

PENINGKATAN KESADARAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* BAGI SISWA DI SMA NEGERI 1 PALU

Rahmia Rachman*, Erlan Ardiansyah

Fakultas Hukum, Universitas Tadulako, Palu Indonesia

e-mail: rahmiarachman@gmail.com

Abstract

Online transactions are a new way of buying and selling activities by utilizing the advancement of information technology. It is undeniable that the average internet user in Indonesia is a teenager. The teenager in this case is a high school (high school) student. Knowledge of consumer protection rules in online transactions carried out by the community, especially these students, is considered very necessary considering the high level of online transactions they make every day. This Community Service activity was held at Palu Public High School 1.

The formulation of problems in this Community Service activity is the lack of understanding of students of Palu Public High School 1 regarding legal protection for consumers who make e-commerce transactions. The implementation method of community service activities is carried out by pre-test methods, lectures, discussions and Q&A and post tests. In this activity, students of Palu Public High School 1 obtained information and understanding about legal protection for consumers who conduct e-commerce transactions. The results of the implementation of this activity showed that, before the implementation of the activities of Students of Palu Public High School 1, not many people understood and understood, and after counseling, students of Palu Public High School 1 increased their insight into consumer protection, both in terms of understanding, legal basis, legal steps to sanctions given to sellers if there was a right to buyers who were violated, this was shown by an increase in the average understanding in general of 44 participants by 14%.

Keywords: *Consumer Protection; E-commerce; Online Shopping;*

Abstrak

Transaksi online merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa pengguna internet di Indonesia rata-rata adalah remaja. Remaja dalam hal ini adalah siswa Sekolah Menengah Atas (SMA). Pengetahuan akan aturan perlindungan konsumen dalam transaksi online yang dilakukan masyarakat khususnya para siswa tersebut dianggap sangat perlu mengingat tingginya tingkat transaksi online yang mereka lakukan setiap harinya. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di SMA Negeri 1 Palu. Rumusan permasalahan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu kurangnya pemahaman siswa SMA Negeri 1 Palu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi e-commerce. Metode pelaksanaan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan metode pre test, ceramah, diskusi dan tanya jawab serta post test. Dalam kegiatan ini, siswa SMA Negeri 1 Palu memperoleh informasi dan pemahaman mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi e-commerce. Hasil pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa, sebelum pelaksanaan kegiatan siswa SMA Negeri 1 Palu belum banyak yang memahami dan mengerti, dan setelah dilakukan penyuluhan siswa SMA Negeri 1 Palu bertambah wawasan mengenai perlindungan konsumen, baik dari segi pengertian, dasar hukum, langkah hukum hingga sanksi yang diberikan ke penjual jika ada haknya pembeli yang dilanggar, hal ini ditunjukkan dengan terjadi peningkatan rata-rata pemahaman secara umum dari 44 peserta sebesar 14%.

Kata Kunci: *E-commerce; Jual Beli Online; Perlindungan Konsumen;*

A. Pendahuluan

Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economic* atau ekonomi digital.¹ Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)* sebagai media transaksi.²

E-commerce merupakan hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan begitu cepat terhadap pertukaran barang, jasa dan informasi melalui sistem elektronik misalnya internet serta jaringan komputer lainnya.³ Setiap kali individu dan perusahaan membeli atau menjual produk dan layanan secara online, maka mereka terlibat dalam *e-commerce*.⁴

E-commerce dapat dilihat dari beberapa perspektif, yakni:⁵

1) Perspektif komunikasi

E-commerce adalah pengiriman barang, layanan, informasi atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya;

2) Perspektif proses bisnis

E-commerce adalah aplikasi teknologi yang mengarah pada otomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja;

3) Perspektif layanan

E-commerce adalah alat yang memenuhi kebutuhan perusahaan, konsumen dan manajemen untuk memangkas biaya layanan sembari meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman;

4) Perspektif online

E-commerce menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang atau informasi melalui internet dan sarana online lainnya.

¹ Abdul Halim Barkatullah, *Sengketa Transaksi E-Commerce Internasional* (Bandung: Nusa Media, 2019), hlm. 1.

² Rieyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce* (Yogyakarta: Andy, 2002), hlm. 11.

³ Romindo Muttaqin, Didin Hadi Saputra, Deddy Wahyudin Purba, M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, Aditya Halim Perdana Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, Janner Simarmata, *E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), hlm. 2.

