

# **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN AKIBAT KERUGIAN YANG DITIMBULKAN OLEH PELAKU USAHA TOKO ONLINE DIINSTAGRAM\***

Oleh

Ni Made Dewi Intan Lestarini\*\*  
Dewa Nyoman Rai Asmara Putra\*\*\*

Program Kekhususan Hukum Bisnis  
Fakultas Hukum Universitas Udayana

## **ABSTRAK**

Manusia sebagai makhluk *Economicus* memiliki kebiasaan untuk selalu memenuhi kebutuhannya secara terus-menerus. Manusia saat ini dapat melakukan transaksi secara elektronik (*e-commerce*), hal ini memudahkan manusia dalam membeli suatu barang. Semakin berkembangnya teknologi, maka munculah suatu aplikasi *instagram*, dalam aplikasi tersebut manusia dapat memposting foto maupun video, didalam aplikasi tersebut pelaku usaha toko online juga dapat menawarkan barang kepada konsumen secara *online*. Kemajuan teknologi dalam bidang transaksi *online* memiliki dampak yang baik maupun buruk. Sehingga hal ini memungkinkan pelaku usaha toko online yang nakal dapat sewaktu-waktu membodohi konsumen yang tidak bertemu secara langsung dengan cara memberikan pernyataan informasi yang salah yang mengakibatkan kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online diinstagram.

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode empiris dengan melihat kesenjangan dari berlakunya teori dengan praktek yang terjadi didalam lingkungan masyarakat, dengan menggunakan pendekatan fakta (*The fact approach*) untuk melihat fakta yang ada kemudian dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan.

Hasil penelitian menunjukkan pelaku usaha toko online *diinstagram* dapat mempertanggungjawabkan kesalahannya dengan cara membayar ganti rugi maupun musyawarah agar mencapai mufakat. Tujuan dari penulisan jurnal ini adalah agar dapat mengetahui pertanggungjawaban yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha toko online dan bagaimana cara penyelesaiannya.

**Kata kunci : transaksi, Instagram, konsumen**

---

\* Karya Ilmiah ini merupakan karya ilmiah diluar ringkasan Skripsi.

\*\*Ni Made Dewi Intan Lestarini adalah mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Udayana, Korespondensi: Dewiintan19@yahoo.com

\*\*\* Dewa Nyoman Rai Asmara Putra adalah Dosen Fakultas Hukum Universitas Udayana.

## **ABSTRACT**

*Humans as Economic creatures have the habit of always meeting their needs continuously. Humans can now conduct transactions electronically (e-commerce), this makes it easier for humans to buy an item. Increasingly developing technology, then comes an Instagram application, in which applications people can post photos or videos, in the application the online store business can also offer goods to consumers online. Technological advances in the field of online transactions have both good and bad impacts. So that this allows naughty online store business people to fool consumers who do not meet in person by giving the wrong information statement which results in losses incurred by online shopkeepers in the diagram.*

*The method used in this writing is an empirical method by looking at the gap from the enactment of the theory with practice that occurs within the community, by using a fact approach (The fact approach) to see the facts that are then linked to legislation.*

*The results of the study show that online store business players in the diagram can account for their mistakes by paying compensation and deliberation to reach consensus. The purpose of writing this journal is to be able to find out the accountability that can be done by online store business actors and how to solve it.*

**Keyword : transaction, Instagram, consumers**

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manusia sebagai makhluk individu memiliki kehidupan menyendiri namun manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat melepaskan dirinya dari kelompok masyarakat. Sebagai individu manusia tidak dapat melakukan sesuatu yang diinginkannya hanya dalam perseorangan.<sup>1</sup> Perubahan perilaku masyarakat tersebut dapat dilihat dalam berbagai sektor- sektor perkembangan yang ada. Masyarakat Indonesia tidak akan pernah lepas dengan kebutuhan sehari- harinya. Sehingga manusia

---

<sup>1</sup> C.S.T. Kasil, 1986, *Pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka, h. 29.

disebut dengan makhluk *Economicus* yang berarti manusia tidak akan pernah puas dengan apa yang mereka beli dan akan terus melakukannya demi memenuhi segala kebutuhan sehari-harinya tersebut.

