

PERMASALAHAN DALAM JUAL BELI ONLINE DI ERA DIGITAL

Ida Kurnia¹, Rizqy Dini Fernandha^{2*}, Filshella Goldwen³

¹ Ida Kurnia; Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia, email: idah@fh.untar.ac.id

^{2*} Rizqy Dini Fernandha; Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia, email: rizqy.205210197@stu.untar.ac.id

³ Filshella Goldwen; Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia, email: filshella.205210225@stu.untar.ac.id

* Rizqy Dini Fernandha, email: rizqy.205210197@stu.untar.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel

Diterima: 19 Januari 2025

Direvisi: 27 Januari 2025

Diterima: 8 Februari 2025

Diterbitkan: Maret 2025

Keywords:

Online Sale and Purchase; E-commerce; Consumer Protection; Digital Fraud; and Legal Protection.

DOI:

<https://doi.org/10.51826/perahu.v13i1>

Abstract

The phenomenon of online buying and selling is growing rapidly along with advances in digital technology, providing various benefits such as efficiency, ease of access and market expansion. However, this development also brings a number of challenges, including digital fraud, delivery delays, and a lack of consumer protection. These problems not only harm consumers but also reduce trust in e-commerce as one of the pillars of the digital economy. This research uses a qualitative descriptive approach to identify the main factors that become problems in online buying and selling. In addition, this research explores solution steps that can be taken by governments, e-commerce platforms, and consumers to minimize existing risks. With legal foundations such as the Consumer Protection Law and Government Regulations on Trading Through Electronic Systems, this research aims to provide practical recommendations to create a safer, more transparent and fair e-commerce ecosystem for all parties.

Copyright ©2025 by Author(s); This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.



PENDAHULUAN

Perkembangan internet telah membawa perubahan signifikan dalam cara konsumen melakukan transaksi jual beli. *E-commerce* adalah suatu proses jual beli yang dilakukan

secara online melalui media elektronik. *E-commerce* adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet.¹ E-commerce, sebagai salah satu hasil inovasi teknologi, menjadi pilihan utama masyarakat modern karena kepraktisan yang ditawarkan. Dengan hanya menggunakan perangkat digital, konsumen dapat dengan mudah membeli barang atau jasa tanpa perlu datang langsung ke toko fisik.² Fenomena ini tidak hanya meningkatkan efisiensi waktu dan biaya tetapi juga memperluas akses konsumen terhadap produk dari berbagai daerah, bahkan negara.³

Namun, di balik segala kelebihannya, aktivitas jual beli *online* juga memunculkan sejumlah permasalahan yang cukup kompleks. Salah satu permasalahan utamanya adalah risiko penipuan digital yang melibatkan *phishing*,⁴ barang tidak sesuai deskripsi, atau barang yang tidak dikirim setelah pembayaran.⁵ Selain itu, isu seperti keterlambatan pengiriman, kurangnya transparansi informasi, dan kebocoran data pribadi konsumen turut memperbesar potensi kerugian dalam transaksi online. Realitas ini menggambarkan *das sein* (apa yang terjadi) di dunia *e-commerce* saat ini, di mana perlindungan terhadap konsumen belum sepenuhnya optimal.

Dari sisi normatif (*das sollen*), terdapat berbagai aturan hukum yang dirancang untuk mengatur dan melindungi transaksi online. Beberapa di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jujur, serta Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang melarang penyebaran informasi palsu dan menjamin keamanan data konsumen. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan melindungi data pribadi konsumen.

¹ Mufidah, et al., "Pola Konsumsi Generasi Z Dalam Menggunakan *E-Commerce Platform* Pada Masa Pandemi Covid-19", *Journal Of Islamic Economics* vol.2, no.25 (2023): 13.

² Erwin Permana, et al., "Analisis Kepuasan Generasi Z Terhadap Layanan *E-Commerce*", *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak* vol.1, no.2 (2024): 337-339, <https://ejournal.arei.or.id/index.php/JIEAP/article/download/312/527/1742> (diakses 16 Januari 2025).

³ Wisnu Rayhan Adhitya, et al., "Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform *E-Commerce* dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian", *TIN: Terapan Informatika Nusantara* vol.5, no.1 (2024): 63, <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/tin/article/download/5293/2813/> (diakses 16 Januari 2025).

