

Muhammad Yusuf Ibrahim

by Turnitin Maya Ayu

Submission date: 19-Oct-2020 06:54PM (UTC+1100)

Submission ID: 1392642488

File name: ransaksi_Electronic_Commerce_Terhadap_Perlindungan_Konsumen.docx (136.54K)

Word count: 1767

Character count: 19142

Penerapan Hukum Transaksi *Electronic Commerce* Terhadap Perlindungan Konsumen

Oleh : Muhammad Yusuf Ibrahim, S.H., M.H.* 1

ABSTRAK

Kegiatan perdagangan di masyarakat telah berkembang sangat pesat. Hal tersebut dipengaruhi salah satunya dengan berkembangnya teknologi yang berbasis internet yang dikenal dengan nama *E-commerce*. *E-commerce* merupakan bentuk perdagangan yang mempunyai karakteristik tersendiri yaitu perdagangan yang melintasi batas negara, tidak bertemunya penjual dan pembeli, media yang dipergunakan internet. Kondisi tersebut di satu sisi sangat menguntungkan konsumen, karena mempunyai banyak pilihan untuk mendapatkan barang dan jasa tetapi di sisi lain pelanggaran akan hak - hak konsumen sangat riskan terjadi karena karakteristik *E-commerce* yang khas. Maka dari itu sangat diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *E-commerce*.

Dalam penelitian ini diangkat menjadi dua permasalahan yaitu bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, kedua bagaimana penyelesaian sengketa yang diatur di Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Metodologi yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif karena merupakan penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif.

Kata kunci : Perlindungan konsumen, transaksi *E-commerce*.

1. PENDAHULUAN

3 Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan semakin derasnya lalu lintas informasi. Akibatnya, akses terhadap informasi dan komunikasi semakin mudah didapatkan oleh setiap orang tanpa ada hambatan ruang dan waktu. Globalisasi dalam dunia ekonomi khususnya dunia perdagangan adalah salah satu aspek kehidupan yang mendapatkan imbas dari kehadiran media komunikasi yang cepat dan handal sehingga aktivitas bisnis di berbagai negara akan meningkat. Kegiatan perdagangan di masyarakat telah berkembang sangat pesat. Hal tersebut

* Muhammad Yusuf Ibrahim, Dosen Tetap Yayasan Fakultas Hukum Universitas Abdurachman Saleh Situbondo.

dipengaruhi salah satunya dengan berkembangnya teknologi yang berbasis internet yang dikenal dengan nama *e-commerce*.

E-commerce merupakan bentuk perdagangan yang mempunyai karakteristik tersendiri yaitu perdagangan yang melintasi batas negara, tidak bertemunya penjual dan pembeli, media yang dipergunakan internet. Kondisi tersebut di satu sisi sangat menguntungkan konsumen, karena mempunyai banyak pilihan untuk mendapatkan barang dan jasa tetapi di sisi lain pelanggaran akan hak-hak konsumen sangat riskan terjadi karena karakteristik *e-commerce* yang khas. Maka dari itu sangat diperlukan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dengan Undang - undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang - undang ini diharapkan dapat menjamin kepastian hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi *e-commerce*.

Sehubungan dengan hal tersebut, diangkat dua permasalahan yang pertama bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, kedua bagaimanakah penyelesaian sengketa yang diatur di Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Metodologi yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan pendekatan normatif karena merupakan penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif.

2. KONSUMEN

Undang - Undang Perlindungan Konsumen menyatakan, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.

Macam-macam konsumen:

1. Konsumen Komersial (*commercial consumer*)
Setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
2. Konsumen Antara (*intermediate consumer*)
Setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
3. Konsumen Akhir (*ultimate consumer/end user*)
Setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.

Pasal 4 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 menyatakan hak konsumen adalah:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- d. Hak untuk mendapat pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan kewajiban konsumen adalah sebagai berikut:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pengertian pelaku usaha adalah seperti yang dimaksud dalam pasal 1 angka (3) UUPK, yaitu setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama – sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Hak pelaku usaha tercantum dalam Pasal 6 Undang – Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang - undang lainnya.

Kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 7 Undang - Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a. beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. memberikan informasi yang baik, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. 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 diperdagangkan.
- f. memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

Pasal 1 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

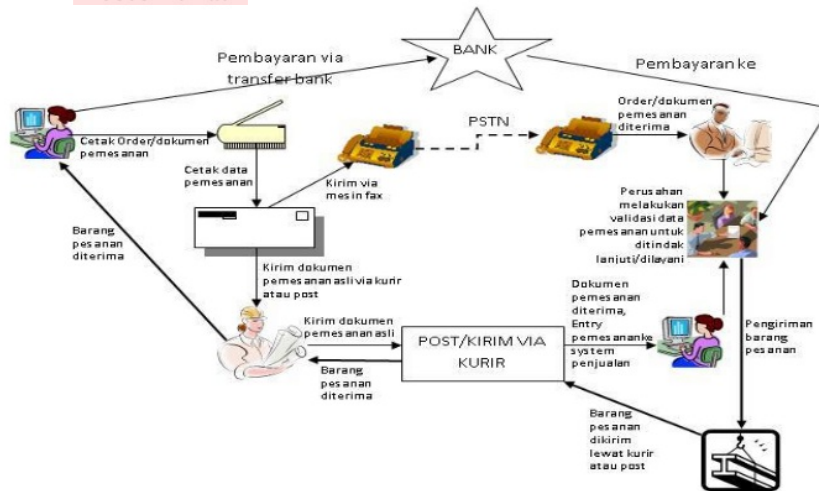
E-Commerce merupakan kegiatan yang meliputi tukar menukar informasi (*information sharing*), iklan (*advertising*), dan transaksi (*transacting*).

Sifat dan karakteristik *e-commerce* yakni:

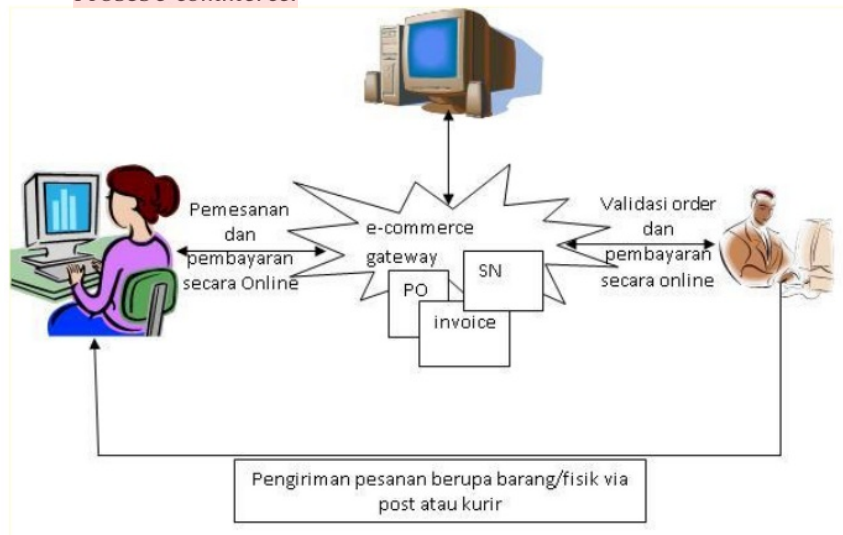
- a. transparan
- b. interaktif
- c. cepat

Secara sederhana perbedaan antara proses perdagangan secara manual dengan menggunakan *e-commerce* dapat digunakan sebagai berikut :

1
Proses manual:



Proses e-commerce:



Menurut Joseph Luhukay (Presiden Director, Capital Market Society) sebagaimana dikutip oleh majalah Infokomputer edisi Oktober 1999, keuntungan bagi pedagang (*merchant*) antara lain:

1. dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan (*banner*), membuka *cybermall*, dan sebagainya.
2. Menurunkan biaya operasional. Berhubungan langsung dengan pelanggan melalui internet dapat menghemat kertas dan biaya

telepon, tidak perlu menyiapkan tempat ruang pameran (*outlet*), staf operasional yang banyak, gudang yang besar dan sebagainya.

3. Melebarkan jangkauan (*global reach*). Pelanggan dapat menghubungi perusahaan/penjual dari manapun diseluruh dunia.
4. waktu operasional tidak terbatas. Bisnis melalui internet dapat dilakukan selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu.
5. pelayanan ke pelanggan lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya.

Keuntungan bagi pembeli, antara lain :

1. *home shopping*. Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi.
2. mudah melakukan. Tidak perlu pelatihan khusus untuk bias belanja atau melakukan transaksi melalui internet.
3. pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya.
4. tidak dibatasi waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu.
5. pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di *outlet-outlet* atau pasar tradisional.

3. **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE**

Perlindungan hukum melalui ketentuan perundang-undangan merupakan sarana yang paling efektif digunakan mengingat perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua belah pihak dalam membuat perjanjian serta pemerintah melalui perangkatnya dapat memaksakan pemberlakuan undang-undang tersebut. Dalam usaha-usaha untuk mencegah terjadinya kerugian bagi konsumen, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Pemberdayaan Konsumen.