Indonesia merupakan salah satu Negara yang menjanjikan dalam pasaran berbisnis secara *online*, aktivitas – aktivitas perdagangan yang ada dalam media elektronik disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)* atau transaksi elektronik. *E-commerce* diketahui dibagi menjadi 2 (dua) segmen diantaranya yaitu, *bussines to bussines e-commerce* (perdagangan antara pelaku usaha dengan konsumen) dan *bussines to consumer e-commerce* (pedagangan antara pelaku usaha dengan konsumen). Media elektronik merupakan salah satu pengantar para pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi secara *online*, Pada jaman era globalisasi ini terdapat banyak sekali media *online* yang dapat digunakan sebagai media perdagangan secara *online* yang salah satunya aplikasi yang dapat digunakan adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi yang membagikan gambar dan video, didalam aplikasi tersebut pihak pelaku usaha menjual dagangannya dimedia *Instagram* dengan cara memposting foto-foto dagangan mereka dan kemudian postingan foto- foto tersebut dilihat oleh para pengikut mereka di *Instagram* atau yang lebih dikenal dengan istilah *followers*. *Followers* inilah yang disebut sebagai para konsumen yang berbelanja secara *online*. Transaksi jual- beli *online* ini diatur didalam Undang –undang No. 19 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE), dimana didalam UU ITE pasal 17 ayat (1) menyatakan bahwa “penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat”. UU ITE memberikan

kekuasaan pelaku usaha toko online dan konsumen melakukan transaksi secara *online*. Undang – undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (selanjutnya disingkat UUPK) tidak menjelaskan dengan tegas bagaimana dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dapat dipertanggung jawabkan oleh pelaku usaha toko online.

Fakta yang sering sekali dijumpai dalam hal bertransaksi secara *online* yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen adalah, Kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online tersebut diantaranya adalah ketidaksesuaian barang yang pada saat diposting di *Instagram* dengan apa yang diterima berbeda baik dari jenis maupun kualitas dari Barang tersebut. Misalnya Pakaian, di *Instagram* dicantumkan bagaimana deskripsi bahan dari pakaian, ukurannya tetapi yang didapatkan konsumen ternyata berbeda dari yang sudah dijelaskan dalam deskripsi tersebut. Hal ini terjadi akibat dari kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online demi meningkatkan penjualan pakaian tersebut. Timbulnya kelalaian dalam bertransaksi secara *online* saat ini membuat terjadinya kesenjangan antara peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai bagaimana transaksi *online* tersebut dengan kenyataan yang ada di masyarakat. Maka dari itu tanggung jawab pelaku usaha toko online tersebut perlu diperhatikan, hal itulah yang menyebabkan saya mengangkat judul “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN AKIBAT KERUGIAN YANG DITIMBULKAN OLEH PELAKU USAHA TOKO ONLINE DIINSTAGRAM”

## **1.2 Rumusan masalah**

Dalam uraian latar belakang yang dipaparkan diatas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pelaku usaha toko online tersebut dapat dipertanggungjawabkan atas kerugian yang ditimbulkan dari transaksi secara *online* ?
2. Bagaimana cara penyelesaian pertanggungjawaban kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online terhadap para konsumen *diInstagram*?

### **1.3 Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan yang dicari dari penulisan tulisan ini ialah agar mengetahui bagaimana pertanggung jawaban kerugian-kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online dalam melaksanakan transaksi secara *online* serta apa saja perlindungan yang dilakukan demi melindungi konsumen dalam UUPK.

## **II. PEMBAHASAN**

### **2.1 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penulisan jurnal ini ialah jenis penelitian hukum empiris dengan menggunakan objek kajian membandingkan ketentuan hukum normatif (undang-undang) dengan implementasinya pada setiap peristiwa hukum yang terjadi di lingkungan masyarakat sehingga penelitian ini meliputi kesenjangan dalam teori dengan prakteknya dalam masyarakat, Dengan menggunakan pendekatan fakta (*The Fact Approach*) artinya pendekatan ini melihat fakta yang ada dimasyarakat dan kemudian dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan.<sup>2</sup>

### **2.2 Pembahasan**

#### **2.2.1 Pertanggungjawaban pelaku usaha toko online yang ditimbulkan dari transaksi *online* ditinjau dari Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**

---

<sup>2</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Jakarta, kencana, h.93.

