

## Aspek Hukum Dalam Perlindungan Bisnis Era Digital Di Indonesia

**Alifia Fisilmi Kaffah\***

Magister Kenotariatan, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia,  
[alifiafk10@gmail.com](mailto:alifiafk10@gmail.com)

**Siti Malikhatun Badriyah**

Magister Kenotariatan, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia,  
[sitimalikhatun@live.undip.ac.id](mailto:sitimalikhatun@live.undip.ac.id), ORCID ID 0000-0002-3969-8835

**Abstract.** *This study examines the role of law in protecting digital-era businesses in Indonesia. Globalization opens up economic opportunities to gain maximum profit by developing businesses in the digital era. However, digital-era businesses are faced with challenges in the form of cyber threats or misuse of digital business activities that can cause losses. In this case, law is needed to protect actors in digital businesses. Law is dynamic and can adapt to the current state of society, including business digitalization. Based on this, this study has a problem formulation, namely "What is the role of law in protecting digital era businesses in Indonesia?" The research method used is normative with a statutory approach, namely the Law on Information and Electronic Transactions (UU ITE), Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection, and Law No. 19 of 2016 on Information and Electronic Transactions. The object of research refers to digital business as the phenomenon being studied. Data collection is carried out through literature study collection techniques originating from books, journals, and official websites. The results of the study show that the role of law in protecting digital-era businesses in Indonesia is broadly summarized into three things consisting of providing business legality, supervision of digital business competition, and protection of consumers in digital businesses. The success of the role of law in protecting digital-era businesses in Indonesia can be achieved through good implementation in accordance with applicable laws and regulations and requires good cooperation and coordination between the government, business actors and consumers.*

**Keywords:** *Digital business, Law, Business*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran hukum dalam perlindungan bisnis era digital di Indonesia. Globalisasi membuka peluang ekonomi untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin dengan pengembangan bisnis di era digital. Namun bisnis era digital dihadapkan pada tantangan berupa ancaman siber atau penyalahgunaan aktivitas bisnis digital yang dapat menimbulkan kerugian. Dalam hal ini, hukum diperlukan untuk mengupayakan perlindungan bagi para pelaku dalam bisnis digital. Hukum bersifat dinamis yang dapat menyesuaikan keadaan masyarakat yang sedang dihadapi termasuk digitalisasi bisnis. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu "bagaimana peran hukum dalam perlindungan bisnis era digital di Indonesia?". Metode penelitian yang digunakan adalah normatif dengan pendekatan undang - undang yaitu Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Objek penelitian merujuk pada bisnis digital sebagai fenomena yang dikaji. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik pengumpulan studi pustaka yang berasal dari buku, jurnal, dan *website* resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran hukum dalam perlindungan bisnis era digital di Indonesia secara garis besar dirangkum menjadi tiga hal yang terdiri dari pemberian legalitas bisnis, pengawasan persaingan bisnis digital dan perlindungan terhadap konsumen dalam bisnis digital. Keberhasilan peran hukum dalam perlindungan bisnis era digital di Indonesia dapat dicapai melalui implementasi yang baik sesuai undang- undang dan peraturan yang berlaku serta dibutuhkan kerja sama serta koordinasi yang baik antara pemerintah, pelaku usaha dan konsumen.

**Kata Kunci:** *Bisnis digital, Hukum, Usaha*

Submitted: 10 Mei 2024 | Reviewed: 21 Agustus 2024 | Revised: 3 September 2024 | Accepted: 3 Oktober 2024

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi menjadi dampak yang paling nyata dari perkembangan globalisasi. Kecanggihan teknologi sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia saat ini. Pasalnya, segala aspek kehidupan manusia sangat bergantung terhadap teknologi untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Bukti yang bisa dilihat adalah ranah kehidupan yang telah terarah ke serba digital. Masa tersebut kemudian disebut sebagai era digital. Hingga saat ini era digital telah mendorong beragam inovasi terus berkembang pesat<sup>1</sup>. Selain memudahkan kehidupan manusia, era digital juga telah membuka peluang untuk mendapatkan keuntungan ekonomi melalui kegiatan bisnis. Persaingan bisnis di era yang serba digital telah mengharuskan para pelaku usaha untuk dapat beradaptasi dan berinovasi sesuai kemajuan teknologi yang ada. Strategi digital perlu dikerahkan agar tetap bertahan dalam lingkaran persaingan bisnis<sup>2</sup>. Dalam dunia bisnis, strategi digital memiliki peran penting karena berhubungan dengan pemasaran. Strategi tersebut mencakup serangkaian rencana yang ditempuh melalui metode pemasaran digital. Dalam pelaksanaannya, strategi ini dapat dilakukan dengan mengakses iklan gratis dan berbayar, media sosial, situs bisnis dan *platform* digital lainnya<sup>3</sup>.

Bisnis era digital sendiri telah diatur dan berkaitan dengan hukum perdagangan. Merujuk pada Pasal 1 (2) PP RI No. 80 Th. 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik selanjutnya disingkat menjadi PMSE "*Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yaitu kegiatan usaha dimana proses transaksi dapat dilakukan menggunakan serangkaian perangkat dan tata cara elektronik*". Selain itu, terdapat pula Pasal 1 Angka 10 dalam Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau

---

<sup>1</sup> Danuri Muhamad, "Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital," *Infokam* 15, no. 2 (2019): 116–23."

<sup>2</sup> Widya Astuti Aurelia, "Perkembangan Bisnis di Era Digital," *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2, no. September (2023): 3048–74, <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp/article/view/580/666>.

<sup>3</sup> Muhammad Farhan Rizky dan Erwin Permana, "Analisis strategi bisnis menggunakan digital marketing pada UMKM pasca pandemi covid-19," *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 7, no. 2 (2022): 142–50, <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6820>.

media elektronik lainnya<sup>4</sup>. Dalam dunia bisnis era digital telah memunculkan banyak para pelaku ekonomi yang bergelut dalam dunia digital. Bisnis *startup* menjadi salah satu bisnis digital yang mendominasi di Indonesia. Merujuk pada data yang dihimpun oleh *Digital Creative Industry Society*, pada tahun 2020 jumlah *startup* di Indonesia mencapai 992 *startup*. Bisnis *startup* ini kemudian beroperasi untuk melahirkan banyak rintisan perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Jika berbicara mengenai bisnis *startup*, maka akan berkaitan dengan bisnis *e-commerce* sebagai salah satu dampak adanya *bisnis startup*. Bisnis *e-commerce* yaitu aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik (internet). Badan Pusat Statistik (BPS) telah melakukan survei dan ditemukan bahwa pada tahun 2021 jumlah usaha *e-commerce* di Indonesia telah mencapai 2.868.178 usaha *e-commerce*. Diprediksikan jumlah pelaku usaha *e-commerce* akan terus meningkat seiring perkembangan teknologi yang ada. Di sisi lain, jumlah konsumen *e-commerce* di Indonesia sendiri telah mencapai 196,47 juta pengguna. Data tersebut diterbitkan oleh Statista Market Insights pada tahun 2023.<sup>5</sup>

Arus kegiatan *startup* ataupun *e-commerce* telah mendorong strategi bisnis era digital yang digaungkan oleh para eksekutor bisnis untuk meraup keuntungan ekonomi sebesar-besarnya. Namun, dalam dunia bisnis tidak memungkiri untuk dihadapkan pada banyak tantangan yang jika tidak diatasi dapat menimbulkan kerugian. Demikian pula dengan bisnis di era digital, semakin pesatnya kemajuan teknologi, maka semakin banyak pula rintangan yang perlu dihadapi seperti ancaman kejahatan siber (*cybercrime*). Menurut Andi Hamzah, kejahatan siber adalah kejahatan yang dilakukan di bidang komputer secara umum atau dapat dimaknai sebagai penggunaan komputer secara ilegal. Di Indonesia sendiri, terdapat banyak kasus *cybercrime* yang marak dilakukan seperti *hacking* situs, penyadapan, pencurian, manipulasi data dan lain-lain.<sup>6</sup> Kejahatan siber menjadi permasalahan yang perlu

---

<sup>4</sup> I Kadek Sabda Pujangga, Fakultas Hukum, dan Universitas Udayana, "Penyelenggaraan E-Marketplace" 10, no. 12 (2020).