⁴ Alexius Endy Budiando, *Analisis Bisnis E-Commerce* (Malang: Media Nusa Creative, 2020), hlm. 1.

⁵ Mohammad Aldrin Akbar, Sitti Nur Alam, *E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 2.

Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara konvensional dimana interaksi antara konsumen dan pelaku usaha dilakukan secara langsung kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi online. Transaksi online merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Transaksi online berkembang dimasyarakat sebagai dampak dari adanya perkembangan teknologi serta semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pengguna internet di Indonesia rata-rata adalah remaja. Remaja dalam hal ini adalah siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) atau Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Para siswa tersebut menggunakan internet tidak hanya untuk kepentingan komunikasi, *browsing* dan media sosial saja, namun untuk transaksi online juga. Salah satunya adalah jual beli secara online. Kekinian, internet telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan para siswa di Indonesia.⁶

Pengetahuan akan aturan perlindungan konsumen dalam transaksi online yang dilakukan masyarakat khususnya para siswa tersebut dianggap sangat perlu mengingat tingginya tingkat transaksi online yang mereka lakukan setiap harinya. Media yang digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi online antara lain, yaitu : shopee, bukalapak, tokopedia, lazada dan olx.

Faktor yang mendorong pelaku usaha melakukan transaksi online karena melalui transaksi online pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran, distribusi dan lain-lain sehingga pelaku usaha hanya memerlukan modal yang relatif sedikit dalam menjalankan bisnisnya.⁷ Sedangkan faktor yang mendorong konsumen melakukan transaksi online karena melalui transaksi online, konsumen mendapatkan manfaat serta kemudahan antara lain dapat memilih beragam barang yang diinginkan selain itu konsumen tidak perlu lagi pergi ke toko untuk sekedar membeli barang yang dibutuhkan, apalagi jika toko tersebut berada jauh dari konsumen, tentu hal ini sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu sekaligus mempermudah konsumen. Melalui transaksi online cukup dengan mengakses situs-situs yang menawarkan barang kebutuhan, konsumen sudah dapat memilih dan membandingkan kualitas

⁶ Husnul Khatimah, "Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat," *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* Volume 16, Nomor 1 (Desember 2018): PP. 119-136, <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>.

⁷ Wicaksono Febriantoro, "Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E- Commerce Bagi Umkm Di Indonesia," *Manajerial* Volume 3, Nomor 5 (Juni 2018): PP. 184-207.

serta harga barang yang diinginkan, hal ini dirasa lebih praktis dan hemat dibandingkan dengan membeli secara langsung dengan pergi ketoko.

Dampak negatif dari transaksi online itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi online dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap muka secara langsung serta tidak saling mengenal dengan kata lain transaksi online dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak, maka kemungkinan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan yang dapat terjadi pada transaksi online antara lain, yaitu kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman barang juga rawan terjadi kerusakan atau dapat juga terjadi permasalahan lain yaitu barang yang telah dipesan dan dibayar oleh konsumen tidak dikirim oleh pelaku usaha.⁸ Tentunya sebagai seorang konsumen, hal ini sangat merugikan.

Semua konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum dari setiap transaksi online yang telah ia lakukan. Perlindungan konsumen yang dimaksud sesuai dengan Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK) adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Lemahnya kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dalam melakukan transaksi online tentu sangat merugikan konsumen dan telah melanggar hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 UU PK. Pasal 4 huruf H UU PK menyebutkan bahwa hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Karena dalam transaksi online seringkali melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam hal ini, kenyataannya bahwa pelaku usaha yang menjual barang atau jasanya secara online kerap mencantumkan kontrak baku, sehingga muncul kekuatan daya tawar yang asimetris (*unequal bargaining power*).⁹

Jadi syarat dan ketentuan yang tercantum dalam kontrak baku hanya ditentukan oleh pelaku usaha sendiri. Fakta itu menutup kemungkinan konsumen untuk melakukan negosiasi dengan pelaku usaha, sehingga apabila terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan, konsumen

⁸ Ni Kadek Ariati, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online," *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, Volume 5, no. Nomor 1 (2017): PP. 1-5.