⁴ Erlina Permata Sari, et al., "Fenomena Penipuan Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Media Baru Berdasarkan Kajian *Space Transition Theory*", *Deviance Jurnal Kriminologi* vol.6, no.2 (2022): 1600, <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/deviance/article/download/1882/1272> (diakses 16 Januari 2025).

⁵ Lutfiyana, A., "*Online Buying and Selling Fraud in Indonesia and Its Criminal Law Enforcement*", *Law Research Review Quarterly* vol.7, no.1 (2021): 53-68.

Namun, implementasi aturan ini di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital masyarakat dan lemahnya pengawasan *platform e-commerce*.

Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara *das sein* dan *das sollen* dengan mengidentifikasi masalah utama dalam jual beli *online*, menganalisis penyebabnya, serta memberikan rekomendasi solutif untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang aman dan terpercaya. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, artikel ini juga mengeksplorasi peran pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen dalam membangun perlindungan hukum yang efektif di era digital. Dengan demikian berdasarkan penjabaran di atas, penulis tertarik untuk menuangkan tulisan terkait permasalahan jual beli *online*, dengan judul “Permasalahan dalam Jual Beli *Online* di Era Digital” dengan rumusan masalah bagaimana permasalahan dalam jual beli online di era digital dan bagaimana perlindungan hukum dari banyaknya permasalahan jual beli *online* di era digital ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian normatif.⁶ Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yang berupa peraturan-peraturan. Disamping itu, digunakan juga buku/artikel yang terkait dengan penelitian ini, termasuk kamus, media massa dan internet.⁷ Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian dengan menjelaskan secara detail terkait suatu fenomena atau masalah yang menjadi topik dalam penelitian dan menggambarkan atau memberikan solusi dari permasalahan yang ada.⁸

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Permasalahan Dalam Jual Beli *Online* di Era Digital

Dalam beberapa tahun terakhir, jual beli *online* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat *modern*. Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara orang memenuhi kebutuhan sehari-hari, dari membeli kebutuhan rumah tangga hingga barang elektronik. Dengan hanya beberapa klik, konsumen dapat memesan barang dari

⁶ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), hlm. 34.

⁷ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), hlm. 71.

⁸ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Nusa Tenggara Barat: Mataram University Press, 2020), hlm. 127.

kenyamanan rumah mereka, menghilangkan batas geografis dan mempercepat proses transaksi.⁹

Fenomena ini semakin populer dengan kehadiran berbagai *platform e-commerce* yang menawarkan berbagai promosi menarik dan kemudahan dalam berbelanja. Namun, di balik pesatnya perkembangan ini, muncul sejumlah tantangan yang harus dihadapi. Kepraktisan yang ditawarkan oleh *e-commerce* ternyata menyimpan risiko, seperti penipuan digital, keterlambatan pengiriman, kurangnya transparansi informasi, hingga ancaman penyalahgunaan data pribadi. Masalah-masalah ini tidak hanya merugikan konsumen secara material tetapi juga dapat mengikis kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami lebih dalam tentang permasalahan ini agar dapat menciptakan ekosistem jual beli online yang lebih aman dan terpercaya.

Penipuan Digital, penipuan dalam transaksi jual beli *online* merupakan salah satu permasalahan utama yang dihadapi konsumen di era digital. Beberapa modus penipuan yang sering terjadi yaitu phishing, di mana pelaku kejahatan menggunakan situs palsu untuk mencuri data pribadi atau informasi keuangan konsumen, produk tidak sesuai deskripsi, seperti barang palsu, produk berkualitas rendah, atau tidak sesuai dengan gambar, serta barang yang tidak dikirimkan setelah pembayaran dilakukan.¹⁰

Penipuan seperti ini tidak hanya merugikan konsumen secara finansial tetapi juga mengurangi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap *e-commerce*. Contoh kasus dapat dilihat dari laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Kominfo mencatat bahwa dari 2017 hingga 2024 terdapat 405.000 laporan penipuan transaksi *online*, dengan 13,1% di antaranya terjadi di sektor *e-commerce* pada tahun 2023.¹¹ Ini menunjukkan bahwa penipuan digital masih menjadi ancaman signifikan dalam ekosistem perdagangan elektronik di Indonesia.