<sup>5</sup> Mustajab Ridhwan, "Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023," Data Indonesia, 2023, <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>.

<sup>6</sup> Rizky dan Permana, "Analisis strategi bisnis menggunakan digital marketing pada UMKM pasca pandemi covid-19."

mendapat perhatian khusus karena menyangkut keamanan para pelaku bisnis yang menjalankan bisnis secara digital.

Selain kejahatan siber, tantangan yang dihadapi dalam bisnis era digital juga mengacu pada perilaku culas yang dilakukan oleh oknum-oknum tidak bertanggung jawab. Perilaku curang ini tidak mengindahkan aktivitas bisnis era digital sehingga dapat menciptakan persaingan bisnis yang tidak kondusif. Dampaknya adalah dapat terjadi ketimpangan yang bisa dirasakan oleh pelaku usaha kecil sehingga kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya. Risiko terbesarnya bisa saja mengalami kerugian besar yang dapat membuat pelaku usaha berhenti memasarkan produknya. Kerugian dari permasalahan ini juga dirasakan oleh konsumen sebagai target pasar. Hal ini dikarenakan bisnis digital sangat rentan dengan praktik penipuan yang sebagian besar dialami oleh konsumen. Maka dari itu, diperlukan hukum sebagai payung perlindungan untuk meminimalisir atau mencegah permasalahan tersebut.

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dan mendukung topik yang akan dibahas dalam penelitian ini. *Pertama*, penelitian yang berjudul “Digitalisasi Peradilan Perdata di Indonesia” (2016) oleh Ayu Atika Dewi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Indonesia mengambil langkah dengan membuat kebijakan dengan membuat aplikasi yang dapat menunjang skema persidangan elektronik mulai dari tahap pendaftaran perkara, pemeriksaan, pembuktian, putusan dan upaya hukum. Kebijakan ini menjadi bentuk modernitas hukum yang diharapkan mampu memberikan efisiensi tercapainya peradilan secara sederhana dengan biaya yang ringan. *Kedua*, Penelitian yang berjudul “Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital” (2021) oleh Yustina Dhian Novita dan Budi Santoso. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi perlindungan hukum bagi konsumen telah ada sebelum memasuki era digital, sehingga era digital merupakan hal yang baru di dunia hukum. Meskipun sudah terakodimir oleh UU ITE, masih terdapat kekurangan dalam hal teknis penyelesaian sengketa, sehingga muncul sebuah inovasi yaitu (*Online Dispute Resolution*) ODR yang merupakan sinergitas antara (*Alternatife Dispute Resolution*)

ADR dan (*Information and Communication Technology*) ICT yang membantu memudahkan proses penyelesaian sengketa di era digital dengan biaya yang murah dan cepat. *Ketiga*, penelitian yang berjudul “Pendekatan Hukum dalam Mengatasi Masalah *E-Commerce* di Indonesia” (2020) oleh Heri Lilik Sudarmanto. Hasil penelitian menunjukkan kepatuhan hukum menjadi permasalahan yang utama sehingga diperlukan jaminan keamanan transaksi *e-commerce* yang dapat ditempuh dengan asuransi, mendirikan lembaga bantuan upaya hukum jika terdapat pelanggaran *e-commerce* serta dukungan dari regulasi pemerintah terutama penegasan sanksi yang menjadi salah satu kunci untuk mengatasi permasalahan *e-commerce*.

Andil hukum dalam bisnis era digital memberikan perlindungan hukum bagi para pelaku baik dari pelaku usaha maupun konsumen. Hal tersebut dikarenakan hukum memiliki sifat dinamis di mana hukum dapat menyesuaikan perkembangan masyarakat yang secara absolut memerlukan perubahan dalam dasar-dasar hukum selama perjalanan sejarahnya untuk mencapai keadilan<sup>7</sup>. Banyaknya kegiatan bisnis digital telah memberikan kesempatan bagi hukum untuk turut berperan di dalamnya, terlebih lagi di Indonesia yang merupakan negara hukum. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu “bagaimana peran hukum dalam perlindungan bisnis era digital di Indonesia?”. Topik penelitian ini memiliki urgensi sebagai kajian yang bersifat kontemporer karena membahas digitalisasi dengan kaca mata hukum di bidang bisnis.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian hukum normatif, yaitu jenis penelitian hukum yang mengkaji hukum dengan konsep sebagai norma atau kaidah yang diterapkan dalam lingkup masyarakat, dan menjadi rujukan perilaku

---

<sup>7</sup> Sulastriyono Sulastriyono dan Sartika Intaning Pradhani, “Pemikiran Hukum Adat Djodjodigoeno dan Relevansinya Kini,” *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 30, no. 3 (2018): 448, <https://doi.org/10.22146/jmh.36956>.

setiap individu.<sup>8</sup> Objek penelitian merujuk pada bisnis digital sebagai fenomena yang dikaji. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yaitu pembahasan penelitian ini merujuk pada peraturan perundang-undangan sebagai dasar penelitian yaitu Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pendekatan lain juga digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kasus (*case approach*) yaitu pendekatan yang dilakukan dengan penyajian studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik studi pustaka atau data sekunder dengan menghimpun sumber literasi yang berasal dari jurnal, buku, dan *website* resmi. Teknik analisis data diperoleh dari menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif yaitu menguraikan fenomena yang diteliti secara apa adanya baik dari proporsi-proporsi hukum maupun non hukum.<sup>9</sup>

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Peran Hukum dalam Perlindungan Bisnis Era Digital di Indonesia

Peran hukum dalam bisnis digital berusaha untuk menciptakan lingkup persaingan bisnis yang sehat. Pemerintah telah menunjukkan keseriusannya melalui hukum untuk mencapai keadilan sekalipun di dunia digital. Keseriusan yang dapat dilihat adalah dengan adanya Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). UU ITE bertujuan untuk melindungi data-data pribadi masyarakat untuk penyalahgunaan informasi dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. UU ITE hingga sampai saat ini masih terus melakukan penyempurnaan. Selain itu, dari sisi hukum perusahaan terdapat sejumlah regulasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya seperti Perubahan atas UU Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan,

---

<sup>8</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020), [http://eprints.unram.ac.id/20305/1/Metode Penelitian Hukum.pdf](http://eprints.unram.ac.id/20305/1/Metode%20Penelitian%20Hukum.pdf).