Sehubungan dengan pemberdayaan konsumen terdapat ketentuan pada Pasal 29 ayat (1) UUPK, tentang pembinaan konsumen adalah sebagai berikut: "Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha".

2. Pengawasan dan perlindungan pemerintah maupun badan yang terkait. Tanggung jawab pengawasan dan perlindungan, telah ditegaskan di dalam:

- 1) Pasal 30 ayat (1) dan (4) UUPK bahwa pengawasan atas upaya perlindungan konsumen yaitu melalui pemberdayaan setiap unsur yang ada baik pengawasan dari masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) serta pemerintah melalui menteri dan/atau menteri teknis yang terkait. Pengawasan yang dilakukan pemerintah

melalui menteri dan/atau menteri teknis serta Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu barang dan/ atau jasa yang tidak memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang beredar dipasaran.

2) Pasal 40 ayat (2) UUIITE, adalah sebagai berikut:

“Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

4. PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN SECARA LITIGASI

Sengketa konsumen disini dibatasi pada perkara-perkara perdata. Penyelesaian sengketa konsumen secara “litigasi” adalah merupakan penyelesaian sengketa melalui pengadilan, sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat (1) dan Pasal 48 UUPK, yang menyatakan sebagai berikut :

Pasal 45 ayat (1) UUPK

Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum.

Pasal 48 UUPK

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

Dan ditegaskan dalam Pasal 38 ayat (1) dan Pasal 29 (1) UUIITE, menyatakan sebagai berikut:

Pasal 38 ayat (1) UUIITE

Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan / atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.

Pasal 29 ayat (1) UUIITE

Gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan.

5. PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DILUAR PENGADILAN

Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan di selenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen (Pasal 47 UUPK).

Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur non litigasi digunakan untuk mengatasi keberlikuan proses pengadilan, dalam Pasal 45 ayat 4 UUPK disebutkan bahwa “jika telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya itu dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa”.

Jalur non litigasi adalah merupakan mekanisme penyelesaian sengketa diluar pengadilan dengan cara menggunakan mekanisme yang hidup dalam masyarakat seperti halnya, secara musyawarah, perdamaian, kekeluargaan dan sebagainya. Pada dewasa ini cara yang sekarang berkembang dan diminati oleh para pelaku bisnis adalah melalui lembaga ADR (*Alternative Dispute Resolution*).

Adapun bentuk-bentuk penyelesaian sengketa konsumen “non litigasi”, dalam Pasal 52 huruf (a) UUPK adalah arbitrase, konsiliasi, dan mediasi.

Macam-macam mekanisme penyelesaian sengketa:

1. Arbitrase, menurut Pasal 1 UU No. 30 Tahun 1999, arbitrase adalah merupakan cara penyelesaian suatu sengketa perdata diluar pengadilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.
2. Konsiliasi (pemufakatan) merupakan bentuk penyelesaian sengketa dengan intervensi pihak ketiga (konsiliator), dimana konsiliator lebih bersifat aktif, dengan mengambil inisiatif menyusun dan merumuskan langkah-langkah penyelesaian, yang selanjutnya diajukan dan ditawarkan kepada pihak yang bersengketa.
3. Mediasi (penengahan) merupakan proses negosiasi pemecahan masalah di mana pihak ketiga (mediator) yang tidak memihak (*impartial*) bekerja sama dengan pihak yang bersengketa untuk membantu memperoleh kesepakatan perjanjian dengan memuaskan, yang kedudukannya hanya sebagai penasihat, tidak berwenang untuk memberi keputusan untuk menyelesaikan perselisihan tersebut.
4. Negosiasi pada umumnya dipakai untuk suatu pembicaraan tau perundingan dengan tujuan mencapai kesepakatan antara para peserta tentang hal yang dirundingkan.

Pasal 1 angka 11 UUPK menyebutkan bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. BPSK dibentuk oleh pemerintah tingkat II (kabupaten/kota) untuk penyelesaian sengketa diluar pengadilan (pasal 49 ayat 1 UUPK). Sebagai badan penyelesaian konsumen diluar pengadilan, maka putusan BPSK bersifat final dan mengikat, tanpa upaya banding dan kasasi (pasal 54 ayat 3 UUPK).

6. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan atas permasalahan diatas, maka *E-commerce* pada dasarnya adalah kegiatan perdagangan yang menggunakan media elektronik. Kedudukan *e-commerce* dalam hukum Indonesia terletak dalam bidang hukum perdata sebagai subsistem dari hukum perjanjian, maka *e-commerce* memiliki asas-asas yang sama dengan hukum perjanjian pada umumnya seperti asas keseimbangan, asas manfaat, asas keadilan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, dan asas kepastian hukum. Undang - Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) telah mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli

barang melalui *e-commerce*, perlindungan hukum tersebut terlihat dalam ketentuan - ketentuan pasal 29 ayat (1) UUPK, pasal 30 ayat (1) dan pasal (4) UUPK, dan pasal 40 ayat (2) UU ITE. Dimana peraturan tersebut telah mengatur tentang hak-hak konsumen, permasalahan klasula bakudan mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa yang dapat dijadikan acuan bagi obyek dalam transaksi *e-commerce*.

Sedangkan, Penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce* adalah Penyelesaian sengketa konsumen litigasi/pengadilan berdasarkan ketentuan pasal 45 ayat (1) dan pasal 48 ayat (1) UUPK dan ditegaskan pula dalam pasal 29 ayat (1) dan pasal 38 ayat (1) UUIE, serta Penyelesaian sengketa konsumen secara non litigasi yang diatur pada ketentuan pasal 52 huruf (a) UUPK adalah arbitrase, konsiliasi, dan mediasi. Jalur non litigasi adalah merupakan mekanisme penyelesaian sengketa diluar pengadilan dengan cara menggunakan mekanisme yang hidup dalam masyarakat seperti halnya secara musyawarah, perdamaian, kekeluargaan dan sebagainya. Pada dewasa ini cara yang sekarang berkembang dan diminati oleh para pelaku bisnis adalah melalui lembaga ADR (*Alternative Dispute Resolution*). Menurut Didik M Arief macam-macam mekanisme penyelesaian sengketa ada 4 yaitu: arbitrase, konsiliasi, mediasi, dan negosiasi.

7. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yoda, 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Bambang Sunggono, 1996. *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, 2005. *Cyber Law "Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama: Bandung.
- Huala Adolf, 2006. *Hukum Perdagangan Internasional*, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Mariam Darus, 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Niniek Suparni, 2009. *Cyberspace "Problematika dan Antisipasi Pengaturannya"*. Sinar Grafika: Jakarta.
- Nasution AZ, 1995. *Konsumen dan Hukum, Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan: Jakarta.
- Onno Purbo dan Wahyudi, 2000. *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo: Jakarta.

Shinta Dewi, 2009. *Cyber Law "Perlindungan Pivasi Atas Informasi Pribadi E-Commerce Menurut Hukum Internasional"*, Widya Padjadjaran: Bandung.

Peter Mahmud Marzuki, 2005. *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group: Surabaya.

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 1990. *Penelitian Hukum Noormatif suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali Press: Jakarta.

Shidarta, 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta.

Zulham, 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana: Jakarta.

Website

<http://adimanpangaribuan.blogspot.co.id>, diakses pada tanggal 8 Februari 2016, pukul 08.00 wib.

<http://akbartrio.blogspot.co.id>, diakses pada tanggal 13 April 2016, pukul 20.00 wib.

<http://butonlondon.blogspot.com>, diakses pada tanggal 28 April 2016, pukul 20.48 wib.

<http://id.wikipedia.org>, diakses pada tanggal 5 Februari 2016, pukul 09.00 wib.

<http://kesimpulanasas.com>, diakses pada tanggal 28 Maret 2016, pukul 17.10 wib.

<http://landasanteori.com>, diakses pada tanggal 5 Februari 2016, pukul 11.00 wib.

<http://perjanjianonline.com>, diakses pada tanggal 14 April 2016, pukul 21.00 wib.

<http://pojokhukum.blogspot.com>, diakses pada tanggal 28 Maret 2016, pukul 20.13 wib.

<http://seputarpengetahuan.com>, diakses pada tanggal 8 Februari 2016, pukul 10.00 wib.

<http://yurindra.wordpress.com>, diakses pada tanggal 19 April 2016, pukul 07.44 wib.

<http://ibmpujasnjaya.wordpress.com>, diakses pada tanggal 19 April 2016, pukul 07.53 wib.

<http://wonkdermayu.wordpress.com>, diakses pada tanggal 19 April 2016, pukul 15.55 wib.

Peraturan Perundang-undangan
Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Muhammad Yusuf Ibrahim

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	9%
2	id.scribd.com Internet Source	1%
3	www.journal.unrika.ac.id Internet Source	1%
4	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off