Perkembangan era globalisasi saat ini membuat kemajuan teknologi juga semakin canggih, pada era ini kemajuan teknologi didukung dengan berbagai fitur aplikasi yang memudahkan seluruh orang berkomunikasi dengan jarak jauh. Dampak positif dari berkembangnya kemajuan teknologi membuat pelaku usaha toko online dengan mudah dapat menawarkan barang dengan konsumen. Masyarakat Indonesia memiliki daya konsumtif yang cukup besar apabila dibandingkan dengan negara-negara yang ada di Negeri ini. Proses perubahan pola kehidupan masyarakat di negara berkembang yaitu dimana pola kehidupan yang dulunya adalah masyarakat agraris lambat laun berubah menjadi negara industri. Hal ini juga terpengaruh oleh adanya perkembangan teknologi yang ada pada zaman ini, majunya teknologi menyebabkan pula majunya peningkatan volume produksi barang yang dibutuhkan.<sup>3</sup>

Transaksi elektronik (*e-commerce*) saat ini memang sedang *booming* dikalangan masyarakat. *E-commerce* sendiri dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu bentuk suatu transaksi perdagangan maupun perniagaan dengan menggunakan media elektronik. Didalam transaksi elektronik (*e-commerce*) pelaku usaha toko online dengan konsumen diketahui tidak bertemu secara langsung hal inilah yang menyebabkan sesuatu hal yang baik maupun buruk bisa terjadi didalam melakukan transaksi secara *online* tersebut.<sup>4</sup>

Didalam Pasal 1 angka (1) UUPK menyatakan definisi dari perlindungan konsumen tersebut yaitu “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum

---

<sup>3</sup> Celina tiwi Siwi Kristiyanti, 2011, “*Hukum Perlindungan konsumen*”, Jakarta, Sinar Grafika, h. 3-4.

<sup>4</sup> Riyeke Ustadiyanto, 2001, *Framework e-Commerce*, Yogyakarta, Andi Offset, h.139.

untuk memberi perlindungan kepada konsumen” berdasarkan ketentuan diatas konsumen mendapatkan perlindungan hukum dalam melakukan transaksi perdagangan barang yang diketahui didalam melakukan transaksi jual – beli perdagangan maupun perniagaan dibutuhkan setidaknya 2 (dua) pihak yang melakukannya, 2 (dua) pihak yang dimaksud adalah pihak pertama yaitu penyelenggara perdagangan dan perniagaan tersebut yang menyajikan barang, dan pihak kedua yang dimaksudkan adalah para pengguna barang yang disediakan oleh penyelenggara perdagangan dan perniagaan tersebut.

Pertanggung jawaban yang didapatkan oleh konsumen seharusnya dibebankan oleh pelaku usaha toko online yang menyebabkan suatu kerugian akibat kesalahan maupun kelalaian<sup>5</sup> yang diakibatkan oleh pelaku usaha toko online tersebut. Perlindungan Konsumen memiliki istilah yang berkaitan dengan perlindungan hukum, oleh karena itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum.<sup>6</sup> Perlindungan hukum merupakan perlindungan yang diberikan hukum terkait mengenai hak dan kewajiban manusia<sup>7</sup>. Didalam Pasal 4 UUPK yaitu mengenai suatu hak atas kenyamanan, maupun keamanan yang didapatkan oleh para konsumen yang dilanggar oleh para pelaku

---

<sup>5</sup> Kelalaian menurut KKBI ialah sifat (keadaan, perbuatan, dan sebagainya) lalai; kesalahan itu bukan karena kebodohan, melainkan karena semata- mata.

<sup>6</sup> Anak Agung Adi Lestari, “Perjanjian baku dalam jual beli kredit sepeda motor ditinjau dari undang-undang Nomor 8 tahun 1999”, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 5, No. 2. URL. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/22445/15663>, diakses tanggal 4 April 2019. h.344.

<sup>7</sup> Ni Putu Januaryanti Pande, “Perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik impor yang tidak terdaftar di BBPOM Denpasar, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 6, No. 1. URL. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/22288/20922>. diakses tanggal 4 april 2019. h.18.

usaha harus secara tegas dipertanggung jawabkan oleh pelaku usaha tersebut.

Pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online tersebut memberikan kenyataan bahwa sebenarnya implementasi hukum yang didapatkan melalui UUPK . Selain Pasal 4 yang salah satunya mengatur tentang hak kenyamanan para konsumen, kegagalan dalam implementasi hukum pada UUPK tersebut juga terdapat pada Pasal 7 yang dimana didalam Pasal 7 tersebut dijelaskan bahwa pelaku usaha mewajibkan memberikan informasi diskripsi barang atau jasa yang ditawarkan dengan benar, jujur, dan juga sesuai mengenai kondisi suatu barang maupun jasa yang diperjual-belikan oleh pelaku usaha toko online tersebut.