<sup>9</sup> Kornelius Benuf dan Muhamad Azhar, "Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer," *Gema Keadilan* 7, no. 1 (2020): 20–33, <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>.

tentang Penanaman Modal, tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UU Lembaga Pembiayaan. Sementara dari segi teknologi terdapat tentang Telekomunikasi, tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.<sup>10</sup>

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah dirubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memiliki tujuan untuk mengatur hukum diranah internet di segala aspek seperti aspek pidana, aspek perdata, aspek administrasi negara, dan beberapa aspek lainnya yang berkaitan dengan perbuatan hukum diranah *cyber*. Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 telah menjadi *cyberlaw* pertama yang berlaku di Indonesia. Bisnis digital dalam hal ini perdagangan melalui sistem elektronik masuk ke dalam aspek perdata.<sup>11</sup>

### 1. Pemberian Legalitas terhadap Bisnis Digital

Legalitas adalah pengakuan atas identitas usaha bisnis yang diperoleh berdasarkan pengakuan dari negara sehingga dapat dikenal dan diterima oleh masyarakat (konsumen) maupun sebagai syarat legalisasi bekerjasama dengan pihak lain.<sup>12</sup> Legalitas mempengaruhi pengakuan masyarakat di mana legalitas itu sendiri mengesahkan suatu perusahaan. Selanjutnya, pendaftaran diri sebagai badan usaha juga memberikan dampak hukum yang sangat krusial bagi Indonesia yaitu pembayaran pajak, tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, serta perlindungan pekerja.<sup>13</sup> Legalitas pada kontrak perdagangan digital sama krusialnya dengan perdagangan konvensional. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Pasal 24 ayat (1) telah mengatur mengenai perizinan bagi pelaku usaha tidak hanya

---

<sup>10</sup> Rizky dan Permana, “Analisis strategi bisnis menggunakan digital marketing pada UMKM pasca pandemi covid-19.”

<sup>11</sup> Friska Adenia Rahmanda, “Aspek Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce yang Tidak Memiliki SIUP Berdasarkan Hukum Positif Indonesia,” *Jurnal Ilmiah UNRAM*, 2020.

<sup>12</sup> Ni Nyoman Nia Oktaviani dan Putu Gede Arya Sumerta Yasa, “Urgensi Legalitas Usaha bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM),” *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* 10, no. 2 (2022): 504–11, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP>.

<sup>13</sup> Normalita Destyarini, “Pendampingan Aspek Legal Start-Up Digital pada Tahap Inkubasi”, *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, vol. 6, no 2 (2023) : 332-346, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/JPHI/article/download/71574/25845/>

konvensional tetapi juga digital.<sup>14</sup> Kemudian, legalitas pada bisnis digital telah secara khusus diatur pada Pasal 1320 KUHPerdara yang membahas mengenai kesepakatan para pihak.<sup>15</sup> Untuk mendapatkan legalitas, maka perusahaan perlu melampirkan persyaratan yang sesuai menurut Undang-Undang. Adanya legalitas akan berdampak besar pada keberlangsungan suatu usaha.

Pembahasan mengenai legalitas, salah satu penunjang yang menandai legalitas adalah hak milik izin usaha. Hak milik izin usaha yang harus dikantongi para pelaku usaha didapatkan sesuai prosedur berdasarkan peraturan yang berlaku. Para pelaku usaha yang tidak memiliki izin usaha akan dianggap sebagai usaha yang ilegal. Akibatnya, para pelaku usaha ini akan menghadapi permasalahan hukum yang rumit. Kondisi ini juga disebut sebagai bisnis tanpa legalitas. Hal tersebut juga berlaku dalam bisnis era digital. Izin usaha menjadi modal utama dalam bisnis. Keberadaan izin usaha menandakan adanya kepercayaan yang berarti bagi konsumen. Jika tidak memiliki izin usaha, maka terdapat konsekuensi yang harus dihadapi seperti tidak memiliki perlindungan hukum, terkendala dalam mendapatkan bantuan dana, sulit berkembang, kredibilitas yang diragukan dan lain-lain.

Berbicara mengenai izin usaha di era digital, pada 4 Oktober 2023 media sosial TikTok menghilangkan fitur jual beli yaitu TikTok Shop. Hal ini dikarenakan TikTok dianggap telah melanggar peraturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Sebagai platform media sosial, tidak seharusnya TikTok melakukan transaksi jual beli dimana aturan tersebut juga tercantum dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 mengenai Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang menerangkan bahwa *platform* media sosial dilarang melakukan transaksi jual beli atau berperan sebagai *e-commerce*. Dengan demikian, TikTok Shop belum mengantungi izin yang jelas sebagai *e-commerce* sehingga keberadaannya dianggap ilegal dan mendapat sanksi pencabutan izin.

---

<sup>14</sup> Wilma Laura Sahetapy, "Identitas, Legalitas, dan Lokasi Usaha dalam E-commerce", *Jurnal Ilmu Hukum*, vol. 14, no. 27 (2018): 41-52, <https://www.neliti.com/id/publications/369464/identitas-legalitas-dan-lokasi-usaha-dalam-e-commerce>.

<sup>15</sup> Iga Bagus Prasadha Sidhi Nugraha dan I Gede Yusa, "Legalitas Kontrak Perdagangan Secara Elektronik Ditinjau Dalam Kitab Undang- Undang Hukum Perdata," *Kertha Semaya* 8, no. 5 (2020): 689–98.



TikTok Shop kemudian bermitra dengan Tokopedia sebagai platform *e-commerce* legal agar TikTok Shop dapat kembali beroperasi sesuai dengan hukum yang berlaku. Solusi tersebut kemudian berhasil membuat TikTok Shop kembali beroperasi pada 12 Desember 2023, sebagai *e-commerce* di bawah naungan Tokopedia. Meskipun demikian peninjauan hukum tetap dilakukan oleh Kementerian Perdagangan, hingga pada 4 Maret 2024, Kementerian Perdagangan mengklaim bahwa TikTok Shop sudah mengantongi izin sebagai platform jual beli yang legal karena sudah mematuhi Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023.<sup>16</sup>

Dari studi kasus di atas menunjukkan bahwa hak milik izin usaha memiliki manfaat yang berkaitan dengan perlindungan hukum. Adanya hak milik izin usaha juga sebagai bentuk kepatuhan hukum, kegiatan promosi dan proyek. Pada usaha secara konvensional terdapat Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 Tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan, "*SIUP adalah surat izin untuk dapat melaksanakan usaha perdagangan*". Pada bisnis digital terdapat Surat Izin Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (SIUPMSE). Hal tersebut didukung oleh Pasal 24 ayat (1) UU No. 7 Th. 2014 mengenai Perdagangan (UU Perdagangan) yang memformulasikan kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh pelaku bisnis diharuskan mengantongi izin dalam bidang perniagaan yang merupakan pemberian dari Menteri.<sup>17</sup>

Merujuk pada Pasal 1 angka 15 Permendag 50/2020, "*SIUPMSE merupakan perizinan usaha yang diberikan kepada pelaku bisnis yang menjalankan kegiatan usaha di bidang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)*". SIUPMSE berfungsi sebagai perizinan bagi pelaku usaha agar melakukan bisnis PMSE ataupun *e-commerce*. SIUPMSE juga diperkuat oleh pemberlakuan Permendag 50/2020 maka perizinan usaha bagi

---

<sup>16</sup> Raisha Tiara Hasnakusumah et al., "Restrukturisasi Peraturan Perizinan Social-Commerce Di Indonesia (Studi Kasus *e-commerce* Tiktok Shop setelah merger bersama Tokopedia Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023)" 5, no. 1 (2024).