Selanjutnya, keterlambatan pengiriman barang menjadi salah satu keluhan konsumen yang kerap terjadi dalam transaksi jual beli *online*. Permasalahan ini biasanya dipicu oleh kendala logistik, terutama selama periode promo besar seperti Hari Belanja *Online* Nasional

⁹ Java Creativity dan dedik kurniawan, *Panduan Cerdas Jual Beli Online*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 45-50.

¹⁰ Mohammad Gana Firman Mahendra, "Bahaya *Scam* Di Era *Digital*: Waspada Penipuan *Online* yang Merugikan", <https://informatics.uii.ac.id/2024/11/03/bahaya-scam-di-era-digital-waspada-penipuan-online-yang-merugikan/> (diakses 16 Januari 2025).

¹¹ Sucipto, "Kemenkominfo Catat 405.000 Laporan Penipuan Transaksi Online Sepanjang 2017-2024", <https://nasional.sindonews.com/newsread/1419745/13/kemenkominfo-catat-405000-laporan-penipuan-transaksi-online-sepanjang-2017-2024-1721524077> (diakses 16 Januari 2025).

(Harbolnas). Pada saat promo besar berlangsung, lonjakan pesanan sering kali tidak diimbangi dengan kapasitas pengiriman yang memadai dari jasa logistik. Akibatnya, barang yang seharusnya diterima konsumen tepat waktu menjadi tertunda, bahkan hingga berminggu-minggu.¹²

Kurangnya Transparansi Informasi. Masalah transparansi informasi juga menjadi hambatan utama dalam jual beli *online*. Banyak pelaku usaha yang tidak memberikan informasi produk secara lengkap, seperti spesifikasi barang, kondisi produk, kebijakan pengembalian, atau informasi garansi. Hal ini sering kali menyebabkan konsumen merasa dirugikan, terutama ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi mereka.¹³ Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jujur, dan lengkap terkait barang atau jasa yang diperdagangkan. Namun, implementasi aturan ini di lapangan masih lemah. Platform *e-commerce* perlu memperketat kebijakan untuk memastikan semua penjual memberikan informasi produk yang jelas dan transparan.

Penyalahgunaan data pribadi menjadi ancaman serius bagi konsumen dalam transaksi *online*. Kebocoran data seperti alamat, nomor telepon, hingga informasi pembayaran sering kali terjadi akibat lemahnya perlindungan data oleh *platform e-commerce*. Data konsumen yang bocor kerap dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk kejahatan, seperti penipuan, pencurian identitas, atau spam. Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), *platform e-commerce* wajib menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) juga mengatur bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas keamanan data yang mereka kelola. Namun, banyak *platform e-commerce* yang belum sepenuhnya mematuhi ketentuan ini, sehingga konsumen tetap rentan terhadap ancaman penyalahgunaan data.¹⁴

Beberapa faktor utama yang menyebabkan permasalahan-permasalahan dalam jual beli *online* terjadi adalah kurangnya regulasi yang spesifik. Meskipun telah ada beberapa

¹² Muhammad Rasyid Ridho, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Keterlambatan Barang Jual Belin *Online* Pada Aplikasi Blibli Menurut Perundang-Undangan", Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (2024): 75-80.

¹³ Rosianna Evanesa Sihombing, et al., "Perlindungan Konsumen dalam *E-Commerce* Di Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan)", *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora* vol.1, no.6 (2024): 64, <https://journal.appihi.or.id/index.php/Aliansi/article/download/539/825/2940> (diakses 16 Januari 2025).

¹⁴ *Ibid.*

peraturan terkait perdagangan elektronik, seperti UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE, implementasi regulasi ini belum optimal. Masih diperlukan pengawasan yang lebih ketat untuk memastikan semua pihak mematuhi aturan. Kemudian, rendahnya literasi digital Kkonsumen. Banyak konsumen yang belum memiliki pemahaman cukup tentang risiko dalam transaksi *online*. Rendahnya literasi digital ini membuat konsumen lebih rentan menjadi korban penipuan atau penyalahgunaan data. Lalu minimnya pengawasan *platform*. *Platform e-commerce* sering kali gagal memantau aktivitas penjual secara menyeluruh. Hal ini memungkinkan adanya praktik penipuan, penjualan produk palsu, atau penyalahgunaan data oleh pihak ketiga.¹⁵