Dalam hal ini hak kenyamanan dalam UUPK tidak menjelaskan dengan tegas apa saja hak kenyamanan yang didapatkan oleh konsumen dan sampai mana konsumen tersebut dapat dikatakan “nyaman” sebagai konsumen. Selain diatur didalam UUPK, pemberian informasi yang benar, jelas dan sesuai dengan keadaan barang maupun jasa tersebut juga dijelaskan dalam UU ITE, yaitu dalam ketentuan Pasal 28 ayat (1) menyatakan bahwa apabila seseorang melakukan penyebaran berita bohong yang tidak memiliki hak untuk menyebarkan dan dapat menyesatkan seseorang dalam melakukan kerugian terhadap transaksi *online* maka dapat dihukum sesuai dengan Pasal 45 ayat (2) UU ITE yang menyatakan apabila seseorang memenuhi unsur sebagaimana yang dimaksudkan dengan Pasal 28 ayat (1) dan (2) maka dapat dipidanakan dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah).<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid*, h.9-10.

Mendapatkan informasi tentang barang merupakan hal yang pokok sebelum konsumen tersebut melakukan transaksi untuk membelanjakan dana yang dimiliki oleh konsumen tersebut.<sup>9</sup> Mengenai hal pertanggungjawaban hukum mengenai konsumen perlu dilihat dalam permasalahannya apakah ada sesuatu yang menimbulkan suatu kerugian yang didapatkan oleh konsumen yang meliputi perbedaan, pemanfaatan maupun pemakaian oleh barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha toko online tersebut. Didalam UUPK tidak dijelaskan dengan tegas mengenai apa saja jenis barang yang dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha toko online tersebut dan sampai mana saja pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut dipenuhi.

Hak atas informasi yang benar seharusnya dapat dilakukan dengan baik oleh pelaku usaha toko online, hal ini dapat mengakibatkan konsumen untuk lebih bisa memilih dan memilah produk barang apa saja yang ingin didapatkannya dan dinikmati oleh konsumen. Selain mendapatkan hak atas informasi yang benar, pelaku usaha toko online juga tidak memberikan hak untuk keamanan pada konsumen dalam hal bertransaksi misalnya keamanna data si pelaku konsumen, nomor kartu kredit hal ini juga bertentangan dengan hak atas keamanan yang didapatkan konsuemen pada nyatanya.

Kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online seharusnya dapat dipertanggung jawabkan baik berupa kompensasi yang diberikan untuk konsumen akibat kelalaian maupun kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online tersebut. Kompensasi dapat berupa pengembalian uang maupun ditukarnya barang yang sudah diterima oleh konsumen dengan

---

<sup>9</sup> Rosmawati, 2018, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kencana, h. 25.

barang yang sesuai pesanan hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan suatu kesepakatan antara pelaku usaha toko online dengan konsumen.

### **2.2.2 Penyelesaian pertanggungjawaban kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online terhadap konsumen**

Kerugian yang ditimbulkan dari adanya kecurangan dari pelaku usaha toko online tersebut akhirnya akan menimbulkan wanprestasi yang didalam UUPK pada Pasal 19 menjelaskan mengenai pertanggungjawaban dari pelaku usaha toko online tersebut apabila diketahui adanya identifikasi wanprestasi. Wanprestasi merupakan tidak dipenuhinya suatu prestasi atau kewajiban yang telah ditetapkan terhadap pihak-pihak yang ada dalam suatu perjanjian<sup>10</sup> tersebut, menurut Pasal 1234 KUHPerdara, prestasi itu dapat berupa member sesuatu hal, berbuat suatu, dan tidak berbuat sesuatu. Wanprestasi sendiri diatur didalam buku ke III Pasal 1234 – 1252 KUHPerdara, ganti rugi wanprestasi adalah segala bentuk ganti rugi yang dibebankan oleh debitur yang tidak memenuhi isi dari suatu perjanjian yang telah dibuat dan disepakati oleh kreditur dan debitur. Didalam Pasal 1249 ditentukan cara membayar ganti rugi yang ditimbulkan oleh wanprestasi tersebut, didalam pasal ini dikatakan bahwa bentuk ganti rugi yang dapat digunaknanya adalah dalam bentuk uang, menurut para ahli bahwa uang merupakan hal yang sangat praktis dan paling sedikit dalam hal menimbulkan suatu keselisihan.