<sup>17</sup> Yuni Fitriani dan Roida Pakpahan, "Analisa Penyalahgunaan Media Sosial untuk Penyebaran Cybercrime di Dunia Maya atau Cyberspace," *Cakrawala: Jurnal Humaniora* 20, no. 1 (2020): 2579–3314, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>.

pelaku usaha PMSE berubah dari SIUP menjadi SIUPMSE. Berdasarkan ketentuan Pasal 10 Permendag 50/2020, SIUPMSE dapat dikatakan efektif jika pelaku usaha *e-commerce* memenuhi komitmen. Komitmen yang dimaksud adalah pernyataan dari pelaku bisnis dalam melakukan pemenuhan persyaratan izin usaha maupun izin komersial atau operasional. Komitmen yang wajib dipenuhi meliputi ketersediaan Surat Tanda Terdaftar Penyelenggara Sistem Elektronik, laman situs *web* beserta nama aplikasi, layanan aduan pelanggan, ketersediaan informasi kontak aduan pelanggan Konsumen DJPKTN dalam pelayanan aduan konsumen.<sup>18</sup>

Pelaku usaha wajib mengajukan permohonan melalui *Online Single Submission* (OSS) untuk mendapatkan SIUPMSE ini. OSS merupakan sebuah sistem yang mengorganisir proses perizinan usaha secara daring (*online*) dan memberikan layanan elektronik kepada pelaku usaha. Terciptanya OSS menjadi jalan keluar atas sulitnya pengurusan perizinan yang dihadapi pelaku usaha sebelumnya. Hadirnya OSS kini meringankan pelaku usaha untuk mendapatkan legalitas izin usaha, mengakses informasi, dan prosedur yang ada. Adanya OSS beserta fitur-fitur layanan khusus diharapkan dapat mempermudah para pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya. Untuk membantu para pelaku usaha, OSS menyediakan beberapa informasi seperti data permohonan berusaha, data perizinan, data instansi daerah, data perizinan daerah, dan informasi lainnya.<sup>19</sup> Prosedur ini sesuai dengan ketentuan Pasal 19 Ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik.

Para pelaku usaha pada praktiknya enggan atau malas mengurus perizinan usaha. Terdapat banyak faktor yang menyebabkannya di antaranya rumitnya birokrasi perizinan, sistem layanan perizinan yang buruk, ketakutan membayar pajak, kurangnya pengetahuan mengenai perizinan usaha dan sebagainya. Faktor-faktor

---

<sup>18</sup> Wicaksana Bagus, "Analisis Komitmen Dan Kemampuan Pelaku Usaha Marketplace Terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019," no. 80 (2019).

<sup>19</sup> Wida Samsi Yudani dan Rahayu Subekti, "Jurnal Discretie : Pelaksanaan Perizinan Berusaha Melalui Online Single Submission ( OSS ) Oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu ( DPMPPTSP ) Kabupaten Sukoharjo Abstract Jurnal Discretie : Kabupaten Sukoharjo yakni Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu ( DPMPPTSP ). Tertera pada Pasal 5 ayat ( 2 ) Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu ( DPMPPTSP ) Kabupaten Sukoharjo ." 2, no. 3 (2022): 121–30.

tersebut kemudian mendorong peraturan Perpres No. 91 Th. 2017 mengenai Percepatan Pelaksanaan Berusaha, serta PP No. 24 Th. 2018 mengenai Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik yang membantu sistem layanan perizinan di Indonesia menjadi sistem yang lebih sederhana, cepat, dan mudah diakses karena terintegrasi secara elektronik (*online*).<sup>20</sup>

Selain perizinan usaha, legalitas suatu bisnis juga berkaitan dengan kepemilikan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). HAKI merupakan hak untuk mendapatkan perlindungan hukum atas kekayaan intelektual berdasarkan peranturan perundang-undangan. Hak kekayaan intelektual meliputi hak cipta, paten, merek dagang, desain industri, dan bentuk kekayaan intelektual lainnya. Pada bisnis era digital, banyak perusahaan *startup* yang masih kurang memperhatikan keberadaan hak kekayaan intelektual. Hak kekayaan intelektual juga memiliki andil besar dalam kelancaran bisnis. Jika suatu bisnis tidak memiliki hak kekayaan intelektual, maka konsekuensi yang harus ditanggung adalah penggunaan kekayaan intelektual tanpa izin sehingga membuat bisnis tidak bisa berkembang. Kondisi ini merupakan persaingan yang tidak sehat, terlebih lagi di era digital, bahkan risiko terberatnya adalah ancaman untuk berhenti menjual suatu produk.

Undang-undang yang melindungi hak kekayaan intelektual di era digital mencakup banyak konsep dan mekanisme hukum yang berbeda. Dalam bisnis era digital, yang paling sering ditemukan adalah merek dagang.<sup>21</sup> Merek dagang memiliki posisi penting dalam bisnis, khususnya *startup* dan *e-commerce*. Menurut Pasal 1 Undang-Undang N. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis “*Merek Dagang adalah Merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang sejenis lainnya*” .Undang – Undang No. 15 Tahun 2001, “*Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam dunia perdagangan atau jasa.*

---

<sup>20</sup> Made Ary Suta dan I Wayan Wiryawan, “Pengaturan Keberlakuan Surat Izin Usaha Perdagangan Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Abstrak” 7, no. 03 (2022): 343–53, <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2017.V11.349-367>.

<sup>21</sup> Icha Sheilindry, “Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kontrak Bisnis Elektronik Atas Pemegang Hak Merek Dagang,” *Simbur Cahaya* 28, no. 2 (2021): 282, <https://doi.org/10.28946/sc.v28i2.1317>.

*Merek dagang menjadi sangat penting karena sebagai penanda identitas komersial suatu usaha atau bisnis*". Namun pada praktiknya, terlebih lagi di dunia digital, merek dagang sangat mudah dipalsukan oleh oknum dan disalah gunakan. Pemalsuan merek dagang kemudian akan berimplikasi pada pemasaran barang palsu sehingga merugikan konsumen. Tentu persoalan tersebut akan merugikan bagi pemilik merek dagang yang asli. Dari persoalan ini, maka legalitas hukum tentang merek dagang sangat diperlukan.

Hak atas merek telah diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang No. 14 Tahun 1994 Jo. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 yang menyebutkan hak merek adalah hak yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya. Perlindungan merek hanya berlaku bagi merek yang sudah terdaftar secara resmi sesuai peraturan yang berlaku. Jika terjadi pelanggaran merek dagang, maka disitulah hukum berperan untuk melakukan perlindungan merek dagang yang merupakan bagian dari hak kekayaan intelektual.<sup>22</sup>

Para pelaku usaha dalam bisnis era digital, perlu mulai memberi perhatian lebih terhadap merek dagang. Kerentanan penggunaan merek palsu dan penyalahgunaan merek akan berdampak pada penurunan reputasi bisnis. Hal ini akan menjadikan arus bisnis yang dijalani menjadi tidak aman dan menurunkan kepercayaan konsumen. Para pelaku usaha seperti *startup* dan *ecommerce* harus mengajukan pendaftaran hak merek dagang sesuai prosedur yang berlaku. Dengan demikian, hukum dapat berjalan melakukan perlindungan jika terjadi pelanggaran merek dagang karena pelaku usaha telah mengantongi hak merek dagang.