2. Perlindungan Hukum Permasalahan Dalam Jual Beli *Online* di Era Digital

Permasalahan dalam jual beli *online* membutuhkan perhatian serius, terutama dari aspek perlindungan hukum. Di era digital, transaksi *online* yang semakin masif telah memunculkan berbagai risiko yang merugikan konsumen, seperti penipuan, kurangnya transparansi informasi, dan penyalahgunaan data pribadi. Untuk menjawab tantangan ini, pemerintah Indonesia telah mengatur beberapa regulasi yang bertujuan melindungi konsumen dalam ekosistem *e-commerce*. Salah satu regulasi utama adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Pada Pasal 4, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi serta jaminan barang atau jasa yang mereka beli. Selain itu, Pasal 7 mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar terkait produknya, sekaligus menjamin mutu barang atau jasa yang diperdagangkan. Hal ini penting untuk mencegah penipuan dan memberikan rasa aman kepada konsumen saat bertransaksi secara *online*.

Selain itu, UU ITE juga memberikan landasan hukum untuk perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Pasal 28 Ayat (1) secara tegas melarang penyebaran informasi palsu yang dapat merugikan konsumen, sementara Pasal 30 memberikan perlindungan atas kerahasiaan dan keamanan data elektronik. Regulasi ini sangat relevan dalam mencegah penyalahgunaan data konsumen yang sering terjadi akibat lemahnya sistem keamanan *platform e-commerce*.

¹⁵ Cleopatra Martina Hauliani, "Faktor-Faktor Yang Menjadi Penyebab Timbulnya Wanprestasi Dalam Transaksi E-Commerce", *Privat Law* vol.10, no.2 (2022): 218-224, <https://jurnal.uns.ac.id/privatlaw/article/download/65061/36680> (diakses 17 Januari 2025)

Selanjutnya, PP PMSE menambahkan pengaturan spesifik mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam perdagangan online. Pasal 15 menyebutkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan data yang lengkap dan akurat mengenai barang atau jasa yang mereka tawarkan. Pasal 21, di sisi lain, mewajibkan *platform e-commerce* untuk melindungi data pribadi konsumen agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, diperlukan kolaborasi dari berbagai pihak. Pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan regulasi yang lebih spesifik dan adaptif terhadap dinamika perdagangan digital. Regulasi tambahan dapat memastikan perlindungan konsumen yang lebih kuat, terutama terkait penipuan, keterlambatan pengiriman, dan penyalahgunaan data pribadi.

Edukasi konsumen juga menjadi langkah yang tak kalah penting. Kampanye literasi digital harus terus ditingkatkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai risiko e-commerce, seperti mengenali modus penipuan digital, memahami hak-hak mereka sebagai konsumen, dan memilih platform yang terpercaya.¹⁶

Di sisi lain, *platform e-commerce* harus mengambil langkah proaktif dengan meningkatkan sistem keamanan dan transparansi layanan mereka. Penggunaan teknologi canggih seperti enkripsi data dan verifikasi dua langkah dapat membantu melindungi informasi konsumen. Selain itu, platform harus memastikan bahwa penjual yang terdaftar memberikan informasi produk yang lengkap dan akurat, sehingga konsumen dapat mengambil keputusan secara tepat.¹⁷ Melalui sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen, diharapkan permasalahan dalam jual beli *online* dapat diminimalisir. Hal ini akan menciptakan ekosistem perdagangan digital yang lebih aman, terpercaya, dan sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan hukum.