Pengaturan dalam penyelesaian pertanggungjawaban produsen terhadap konsumen secara *online* terdapat dalam KUHPerdara dalam Pasal 1365 yang menjelaskan bahwa setiap

---

<sup>10</sup> I Ketut Oka Setiawan, 2017, *Hukum Perikatan*, Jakarta, Sinar Grafika, h. 19.

perbuatan yang melanggar hukum dan mengakibatkan kerugian terhadap orang lain maka dapat dituntut untuk mengganti kerugian tersebut.

Dalam Pasal 23 UUPK mengatur mengenai gugatan melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau badan peradilan ditempat kedudukan konsumen. Pasal 28 UUPK mengatur mengenai unsur - unsur kesalahan yang ditimbulkan oleh pelaku usaha tersebut dan pertanggungjawabannya serta beban pembuktiannya. Beban pembuktian tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam hal dapat atau tidaknya penuntutan perkara perdata dikabulkan. Dalam Pasal 1865 KUHPerdata ditegaskan bahwa apabila seseorang memiliki hak untuk mendapatkan untuk menyangkal hak orang lain mewajibkan untuk membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

Penyelesaian pertanggungjawaban kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha toko online terhadap konsumen juga dapat dilakukan dengan cara musyawarah, yaitu musyawarah antara dua belah pihak, dalam musyawarah tersebut dapat dilakukan penggantirugian oleh pelaku usaha toko online ke konsumen dalam bentuk pertanggung jawaban dalam bentuk barang maupun uang. Apabila tidak terjadi mufakat dalam musyawarah tersebut maka dapat dituangkan dalam bentuk tertulis yang dituangkan dalam bentuk BPSK yang selambat-lambatnya 21 hari kerja sejak permohonan yang diajukan kepada sekretariat BPSK.

### **III. PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

1. Pertanggungjawaban pelaku usaha toko online terkait telah melakukan kesalahan dalam memberikan informasi

dengan apa yang dijual, adalah pelaku usaha toko online harus bertanggung jawab sesuai dengan UUPK Pasal 19 ayat (1)

2. Penyelesaian masalah pertanggungjawaban antara pelaku usaha toko online dengan cara musyawarah agar mencapai suatu mufakat yang disepakati oleh pelaku usaha *diinstagram* dan juga konsumen dan dapat juga dibantu oleh pihak ketiga.

### **3.2 Saran**

1. Sebagai pelaku usaha yang menjajakan dagangannya di situs *online instagram* seharusnya dapat mempertanggungjawabkan usaha yang dilakukan dalam perdagangan tersebut. Dalam berjualan baik *online* maupun *offline* seharusnya dapat memberikan informasi yang jelas dan benar terkait dengan apa barang yang dijual dalam kegiatan perdagangan tersebut. Jangan berarti apabila pelaku usaha berdagang dengan cara *online* atau tidak bertemu langsung dengan konsumen maka dapat menipu konsumen tersebut.
2. Dalam menyelesaikan masalah pelaku usaha dengan konsumen sebaiknya dilakukan dengan cara musyawarah atau kekeluargaan dimana hal tersebut dapat menyelesaikan masalah dengan baik dan mudah dan apabila tidak bisa mendapatkan mufakat yang diinginkan oleh kedua pihak, maka pelaku usaha *diinstagram* tersebut seharusnya membayar kerugian yang setimpal atau dapat melakukan penukaran barang dengan barang yang sesuai dibeli oleh konsumen tersebut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **BUKU**

- Kasil, C.S.T., 1986, *Pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka.
- Mahmud Marzuki, Peter, 2005, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana.
- Oka setiawan, I Ketut, 2017, *Hukum Perikatan*, Jakarta, Sinar Grafika.
- Rosmawati, 2018, *Pokok-pokok hukum perlindungan konsumen*, Jakarta, Kencana.
- Tri siwi kristiyanti, celine, 2017, *Hukum perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika.
- Ustadiyanto, riyeke, 2001, *Framework e-Commerce*, Yogyakarta, Andi offset.

### **JURNAL**

- Adi Lestari, Anak Agung, “*Perjanjian baku dalam jual beli kredit sepeda motor ditinjau dari Undang-undang Nomor 8 tahun 1999*”, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 5, No. 2, URL. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/22445/15663>. diakses tanggal 4 april 2019.
- Januaryanti Pande, Ni Putu, “*Perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik impor yang tidak terdaftar di BBPOM Denpasar*”, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 6, No. 1, URL. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/22288/20922>. diakses tanggal 4 April 2019.

### **INSTRUMEN HUKUM**

- Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan  
Konsumen

Undang-Undang No. 19 tahun 2016 tentang perubahan atas  
undang- undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan  
Transaksi Elektronik