## **2. Pengawasan Persaingan dalam Bisnis Digital**

Eksistensi bisnis berbasis digital menjadikan para pelaku usaha berlomba-lomba untuk terus menciptakan inovasi dengan harapan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi yang didapatkan. Antusiasme para pelaku usaha memunculkan beragam

---

<sup>22</sup> Meriza Elpha Darnia et al., "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Era Digital," *JERUMI: Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary* 1, no. 2 (2023): 411–19, <https://doi.org/10.57235/jerumi.v1i2.1378>.

pembaruan model dalam berbisnis era digital. Kondisi tersebut kemudian memunculkan persaingan antar pelaku usaha yang dapat memberikan manfaat khususnya dorongan motivasi perkembangan produk sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Namun, di sisi lain persaingan bisnis era digital ini juga dapat memberi dampak buruk ketika terdapat persaingan yang tidak terkontrol sehingga menghambat bisnis digital itu sendiri. Kondisi persaingan ini merupakan persaingan tidak sehat.

Di Indonesia terdapat lembaga yang bertugas mengawasi persaingan usaha yakni Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). KPPU merupakan lembaga yang memiliki kewajiban untuk memantau pelaksanaan UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. KPPU menjadi lembaga yang berdiri secara mandiri dimana tidak ada keterlibatan pihak lain di dalamnya dan bertanggung jawab kepada presiden.<sup>23</sup> Meskipun demikian, KPPU tidak memiliki kewenangan untuk menjatuhkan sanksi pidana ataupun perdata. Hal ini dikarenakan kewenangan yang dimiliki oleh KPPU mengikat pada kewenangan administratif sehingga sanksi yang dapat diberikan oleh KPPU adalah sanksi administratif.

Secara keseluruhan tugas dan wewenang KPPU telah dirancang dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1999. Tugas dan wewenang KPPU tersebut memiliki fungsi pengawasan atas larangan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Berdasarkan hal tersebut, tugas dan wewenang KPPU dilaksanakan dengan melakukan peninjauan dan penilaian terhadap kegiatan usaha atau pelaku usaha untuk mencegah terjadinya praktik monopoli dan persaingan tidak sehat. Peninjauan dan penilaian tersebut dilaporkan secara berkala oleh KPPU sebagai laporan hasil kerja komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat. Apabila suatu kegiatan usaha atau pelaku usaha diindikasikan melakukan praktik monopoli atau persaingan tidak sehat, maka KPPU akan melakukan penyelidikan lebih

---

<sup>23</sup> Rezmia Febrina, "Efektifitas Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Upaya Penyelesaian Kasus Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat," *Jurnal Ilmu Hukum* 7, no. 2 (2018): 264, <https://doi.org/10.30652/jih.v7i2.5685>."

lanjut. Jika terbukti, langkah berikutnya adalah pemberian sanksi berupa sanksi administratif.<sup>24</sup>

#### Tugas:

1. Melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16;
2. Melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24;
3. Melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28;
4. Mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36;
5. Memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
6. Menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan undang-undang ini;
7. Memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat.

#### Wewenang:

1. Menerima laporan dari masyarakat dan atau dari pelaku usaha tentang dugaan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
2. Melakukan penelitian tentang dugaan adanya kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;
3. Melakukan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap kasus dugaan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang dilaporkan oleh masyarakat atau oleh pelaku usaha atau yang ditemukan oleh Komisi sebagai hasil penelitiannya;
4. Menyimpulkan hasil penyelidikan dan atau pemeriksaan tentang ada atau tidak adanya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat;

---

<sup>24</sup> KPPU, "Tugas & Wewenang," KPPU, diakses 31 Januari 2024, <https://kppu.go.id/tugas-dan-wewenang/>.

5. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
6. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang ini;
7. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud nomor 5 dan nomor 6, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Komisi;
8. Meminta keterangan dari instansi Pemerintah dalam kaitannya dengan penyelidikan dan atau pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini;
9. Mendapatkan, meneliti, dan atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan;
10. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak pelaku usaha lain atau masyarakat;
11. Memberitahukan putusan Komisi kepada pelaku usaha yang diduga melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat”;
12. Menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Berdasarkan tugas dan wewenang di atas, KPPU berupaya melindungi seluruh pelaku ekonomi. Dalam konteks bisnis digital, KPPU berusaha mencegah persaingan tidak sehat berupa praktek monopoli seperti tindakan diskriminasi, perilaku eksploitasi yang terjadi antar *platform*, perjanjian eksklusif, *predatory pricing* (praktik jual rugi), penyalahgunaan posisi dominan, dan berbagai bentuk persaingan tidak sehat lainnya. Sebagai gambaran kecil, dalam bisnis digital kasus *predatory pricing* misalnya, para pelaku usaha baik *e-commerce* maupun *startup* berlomba-lomba memasarkan produk mereka dengan harga yang rendah melalui diskon serta pelayanan maksimal. Apabila pelaku berada di luar pasar, maka pelaku usaha akan menetapkan harga dengan sangat tinggi (monopolis) sebagai upaya untuk menutupi kerugian sebelumnya. Selain *predatory pricing*, terdapat pula *pre-emptive merger*, di mana para pelaku usaha besar akan melakukan akuisisi pada perusahaan kecil atau *startup* yang mempunyai potensi besar menjadi pesaingnya. Perilaku tersebut dalam menciptakan iklim usaha yang tidak sehat.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Mawaddah Ria, “Akselerasi Peran Kppu Di Era Digitalisasi Untuk Indonesia Maju Dan Mandiri,” 2022, <https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2020/12/Juara-1-Mahasiswa-Ria-Mawaddah.pdf>.

Kasus persaingan tidak sehat atau monopoli dalam bisnis digital masih banyak ditemukan di Indonesia. Misalnya pada tahun 2022 lalu, perusahaan Google telah melakukan monopoli di Indonesia. Seperti yang telah diketahui, Google merupakan sebuah *platform* besar sebagai *engine machine* yang mencakup teknologi pencarian, komputasi *website*, perangkat lunak dan periklanan digital yang kehadirannya memberikan manfaat yang sangat besar untuk manusia. Di Indonesia sendiri, Google tentu menjadi *platform* yang sering digunakan untuk memudahkan pekerjaan atau aktivitas sehari-hari. Namun sayangnya, eksistensi Google sebagai *platform* yang memudahkan kehidupan manusia tersebut menjadi sorotan serius karena diduga telah melakukan praktik monopoli di Indonesia. Dugaan monopoli yang dilakukan oleh perusahaan Google dan anak usahanya tersebut di Indonesia kemudian ditindaklanjuti oleh KPPU.

Penyidikan mulai dilakukan oleh KPPU pada September 2022 atas dasar inisiatif KPPU itu sendiri. KPPU menyoroti tindakan Google yang mewajibkan pengguna *Google Play Billing* (GPB) pada berbagai aplikasi tertentu. GPB merupakan layanan yang berasal dari *Google Play Store* untuk penyediaan penjualan produk dan konten digital. Dari layanan tersebut, Google kemudian memasang tarif sebesar 15-30% dari setiap pembelian. Penggunaan GPB diwajibkan untuk melakukan pembelian produk dan layanan digital yang hanya bisa dilakukan dalam aplikasi yang terdistribusi oleh *Google Play Store*. Dengan demikian, aplikasi yang dikenai kewajiban tersebut tidak dapat menolak kewajiban. Aplikasi tersebut dapat dikenai sanksi berupa penghapusan aplikasi dari *Google Play Store* atau tidak diperkenankan melakukan *update* apabila menolak untuk kewajiban membayar. Kebijakan tersebut membuat aplikasi yang bersangkutan akan kehilangan konsumennya.<sup>26</sup>

Tindakan Google di atas telah melanggar Pasal 25 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 yang berbunyi:

- 1) Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk :

---

<sup>26</sup> Abdannoor Ramadhan Halidi, "Praktek Monopoli Pelaku Usaha Di Era Digital Pada Produk Internet (Studi Kasus Perusahaan Google Di Indonesia)," *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah* 8, No. 3 (2023): 2245.