KESIMPULAN

Permasalahan dalam jual beli *online* di era digital mencakup penipuan digital, keterlambatan pengiriman, kurangnya transparansi informasi, dan penyalahgunaan data pribadi. Penipuan sering terjadi melalui modus phishing, produk tidak sesuai deskripsi, atau barang yang tidak dikirim setelah pembayaran, yang mengurangi kepercayaan konsumen. Keterlambatan pengiriman sering kali terjadi selama promo besar seperti Harbolnas akibat kendala logistik. Transparansi informasi yang kurang membuat konsumen sering merasa

¹⁶ Rosianna Evanesa Sihombing, et al., *Op.Cit.*, hlm. 66.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 67-68.

dirugikan karena produk yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi. Selain itu, kebocoran data pribadi menjadi ancaman serius, yang memicu risiko penyalahgunaan. Faktor-faktor penyebabnya antara lain kurangnya regulasi yang spesifik, rendahnya literasi digital konsumen, dan minimnya pengawasan dari *platform e-commerce*. Permasalahan dalam jual beli *online*, seperti penipuan, kurangnya transparansi informasi, dan penyalahgunaan data pribadi, memerlukan perhatian serius dari aspek perlindungan hukum. Pemerintah Indonesia telah mengatur berbagai regulasi, termasuk UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP PMSE, untuk melindungi hak-hak konsumen, menjamin keamanan transaksi, dan mencegah penyalahgunaan data. Selain itu, upaya kolaboratif antara pemerintah, *platform e-commerce*, dan konsumen diperlukan untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman. Langkah-langkah seperti penyusunan regulasi yang adaptif, peningkatan literasi digital, dan penerapan teknologi keamanan oleh *platform* dapat membantu meminimalkan risiko serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap transaksi *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Cleopatra Martina Hauliani, (2022), "Faktor-Faktor Yang Menjadi Penyebab Timbulnya Wanprestasi Dalam Transaksi E-Commerce", *Privat Law* vol.10, no.2, 218-224, <https://jurnal.uns.ac.id/privatlaw/article/download/65061/36680> (diakses 17 Januari 2025).
- Erlina Permata Sari, et al., (2022), "Fenomena Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Baru Berdasarkan Kajian Space Transition Theory", *Deviance Jurnal Kriminologi* vol.6, no.2, 1600, <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/deviance/article/download/1882/1272> (diakses 16 Januari 2025).
- Erwin Permana, et al., (2024), "Analisis Kepuasan Generasi Z Terhadap Layanan E-Commerce", *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak* vol.1, no.2, 337-339, <https://ejournal.areas.or.id/index.php/JIEAP/article/download/312/527/1742> (diakses 16 Januari 2025).
- Java Creativity dan Dedik Kurniawan. (2013). *Panduan Cerdas Jual Beli Online*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Lutfiyana, A, (2021), "Online Buying and Selling Fraud in Indonesia and Its Criminal Law Enforcement", *Law Research Review Quarterly* vol.7, no.1, 53-68.
- Mohammad Gana Firman Mahendra, "Bahaya Scam Di Era Digital: Waspadai Penipuan Online yang Merugikan", <https://informatics.uui.ac.id/2024/11/03/bahaya-scam-di-era-digital-waspadai-penipuan-online-yang-merugikan/> (diakses 16 Januari 2025)
- Mufidah, et al., (2023), "Pola Konsumsi Generasi Z Dalam Menggunakan E-Commerce Platform Pada Masa Pandemi Covid-19", *Journal Of Islamic Economics* vol.2, no.25, 13.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*, Nusa Tenggara Barat: Mataram University Press.

- Muhammad Rasyid Ridho, (2024), "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Keterlambatan Barang Jual Belin Online Pada Aplikasi Blibli Menurut Perundang-Undangan", Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 75-80.
- Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. (2017). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*, Banjarmasin: Antasari Press.
- Rosianna Evanesa Sihombing, et al., (2024), "Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce Di Indonesia (Hambatan Penerapan Regulasi Antara Penerapan Dan Pengawasan", *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora* vol.1, no.6, 64, <https://journal.appihi.or.id/index.php/Aliansi/article/download/539/825/2940> (diakses 16 Januari 2025).
- Sucipto, "Kemenkominfo Catat 405.000 Laporan Penipuan Transaksi Online Sepanjang 2017-2024", <https://nasional.sindonews.com/newsread/1419745/13/kemenkominfo-catat-405000-laporan-penipuan-transaksi-online-sepanjang-2017-2024-1721524077> (diakses 16 Januari 2025)
- Wisnu Rayhan Adhitya, et al., (2024), "Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian", *TIN: Terapan Informatika Nusantara* vol.5, no.1, 63, <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/tin/article/download/5293/2813/> (diakses 16 Januari 2025).