⁹ J. Widijantoro Y. Sari Murti Widiyastuti, Th. Agung M. Harsiwi, *Pemetaan Masalah Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Konsumen Dan Pelaku Usaha* (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2020), hlm. 18.

pasrah menerima kerugian yang dideritanya. Oleh karena itu, saat ini tingkat pengaduan konsumen di Indonesia terkait dengan kerugian dalam hal transaksi online cukup tinggi dan tentunya perlu mendapatkan perhatian lebih.¹⁰

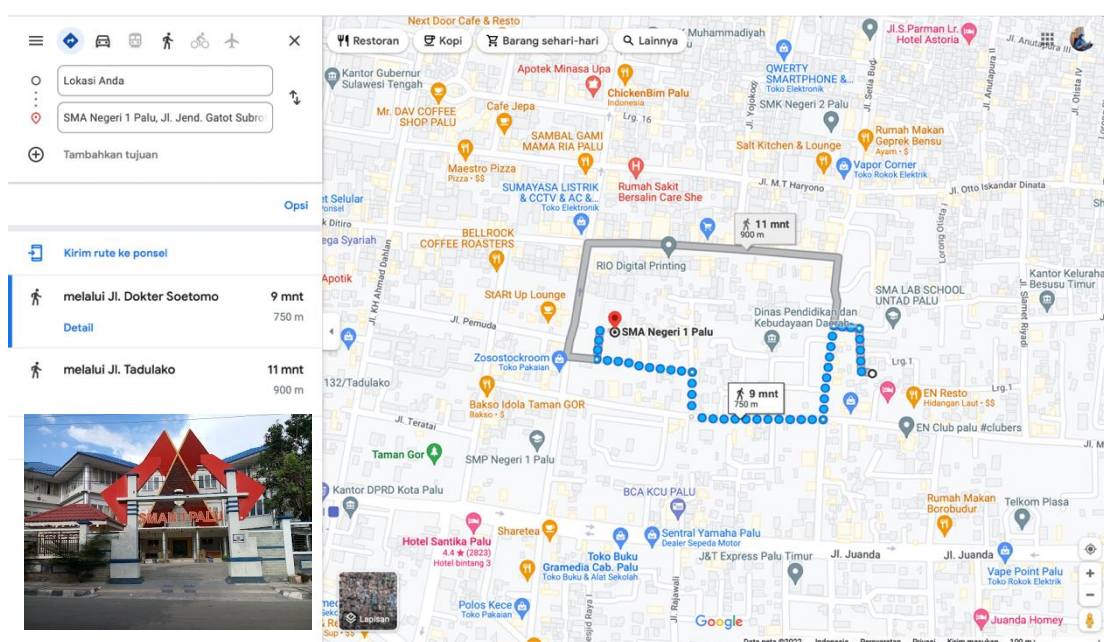
Pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini ditujukan kepada para siswa di SMA Negeri 1 Palu, sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan penyuluhan hukum mengenai Perlindungan Konsumen dalam transaksi online ini dapat membuat para siswa sebagai konsumen muda dapat berdaya dalam artian mengetahui hak dan kewajiban konsumen, sehingga diharapkan mereka menjadi konsumen yang cerdas dan kritis. Kritis pada saat melakukan transaksi online.

SMA Negeri 1 Palu dipilih sebagai sasaran kegiatan karena masih kurangnya pemahaman serta kurangnya informasi yang para siswa peroleh mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi online. Serta SMA Negeri 1 Palu merupakan salah satu sekolah favorit di Kota Palu yang tentu saja banyak terdapat siswa-siswa berprestasi sebagai penerus bangsa yang wajib dibimbing dan dibekali oleh ilmu pengetahuan.

Berdasarkan uraian diatas, kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi online sangat diperlukan dan mengenai informasi mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi online dianggap harus segera diberikan kepada para siswa di SMA Negeri 1 Palu, hal ini disebabkan karena banyaknya jumlah siswa yang melakukan transaksi online setiap harinya. Maka dapat dirumuskan permasalahan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu kurangnya pemahaman siswa SMA Negeri 1 Palu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*.

Gambar 1 **Lokasi Mitra (SMA Negeri 1 Palu)**

¹⁰ Aan Handriani, "Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online," *Pamulang Law Review* Volume 3, no. Nomor 2 (November 2020): PP. 127-138, <http://dx.doi.org/10.32493/palrev.v3i2.7989>.