- a) Menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas; atau
  - b) Membatasi pasar dan pengembangan teknologi; atau
  - c) Menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan.
- 2) Apabila usaha memiliki posisi dominan sebagaimana dimaksud ayat (1) apabila:
- a) Satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha menguasai 50% (lima puluh persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang dan atau jasa tertentu; atau
  - b) Dua atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai 75% (tujuh puluh lima persen) atau lebih pangsa pasar satu jenis barang dan atau jasa tertentu.

Google sebagai pelaku usaha telah menguasai pangsa pasar lebih dari 50%, lebih tepatnya 93% untuk pangsa pasar di Indonesia. Sebagaimana yang telah ditetapkan dari Pasal 25 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 di atas, maka Google termasuk dalam perusahaan yang memiliki posisi domain yang telah melanggar ketentuan Pasal 25 Ayat (1). Tindakan pelanggaran yang dilakukan oleh Google ini mendapat ancaman sanksi yang juga diatur dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.<sup>27</sup> Meskipun penyidikan KPPU terhadap kasus ini sudah dilakukan sejak 14 September 2022, namun hingga saat ini belum ada kepastian sanksi yang dikenakan terhadap Google. Serangkaian penyidikan masih terus dilakukan guna memperoleh hasil yang benar-benar sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

KPPU secara khusus dalam mengawasi persaingan usaha dalam bisnis digital telah melahirkan peraturan Komisi No. 1 Tahun 2020 tentang Penanganan Perkara Secara Elektronik yang bertujuan memberi kemudahan bagi masyarakat jika ingin membuat laporan terkait persaingan usaha tidak sehat. Penanganan perkara secara elektronik yang dibuat oleh KPPU ini, dalam prosesnya seperti pengajuan dokumen, panggilan sidang dan persidangan di KPPU dapat menggunakan fasilitas elektronik. Pada saat melaksanakan sidang secara elektronik, seluruh pihak yang terlibat dalam persidangan wajib menunjukkan lokasi dan keadaannya saat itu kepada Majelis Komisi

---

<sup>27</sup> Halidi.

guna mencegah terjadinya intervensi dan menjaga independensi para pihak. Meskipun proses yang dilaksanakan dapat menggunakan fasilitas elektronik, kekekatan proses tetap dilaksanakan. Sebagai contoh, ketika pihak terlapor dan/atau investigator tidak memberikan dokumen melalui media elektronik sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan tanpa alasan yang sah, maka Majelis Komisi menilai pihak tersebut tidak menggunakan haknya untuk menyerahkan dokumen.<sup>28</sup>

### 3. Perlindungan terhadap Konsumen dalam Bisnis Digital

Banyaknya masyarakat Indonesia yang menjadi pengguna aplikasi *e-commerce* menunjukkan daya konsumtif yang tinggi di dunia digital. Hal ini dikarenakan konsumen dimudahkan berbelanja tanpa harus mengorbankan waktu. Cukup melalui aplikasi yang ada, konsumen bisa mengaksesnya dimanapun dan kapanpun. Namun kemudahan yang dirasakan oleh konsumen sebagai pelaku yang juga terlibat dalam bisnis digital, ternyata juga terdapat persoalan yang harus dihadapi. Berikut ini permasalahan yang sering dihadapi konsumen berkenaan dengan hak-hak konsumen *e-commerce* :<sup>29</sup>

1. Produk yang akan dibeli oleh konsumen tidak dapat diidentifikasi secara langsung.
2. Ketidakjelasan informasi produk yang ingin dibeli oleh konsumen sehingga menghambat keputusan transaksi.
3. Pelaku usaha tidak memiliki status subjek hukum yang jelas.
4. Tidak tersedianya jaminan keamanan privasi dan transaksi konsumen khususnya dalam pembayaran secara elektronik.
5. Risiko yang dibebankan tidak seimbang.
6. Bagi kegiatan transaksi yang bersifat lintas batas negara, akan terdapat kebimbangan mengenai yuridiksi hukum negara mana yang berlaku.

Berdasarkan permasalahan hak-hak konsumen *e-commerce* di atas, ditemukan pula kasus yang sering dialami oleh konsumen *e-commerce* seperti produk yang cacat, ketidakjujuran informasi dan *web advertising*, keterlambatan pengiriman dan lain-

---

<sup>28</sup> Febrina, “Efektifitas Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Upaya Penyelesaian Kasus Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.”

<sup>29</sup> Tetanoe Bernada, “Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia,” *Jurnal Hukum dan Peradilan* 6, no. 1 (2017): 1, <https://doi.org/10.25216/jhp.6.1.2017.108>.

lain. Kasus-kasus yang sering dialami membuat konsumen merasa tidak aman dalam melakukan transaksi pada *e-commerce*. Menanggapi kondisi tersebut, maka di sini hukum juga berperan untuk melindungi konsumen yang juga menjadi pelaku dalam bisnis digital.

Berdasarkan sudut pandang hukum dalam hal implementasi pada transaksi *e-commerce* terdapat kontrak *online* atau syarat sah perjanjian yang telah diatur dalam pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum perdata (KUHPer). Undang-Undang tersebut mencakup empat syarat sahnya suatu perjanjian yang terdiri dari :<sup>30</sup>

1. Adanya kesepakatan para pihak dan tidak terdapat unsur paksaan atas dasar pendapat pihak yang dirugikan untuk keperluan pembatalan;
2. Kecakapan para pihak sebagaimana diatur dalam pasal 1330 KUH Perdata (belum dewasa dan berada dibawah pengampuan);
3. Adanya objek perjanjian yang terdiri dari barang dalam bentuk fisik dan dapat disesuaikan dengan jenisnya;
4. Adanya penyebab yang halal karena sebab yang tidak halal berlawanan dengan norma kesusilaan atau ketertiban umum.

Perlindungan konsumen dalam bisnis digital di Indonesia telah diatur oleh undang-undang seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Kedua undang-undang ini memberikan upaya melakukan perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce*.<sup>31</sup> Adapun aspek yang dimuat dalam UUPK dan UU ITE mencakup hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta sistematika penanganan sengketa. Tidak hanya itu, dalam konteks pembelian item digital yang dimuat pada *game online*, juga telah dijamin oleh UUPK dan UU ITE. Pada proses penyelesaian sengketa seperti kerugian yang diperoleh konsumen dalam transaksi secara *online* dapat dilakukan di luar ataupun dalam pengadilan.

---

<sup>30</sup> Heri Lilik Sudarmanto, "Pendekatan Hukum Dalam Mengatasi Masalah E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 11, no. 1 (2020): 37, <https://doi.org/10.32493/jdmhkdmhk.v11i1.5607>.

<sup>31</sup> Amila Desiani, Muhamad Amirulloh, dan Agus Suwandono, "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik," *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan dan ke-PPAT-an* 2, no. 1 (2019): 56, <https://doi.org/10.24198/acta.v2i1.157>.

