengan baik. Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adanya kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha. Khususnya pemberian informasi yang jelas, benar dan jujur. Pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar, jujur dan jelas, karena pelaku usaha semata-mata mencari keuntungan diri sendiri. Padahal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sudah diatur terkait pemberian informasi yang benar, jelas dan jujur.

Pelaku usaha tidak menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait kondisi

dan jaminan barang. Hal ini jelas bertentangan yang terdapat dalam Pasal 4 Huruf (c), Pasal 8 ayat (1) huruf (f) dan ayat (2), Pasal 9 ayat (1) huruf (b), Pasal 16 ayat (1), dan Pasal 17 ayat (1) huruf (a) sebagaimana yang telah di paparkan pada BAB II mengenai larangan pelaku usaha. Jika pelaku usaha melanggar ketentuan tersebut maka pelaku usaha dapat di kenakan sanksi sesuai dengan ketentuan Pasal 19 ayat (1), Pasal 60 ayat (2), Pasal 61, Pasal 62 ayat (1), dan Pasal 63 huruf (a, c, e, dan f) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Perlu ditingkatkan lagi kesadaran pelaku usaha toko online untuk mematuhi dan melaksanakan ketentuan-ketentuan hukum yang terkait dengan kewajiban sebagai pelaku usaha.

Perlu ditingkatkan lagi kesadaran konsumen terkait hak yang dimilikinya melalui penyuluhan dan sosialisasi perlindungan konsumen.

Perkembangan kegiatan jual beli online memerlukan pengawasan yang lebih ketat oleh pemerintah kepada pelaku usaha maupun konsumen, atas informasi yang mereka muat dalam deskripsi dan foto katalog, sehingga terciptanya iklim bismis yang baik dan sehat.

### Acknowledge

Berisi ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang membantu penelitian Anda.

### Daftar Pustaka

- [1] Ahmadi Miru, Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- [2] Eli Wuria Dewi, Hukum Perlindungan Konsumen, Yogyakarta: Ctk. Pertama, Graha Ilmu, 2015.
- [3] NHT Siahaan, Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk, Jakarta: PT Panta Rei, 2005.
- [4] Ridwan Khairandy, Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan, Yogyakarta: FH UII Press, 2013.
- [5] Soerjono Soekanto dan Sri Mamujid, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Jakarta: Raja Grafindo, 2015.
- [6] Ronny Hanitijo Soemitro, Metode Penelitian Hukum Dan Jurimetro, Jakarta: Ghalia, 1990.
- [7] Ustuchori, Muhammad Fabio, Muliya, Liya Sukma (2022). Perlindungan Hukum Pengguna Obat Nyamuk Berdasarkan Hukum Islam dan Perlindungan Konsumen. Jurnal Riset Ilmu Hukum 2(1). 1 – 6
- [8] Ida Ayu Eka Pradnyaswari, I Ketut Westra, Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Menggunakan Jasa E-Commerce, Jurnal Kertha Semaya, Vol. 8 No. 5 Tahun 2020, hlm. 758-766 (Fakultas Hukum Universitas Udayana). (Waktu akses: Rabu, 25 September 2022)