B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dibagi menjadi 2 (dua) tahapan yakni tahap pra kegiatan dan tahap pelaksanaan. Berikut uraian dari metode pelaksanaan yang akan digunakan pada masing-masing tahapan, yakni:

1. Tahap Pra Kegiatan

- Tim melakukan pra kegiatan dengan melakukan koordinasi dengan mitra yang akan dijadikan sebagai khalayak sasaran pengabdian;
- Dalam koordinasi tersebut tim akan mengidentifikasi kondisi lapangan yang ada pada mitra;
- Tim akan mengelompokkan dan menganalisis kondisi lapangan yang telah diidentifikasi yang dikaitkan dengan tujuan dari kegiatan ini;
- Tim akan melakukan prioritas terhadap program yang akan diberikan pada saat pelaksanaan;
- Tim akan membuat rencana program yang tepat dalam pelaksanaan pengabdian.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

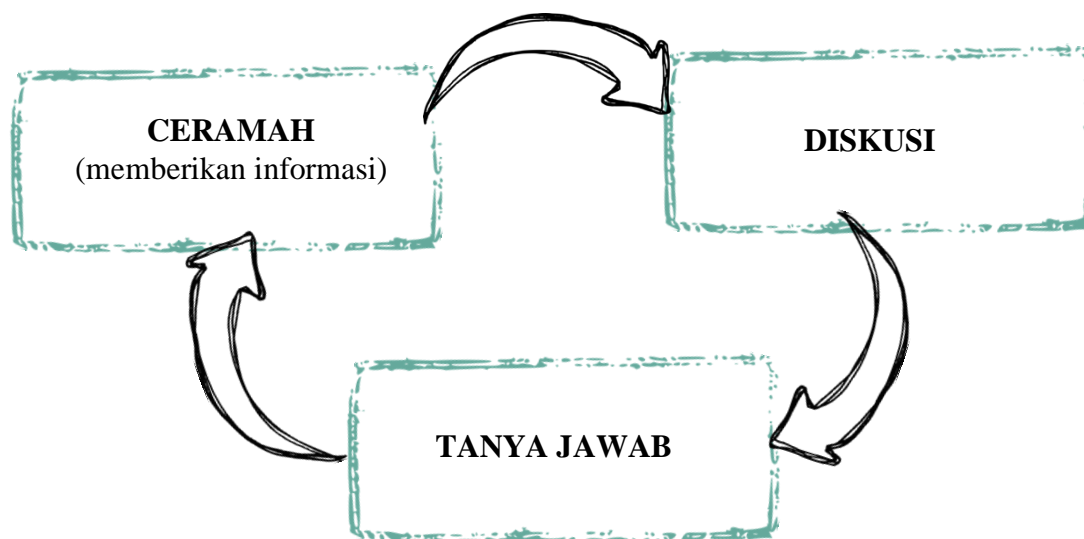
- Tim akan memberikan kuesioner kepada siswa SMA Negeri 1 Palu untuk mengetahui tingkat pemahaman dan pengetahuan para peserta tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*;

- b) Tim akan memberikan materi dalam bentuk ceramah yang diikuti dengan diskusi dan tanya jawab;
- c) Pada akhir pelaksanaan, siswa SMA Negeri 1 Palu akan diberikan kuesioner yang sama dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar materi yang diserap para peserta setelah dilakukan pemaparan materi yang diberikan tim.

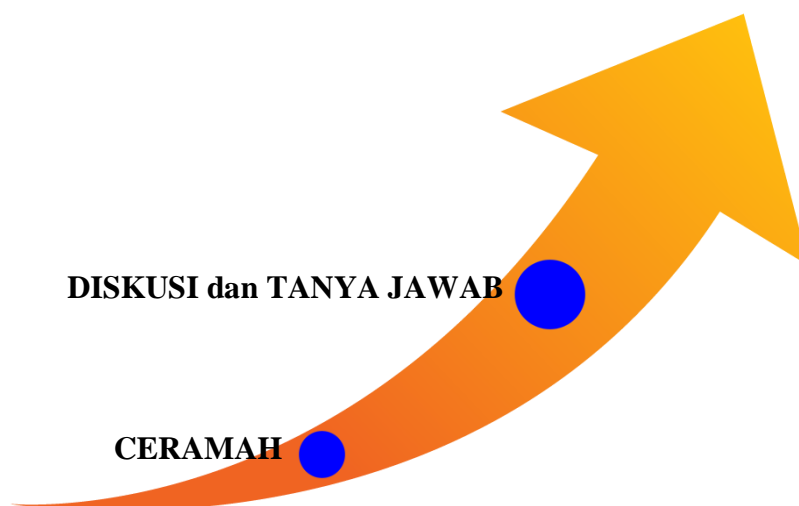
3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan kepada siswa SMA Negeri 1 Palu tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* dengan metode tanya jawab secara langsung kepada siswa SMA Negeri 1 Palu. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa SMA Negeri 1 Palu terhadap materi tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*.

Bagan 1 **Bagan Metode Pelaksanaan**



Bagan 2
Alur Pengabdian Masyarakat



C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai peningkatan pemahaman siswa SMA Negeri 1 Palu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* diikuti oleh 44 Siswa yang merupakan siswa kelas dari XII IPA 8. Kegiatan ini

dilaksanakan oleh satu Tim Pelaksana. Tim Pelaksana terdiri dari 1 (satu) orang ketua, 1 (satu) orang anggota dan 1(satu) orang mahasiswa. Pelaksanaan ini dalam rangka melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya yang dilaksanakan oleh Dosen Fakultas Hukum Universitas Tadulako.

Kerjasama antara Fakultas Hukum Universitas Tadulako dengan SMA Negeri 1 Palu sebagai bentuk peran serta Akademisi Perguruan Tinggi dalam meningkatkan kesadaran hukum sebagai warga negara khususnya siswa SMA Negeri 1 Palu. Kerjasama ini akan berlangsung secara berkesinambungan, sehingga akan terus terjadi kerjasama yang terprogram untuk jangka waktu yang cukup lama.

Diharapkan dengan adanya peningkatan pemahaman siswa SMA Negeri 1 Palu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* sebagai generasi penerus bangsa mendapatkan informasi yang benar dan tepat.

Peningkatan pemahaman hukum terhadap SMA Negeri 1 Palu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*, dimulai dengan memberikan kuesioner kepada peserta penyuluhan yaitu seluruh peserta. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemahaman SMA Negeri 1 Palu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* sebelum dilakukan penyuluhan. Setelah dilakukan penyuluhan, kembali diberikan kuesioner sehingga dapat diketahui peningkatan pemahaman SMA Negeri 1 Palu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* sebelum dan sesudah dilakukannya penyuluhan.

Berdasarkan hasil kuesioner awal yang dibagikan kepada 44 siswa SMA Negeri 1 Palu, diketahui bahwa sebagian besar siswa belum banyak mengetahui tentang apa itu perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen serta dasar hukum perlindungan konsumen, hanya beberapa siswa yang menjawab pada kuesioner awal bahwa perlindungan konsumen adalah sebuah aturan yang mengatur tentang pembeli (konsumen), namun siswa tersebut masih belum mengetahui lebih konkrit apa saja yang menjadi hak serta kewajiban seorang konsumen.

Berikut rangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*:

1. Penyuluhan hukum mengenai gambaran umum tentang perlindungan konsumen yang diawali dengan pengertian jual beli secara *e-commerce* lalu tim menjabarkan keunggulan serta kelemahan dari jual beli secara *e-commerce* tersebut.

Setelah itu tim melanjutkan dengan menjelaskan payung hukum dari jual beli secara *e-commerce* yakni adanya undang-undang yang mengatur hal tersebut yaitu Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang salah satu didalamnya berisi pengaturan mengenai hak dan kewajiban konsumen.

Materi selanjutnya mengenai bagaimana langkah hukum sebagai konsumen jika ada salah satu haknya yang dilanggar. Hal ini dimaksudkan agar para siswa mengetahui bagaimana langkah hukum yang akan diambil jika suatu saat ada haknya yang dilanggar sebagai konsumen oleh pelaku usaha dalam jual beli *e-commerce*.

Penjelasan materi yang terakhir yaitu mengenai sanksi bagi pelaku usaha jika terbukti ada pelanggaran hak konsumen yang diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penjelasan ini dianggap penting agar para siswa mengetahui sanksi yang dapat diterima oleh pelaku usaha apabila pelaku usaha tersebut terbukti melanggar hak dari konsumen sehingga sejak dini para siswa dapat memiliki kesadaran hukum bahwa sebagai konsumen memiliki hak dan kewajiban yang sebenarnya diatur secara tegas dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Gambar 2
Kegiatan Penyuluhan Hukum Perlindungan Konsumen
di kelas XII IPA 8 SMAN 1 Palu



2. Dibagian akhir penyuluhan hukum, dilakukan sesi tanya jawab bagi para siswa yang lebih mendalam mengenai perlindungan konsumen yang didasari oleh pengalaman pribadi para siswa dalam hal jual beli secara *e-commerce*.

Setelah itu tim kembali membagikan kuisisioner untuk evaluasi sejauh mana peningkatan pemahaman para siswa mengenai perlindungan konsumen setelah dilakukan penyuluhan hukum.

Dari hasil kuisisioner yang dibagikan oleh tim sebelum dan setelah penyuluhan terlihat sesuai dengan harapan yang ditunjukkan dengan peningkatan rata-rata pemahaman secara umum dari jumlah semua peserta yakni 44 siswa sebesar 14%. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuisisioner yang diberikan kepada peserta sebelum dan sesudah penyuluhan hukum dilaksanakan. Siswa yang mengikuti kegiatan penyuluhan hukum ini, terlihat secara umum telah paham mengenai perlindungan konsumen, baik dari segi pengertian, dasar hukum, langkah hukum hingga sanksi yang diberikan ke penjual jika ada haknya pembeli yang dilanggar.

Prosentase peningkatan pemahaman tersebut menandakan bahwa penyuluhan hukum yang telah dilaksanakan di SMA Negeri 1 Palu, semua menunjukkan adanya respon positif dari peserta penyuluhan. Siswa SMA Negeri 1 Palu yang mengikuti penyuluhan hukum sudah mengerti dan memahami mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*.

Gambar 3 **Diskusi dan Tanya Jawab**



Gambar 4
Foto bersama para siswa SMAN 1 Palu setelah Penyuluhan Hukum



D. KESIMPULAN

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, siswa SMA Negeri 1 Palu memperoleh informasi dan pemahaman mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*. Hasil pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa, sebelum pelaksanaan kegiatan siswa SMA Negeri 1 Palu belum banyak yang memahami dan mengerti, dan setelah dilakukan penyuluhan siswa SMA Negeri 1 Palu bertambah wawasan mengenai perlindungan konsumen, baik dari segi pengertian, dasar hukum, langkah hukum hingga sanksi yang diberikan ke penjual jika ada haknya pembeli yang dilanggar, hal ini ditunjukkan dengan terjadi peningkatan rata-rata pemahaman secara umum dari 44 peserta sebesar 14%. Berdasarkan data tersebut maka dapat dikatakan bahwa kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam hal ini kepada siswa SMA Negeri 1 Palu dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan harapan.

E. SARAN

- a. Penyuluhan hukum mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* hendaknya dilakukan secara berkala 2-3 kali dalam setahun di sekolah-sekolah agar sejak dini para siswa mengetahui bagaimana pentingnya pemahaman mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen.
- b. Hendaknya pemerintah memasukkan materi perlindungan konsumen dalam kurikulum yang ada di Sekolah Menengah Atas karena perlindungan konsumen merupakan bagian terpenting dalam kehidupan sehari-hari karena banyak berhubungan langsung dengan masyarakat pada umumnya dan para siswa pada khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Akbar, Sitti Nur Alam, & Mohammad Aldrin. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Barkatullah, Abdul Halim. (2019). *Sengketa Transaksi E-Commerce Internasional*. Bandung: Nusa Media.
- Budianto, Alexius Endy. (2020). *Analisis Bisnis E-Commerce*. Malang: Media Nusa Creative.
- Romindo, & Muttaqin, Didin Hadi Saputra, Deddy Wahyudin Purba, M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, Aditya Halim Perdana Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, Janner Simarmata. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Ustadiyanto, Rieyke. (2002). *Framework E-Commerce*. Yogyakarta: Andy.
- J. Widiyantoro, & Y. Sari Murti Widiyastuti, Th. Agung M. Harsiwi. (2020). *Pemetaan Masalah Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Konsumen Dan Pelaku Usaha*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.

Jurnal

- Ariati, Ni Kadek. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Online. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, Volume 5, (Nomor 1): PP. 1-5.
- Febriantoro, Wicaksono. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi UMKM Di Indonesia. *Manajerial* Volume 3, (Nomor 5, Juni): PP. 184-207.
- Handriani, Aan. (2020). Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online. *Pamulang Law Review* Volume 3, (Nomor 2, November): PP. 127-138. <http://dx.doi.org/10.32493/palrev.v3i2.7989>.
- Khatimah, Husnul. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* Volume 16, (Nomor 1, Desember): PP. 119-136. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>.