Perlindungan hukum bagi konsumen juga menekankan para pelaku usaha untuk turut menyediakan perlindungan terhadap konsumen. Hal tersebut dimuat dalam kewajiban pelaku usaha yang telah diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen antara lain :<sup>32</sup>

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pelaku usaha mendapat porsi tekanan lebih tinggi dibandingkan konsumen dalam upaya perlindungan konsumen. Hal ini dikarenakan kedudukan hukum konsumen yang lemah daripada pelaku usaha. Dalam transaksi bisnis digital, maka terdapat perikatan antara pelaku usaha dan konsumen. Perikatan yang dimaksud telah merupakan bentuk ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1233 Jo. Pasal 1234 KUHPerdara, yaitu tiap-tiap perikatan lahir karena adanya persetujuan atau undang-undang, dan setiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu. Dalam transaksi yang dilakukan oleh suatu perikatan akan menimbulkan perjanjian dimana satu pihak berjanji untuk melakukan

---

<sup>32</sup> Irsan Rahman et al., "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital," *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 2, no. 08 (2023): 704–12, <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.

sesuatu hal, maka pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu. Apabila salah satu pihak memenuhi janjinya maka pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi.<sup>33</sup>

Penerapan perlindungan konsumen dalam bisnis digital di Indonesia dapat dilihat dari salah satu kasus yang dialami oleh pengguna Grabtoko. Grabtoko merupakan platform *e-commerce* di bawah PT Grab Toko Indonesia yang sempat menjadi perbincangan publik pada tahun 2021. Pasalnya Grabtoko diduga telah melakukan penipuan hingga miliaran rupiah yang tentu saja merugikan konsumen. Penipuan ini dilakukan dengan memberikan informasi penawaran barang elektronik dengan harga murah, namun barang yang ditawarkan tidak dikirimkan ke konsumen. Akibat peristiwa tersebut, Yudha Manggala Putra selaku pemilik Grabtoko akhirnya ditangkap karena telah melakukan penipuan terhadap 980 konsumen dengan total kerugian 17 M. Pelaku dijerat ancaman pidana sesuai dengan Pasal 45 A ayat (1) Jo Pasal 28 ayat (1) UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).<sup>34</sup>

Hukum perlindungan konsumen dalam pengimplementasiannya secara khusus di dunia digital di Indonesia masih perlu dikembangkan lagi. Hal ini dikarenakan sering dijumpai tantangan dalam perlindungan konsumen era digital. Penegakkan hukum yang kurang memadai, terbatasnya sumber daya, tingkat kesadaran konsumen yang masih rendah menjadi tantangan yang harus dihadapi. Berkenaan dengan tantangan tersebut, maka diperlukan perubahan kebijakan, peningkatan investasi dan peningkatan koordinasi dari berbagai pihak pemangku kepentingan untuk mencapai efektivitas perlindungan hukum di era digital.

Permasalahan yang dialami konsumen juga melintasi batas yuridiksi negara mengingat jangkauan bisnis era digital yang sangat luas, maka transaksi digital yang dilakukan pun semakin luas hingga melintasi batas yuridiksi negara. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen dalam bisnis digital yang melintasi batas yuridiksi

---

<sup>33</sup> “Bernada, “Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia.””

<sup>34</sup> CNN Indonesia, “Kronologi Grab Toko Tipu 980 Orang dan Rugikan Rp17 M,” CNN Indonesia, 2021, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210115135836-92-594181/kronologi-grab-toko-tipu-980-orang-dan-rugikan-rp17-m>.

negara perlu diperkuat dengan melakukan kerja sama internasional di bidang keamanan siber. Kerja sama yang dilakukan lintas batas negara bidang keamanan siber yang secara khusus mengupayakan perlindungan konsumen dapat diterapkan dalam perjanjian internasional. Perjanjian internasional yang dimaksud tentu saja diwadahi hukum internasional yang kemudian dapat diterapkan oleh negara-negara yang meratifikasinya.<sup>35</sup>

## **PENUTUP**

Peran hukum dalam perlindungan bisnis era digital di Indonesia dapat digambarkan pada tiga peran besar yang meliputi legalitas bisnis, pengawasan persaingan bisnis digital dan perlindungan terhadap konsumen. Pemberian legalitas bisnis berkaitan dengan perizinan usaha dan kekayaan intelektual seperti merek dagang. Pemberian legalitas bisnis memiliki posisi krusial karena menyangkut perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran dagang dalam bisnis era digital. Peran hukum lainnya yaitu pengawasan aktivitas bisnis. Pada pelaksanaannya, terdapat KPPU yang secara independen bertugas memelihara persaingan bisnis era digital secara kondusif. Selanjutnya peran hukum dalam perlindungan terhadap konsumen, dimana dilindungi oleh UU ITE dan UU PK meskipun masih perlu peningkatan melalui regulasi hukum dan kerja sama lintas negara. Namun, perlu diketahui bahwa keberhasilan peran hukum dalam upaya perlindungannya terhadap bisnis era digital ini juga bergantung pada implementasi dari pihak yang terkait dengan koordinasi dan kerja sama yang baik dari pemerintah, pelaku usaha, konsumen dan pemangku kepentingan lainnya.

Peran hukum dalam perlindungan bisnis digital yang menjadi topik pada penelitian ini menjadi penelitian kontemporer dan memiliki urgensi berupa pentingnya hukum untuk turut membantu kelancaran transaksi yang serba digital. Hal tersebut tentu menjadi fenomena unik yang dapat dikaji secara lebih lanjut. Maka dari itu, terdapat rekomendasi untuk penelitian berikutnya mengenai peran hukum dalam bisnis

---

<sup>35</sup> Dhian Novita Yustina, "Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital," *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3 (2021), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>."

digital. Peneliti berikutnya dapat mengkaji lebih lanjut dengan mengganti subjek penelitian secara spesifik seperti peran notaris dalam bisnis digital, pertanggung jawaban hukum jika terjadi pelanggaran hukum di dunia bisnis digital, atau membahas urgensi keberadaan regulasi yang secara khusus mengupayakan penegakkan hukum dalam bisnis digital. Rekomendasi penelitian tersebut tentu akan menjadi penelitian yang menarik untuk dibahas dan dapat menambah wawasan khususnya mengenai bagaimana kaca mata hukum dalam melihat fenomena bisnis digital yang selalu berkembang pesat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Yuni. "Pentingnya Pembaharuan Hukum dalam Mendukung Perkembangan Ekonomi Digital". FH UNAIR. Diakses 31 Januari 2024. <https://fh.unair.ac.id/pentingnya-pembaharuan-hukum-dalam-mendukung-perkembangan-ekonomi-digital/>
- Aurelia, Widya Astuti. "Perkembangan Bisnis di Era Digital." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2, no. September (2023): 3048-74. <https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp/article/view/580/666>.
- Bagus, Wicaksana. "Analisis Komitmen Dan Kemampuan Pelaku Usaha Marketplace Terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019," no. 80 (2019).
- Benuf, Kornelius, dan Muhamad Azhar. "Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer." *Gema Keadilan* 7, no. 1 (2020): 20-33. <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>.
- Bernada, Tetanoe. "Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia." *Jurnal Hukum dan Peradilan* 6, no. 1 (2017): 1. <https://doi.org/10.25216/jhp.6.1.2017.108>.
- CNN Indonesia. "Kronologi Grab Toko Tipu 980 Orang dan Rugikan Rp17 M." CNN Indonesia, 2021. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210115135836-92-594181/kronologi-grab-toko-tipu-980-orang-dan-rugikan-rp17-m>.
- Danuri Muhamad. "Perkembangan Dan Transformasi Teknologi Digital." *Infokam* 15, no. 2 (2019): 116-23.
- Darnia, Meriza Elpha, Cindy Dhede Monica, Munawarda Munawarda, dan Refi Aprillia. "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual di Era Digital." *JERUMI: Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary* 1, no. 2 (2023): 411-19. <https://doi.org/10.57235/jerumi.v1i2.1378>.

- Desiani, Amila, Muhamad Amirulloh, dan Agus Suwandono. "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik." *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan dan ke-PPAT-an* 2, no. 1 (2019): 56. <https://doi.org/10.24198/acta.v2i1.157>.
- Ditjen PDN. "Surat Izin Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (SIUPMSE)" [.https://ditjenpdn.kemendag.go.id/setiap-saat/izin-terbit/siupmse](https://ditjenpdn.kemendag.go.id/setiap-saat/izin-terbit/siupmse)
- Febrina, Rezmia. "Efektifitas Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam Upaya Penyelesaian Kasus Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat." *Jurnal Ilmu Hukum* 7, no. 2 (2018): 264. <https://doi.org/10.30652/jih.v7i2.5685>.
- Fitriani, Yuni, dan Roida Pakpahan. "Analisa Penyalahgunaan Media Sosial untuk Penyebaran Cybercrime di Dunia Maya atau Cyberspace." *Cakrawala : Jurnal Humaniora* 20, no. 1 (2020): 2579-3314. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>.
- Halidi, Abdannoor Ramadhan. "Praktek Monopoli Pelaku Usaha Di Era Digital Pada Produk Internet (Studi Kasus Perusahaan Google Di Indonesia)." *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah* 8, no. 3 (2023): 2245.
- Hasnakusumah, Raisha Tiara, Andriyanto Adhi, Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional, dan Tiktok Shop. "Restrukturisasi Peraturan Perizinan Social-Commerce Di Indonesia (Studi Kasus *e-commerce* Tiktok Shop setelah merger bersama Tokopedia Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023)" 5, no. 1 (2024).
- Karina, Dhiyaah, Siti Alfiyatus Sa'diyah, Hanna Nabilah, dan Maya Panorama. "Pengaruh Perusahaan Startup Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama Pandemi Covid-19." *Berajah Journal* 2, no. 1 (2021): 156-66. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i1.69>.
- KPPU. "Tugas & Wewenang." KPPU. Diakses 31 Januari 2024. <https://kppu.go.id/tugas-dan-wewenang/>.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press, 2020. [http://eprints.unram.ac.id/20305/1/Metode Penelitian Hukum.pdf](http://eprints.unram.ac.id/20305/1/Metode%20Penelitian%20Hukum.pdf).
- Musnaini, dan Audia Junita. *Digital Bussines*. Banyumas : CV. Pena Persada.2020. [https://www.researchgate.net/profile/Hadion\\_Wijoyo/publication/344162847\\_DIGITAL\\_BUSINES/links/5f5753c0a6fdcc9879d644c7/DIGITAL-BUSINES.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Hadion_Wijoyo/publication/344162847_DIGITAL_BUSINES/links/5f5753c0a6fdcc9879d644c7/DIGITAL-BUSINES.pdf)
- Nugraha, Iga Bagus Prasadha Sidhi, dan I Gede Yusa. "Legalitas Kontrak Perdagangan Secara Elektronik Ditinjau Dalam Kitab Undang- Undang Hukum Perdata." *Kertha Semaya* 8, no. 5 (2020): 689-98.
- Oktaviani, Ni Nyoman Nia, dan Putu Gede Arya Sumerta Yasa. "Urgensi Legalitas Usaha bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM)." *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha* 10, no. 2 (2022): 504-11.



<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP>.

- Palgunadi, Ni. "Strategi Pengembangan Bisnis Startup Menggunakan SWOT Analysis (Studi Kasus pada Startup yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Journal on Education*. Vol. 5 (2023) DO - 10.31004/joe.v5i2.837
- Pujangga, I Kadek Sabda, Fakultas Hukum, dan Universitas Udayana. "Penyelenggaraan E-Marketplace" 10, no. 12 (2020).
- Rahman, Irsan, Sahrul, Riezka Eka Mayasari, Tia Nurapriyanti, dan Yuliana. "Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital." *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 2, no. 08 (2023): 704-12. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i08.605>.
- Rahmanda, Friska Adenia. "Aspek Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce yang Tidak Memiliki SIUP Berdasarkan Hukum Positif Indonesia." *Jurnal Ilmiah UNRAM*, 2020.
- Rajagukguk, Ratna Marselina. "Hukum dan Teknologi : Menghadapi Tantangan Hukum di Era Digital". *Jurnal UMA* (2023). <https://coursework.uma.ac.id/index.php/hukum/article/download/353/267/975>
- Ria, Mawaddah. "Akselerasi Peran Kppu Di Era Digitalisasi Untuk Indonesia Maju Dan Mandiri," 2022. <https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2020/12/Juara-1-Mahasiswa-Ria-Mawaddah.pdf>.
- Ridhwan, Mustajab. "Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023." *Data Indonesia*, 2023. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>.
- Rizky, Muhammad Farhan, dan Erwin Permana. "Analisis strategi bisnis menggunakan digital marketing pada UMKM pasca pandemi covid-19." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 7, no. 2 (2022): 142-50. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v7i2.6820>.
- Rizki, Mochamad Januar. "Inovasi dan Adaptasi Layanan Hukum dalam Ekonomi Digital". *Hukum Online*.2021. <https://www.hukumonline.com/berita/a/inovasi-dan-adaptasi-layanan-hukum-dalam-ekonomi-digital-1t614d88a988e1a/>
- Rochmat, Shobirin. "Mengapa E-Commerce Berkembang Pesat di Indonesia?" *Times Indonesia*, 2021. <https://timesindonesia.co.id/indonesia-positif/386502/mengapa-ecommerce-berkembang-pesat-di-indonesia#:~:text=Berkembangnya sistem pembayaran Indonesia%2Cderasnya investor asing melakukan,teknologi sangat membantu pertumbuhan e-commerce makin pesat lagi.>
- Sheilindry, Icha. "Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dalam Kontrak Bisnis Elektronik Atas Pemegang Hak Merek Dagang." *Simbur Cahaya* 28, no. 2

- (2021): 282. <https://doi.org/10.28946/sc.v28i2.1317>.
- Sudarmanto, Heri Lilik. "Pendekatan Hukum Dalam Mengatasi Masalah E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 11, no. 1 (2020): 37. <https://doi.org/10.32493/jdmhkdmdhk.v11i1.5607>.
- Sulastriyono, Sulastriyono, dan Sartika Intaning Pradhani. "Pemikiran Hukum Adat Djojodigoeno dan Relevansinya Kini." *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 30, no. 3 (2018): 448. <https://doi.org/10.22146/jmh.36956>.
- Suta, Made Ary, dan I Wayan Wiryawan. "Pengaturan Keberlakuan Surat Izin Usaha Perdagangan Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Abstrak" 7, no. 03 (2022): 343-53. <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2017.V11.349-367>.
- Utomo, Setyo. "Tantangan Hukum Modern di Era Digital". <https://media.neliti.com/media/publications/265433-tantangan-hukum-modern-di-era-digital-a98c5457.pdf>
- Yudani, Wida Samsi, dan Rahayu Subekti. "Jurnal Discretie : Pelaksanaan Perizinan Berusaha Melalui Online Single Submission ( OSS ) Oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu ( DPMPTSP ) Kabupaten Sukoharjo Abstract Jurnal Discretie : Kabupaten Sukoharjo yakni Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu ( DPMPTSP ). Tertera pada Pasal 5 ayat ( 2 ) Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu ( DPMPTSP ) Kabupaten Sukoharjo ." 2, no. 3 (2022): 121-30.
- Yustina, Dhian Novita. "Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital." *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia* 3 (2021). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>.
- Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik