

## KEBIJAKAN HUKUM TRANSAKSI BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA

Muhammad Ilham, Siti Arini  
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis, Indonesia  
*Ilham.zamar@gmail.com*

### Abstrak

Analisis kebijakan hukum Indonesia dalam transaksi *e-commerce* perlu untuk meningkatkan bisnis digital secara global. Artikel ini membahas berbagai macam konteks kebijakan hukum pada aktivitas *e-commerce* di Indonesia. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Pemerintah telah menyediakan sarana dan prasarana pendukung, termasuk UU ITE, UUPK dan UU Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selain kontrak elektronik untuk transaksi penjualan online, hak dan kewajiban pembeli dan penjual diatur secara rinci oleh undang-undang perlindungan konsumen.

**Kata Kunci:** E-Commerce, Perlindungan Hukum, Konsumen

### Abstract

*Analysis of Indonesian legal policy in e-commerce transactions is necessary to improve digital business globally. This article discusses various contexts of legal policy in e-commerce activities in Indonesia. The method used is normative legal research with a qualitative research approach. The government has provided supporting facilities and infrastructure, including the ITE Law, the Consumer Protection Law and the Anti-Monopoly and Unfair Business Competition Law. In addition to electronic contracts for online sales transactions, the rights and obligations of buyers and sellers are regulated in detail by consumer protection laws.*

**Keywords:** E-Commerce, Legal Protection, Consumer.

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, dunia menyaksikan kemajuan teknologi yang luar biasa, membawa perubahan dan transformasi yang cepat dalam kehidupan kita. Pemanfaatan teknologi ini telah mendorong pertumbuhan ekonomi karena pesatnya perkembangan kegiatan komersial dan bisnis di masyarakat. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi hal tersebut adalah kemajuan teknologi digital berbasis internet.<sup>1</sup>

*E-commerce* menawarkan pasar bisnis yang sangat potensial, di mana harga yang efisien dan kompetitif menjadi alasan utama pertumbuhannya yang

---

<sup>1</sup> Yanci Libria Fista, Aris Machmud, and Suartini Suartini, "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023): 177-189.

inovatif. Kenyamanan dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh platform *e-commerce* telah membuka peluang bagi perusahaan dan eksportir baru untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap sistem pembelian. Kondisi ini menghilangkan kebutuhan akan toko fisik, karena tidak ada biaya untuk mendirikan toko dan lebih mudah mencari pelanggan. Hal ini juga menunjukkan potensi besar untuk pertumbuhan pasar dalam sektor belanja yang berdampak positif pada perekonomian Indonesia.<sup>2</sup>

Tidak dapat disangkal bahwa era digital erat kaitannya dengan Internet. Internet adalah media perantara interaksi dan komunikasi global yang menghubungkan jutaan jaringan komputer melalui satelit, telepon, dan lainnya. Dengan berkembangnya internet khususnya dalam bidang bisnis, transaksi kini dilakukan melalui media elektronik. Perdagangan elektronik. *E-commerce* merujuk pada transaksi bisnis dan teknik pemasaran yang dilakukan secara virtual atau proses transaksi bisnis melalui platform digital.<sup>3</sup>

Transformasi digital melalui layanan platform *e-commerce* memberikan kemudahan dalam pelaksanaan transaksi bisnis karena diproses secara digital berbasis aplikasi. Selain kemudahan tersebut, berbagai platform *e-commerce* juga berlomba-lomba memberikan layanan perdagangan terbaik yang dapat dinikmati konsumen. Diantaranya adalah tindakan para pelaku ekonomi di layanan yang menawarkan berbagai diskon pada produk yang mereka jual.<sup>4</sup>

Penulisan ini bertujuan untuk menguraikan berbagai macam kebijakan hukum transaksi bisnis *e-commerce* di Indonesia. Kebijakan hukum yang baik akan berperan pada penguatan ekosistem *e-commerce* baik pada kepentingan ekonomi penjual maupun kepentingan hukum konsumen. Dalam hal ini, keterpaduan antara kebijakan, telekomunikasi, multimedia penyiaran, dan komunikasi diistilahkan sebagai konvergensi hukum. Pentingnya konvergensi

---

<sup>2</sup> Rezki Fani and Indriani Safira, "Analisis Dampak Pengaruh Keberadaan E-Commerce Terhadap Pedagang Konvensional Di Situbondo," *Jurnal Economina* 3, no. 1 (2024): 96-102.

<sup>3</sup> Tasya Safiranita Ramli et al., "Aspek Hukum Platform E-Commerce Dalam Era Transformasi Digital," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 24, no. 2 (2020): 119-136.

<sup>4</sup> Akhmad Farhan Nazhari and Naufal Irkham, "Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce," *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (2023): 19-31.

hukum harus sejalan dengan cepatnya perubahan pasar yang dipengaruhi oleh teknologi informasi.<sup>5</sup>

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang menggunakan metode untuk mengkaji fenomena sosial dan permasalahan manusia. Dalam pendekatan ini, peneliti membuat gambar yang kompleks, memeriksa kata-kata, membuat laporan rinci berdasarkan pendapat responden, dan melakukan penelitian dalam suasana alami. Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa metodologi kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan individu serta perilaku yang diamati.<sup>6</sup>

## **PEMBAHASAN**

### **Hukum Siber**

Peran hukum adalah mengatur kehidupan masyarakat. Di negara-negara berkembang, kemajuan sosial tidak lepas dari peran penegakan hukum yang tepat. Terkait infrastruktur dan undang-undang yang mengatur kebijakan dunia maya, pemerintah telah menyiapkan lembaga dan infrastruktur pendukungnya, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Meluasnya penggunaan internet dan ponsel pintar telah menginspirasi masyarakat untuk hidup di era digital, yang tercermin dari penggunaan ponsel pintar yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Dunia digital memberi penggunanya waktu dan ruang tanpa batas.

Tujuan lahirnya UU ITE adalah memfasilitasi perkembangan ekonomi digital dan memberikan perlindungan serta kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara sistem elektronik, khususnya mencegah kejahatan siber terjadi.<sup>7</sup> Indonesia telah mengalami banyak perkembangan di era digital,

---

<sup>5</sup> Djulaeka Djulaeka and Rhido Jusmadi, "Konvergensi Telematika, Arah Kebijakan Dan Pengaturannya Dalam Tata Hukum Indonesia," *Yustisia* 2, no. 3 (2013): 46-60.

<sup>6</sup> Cut Medika Zellatifanny and Bambang Mudjiyanto, "Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi," *Jurnal Diakom* 1, no. 2 (2018): 83-90.

<sup>7</sup> Fariza Ramadhani, "Dinamika UU ITE Sebagai Hukum Positif Di Indonesia Guna Meminimalisir Kejahatan Siber," *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 89-97.

termasuk perubahan media massa dalam penyampaian informasi. Dalam satu dekade awal abad Milenium, masyarakat Indonesia dengan cepat menerima perkembangan teknologi tersebut. Secara global, Indonesia memanfaatkan budaya digital yang diperlukan untuk mengikuti perkembangan zaman dan mencapai pertumbuhan positif.<sup>8</sup> Karena peningkatan signifikan dalam jumlah pelaku usaha, Indonesia telah mengeluarkan peraturan hukum untuk mengatur perekonomian usaha mengikuti tren ekonomi digital.

Ekonomi digital merupakan perekonomian yang didukung oleh perkembangan teknologi informasi. Para pelaku usaha maupun konsumen lebih banyak berasal dari kalangan generasi milenial dan generasi Z sehingga kedua generasi ini akan menjadi sumber daya manusia yang mendukung ekosistem ekonomi digital.<sup>9</sup> Akselerasi ini memberi gambaran bahwa tantangan hukum di bidang siber harus mampu menjamin ekosistem ekonomi digital, legalitas bisnisnya, aspek perizinan usaha bagi pelaku usaha dan aspek perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen bagi konsumen.<sup>10</sup>

Pergeseran transaksi bisnis ke ruang digital menyebabkan kondisi pasar bebas yang rentan terhadap kejahatan di bidang perdagangan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah penipuan dalam ranah bisnis online, *spamming*, *carding*, *page jacking*, *phising*, pencucian uang di ruang siber, *security fraud*, perdagangan ilegal secara online, prostitusi online, judi online, dan berbagai bentuk lainnya.<sup>11</sup>

### **Konteks Hukum Perlindungan Konsumen**

Perlindungan hukum terhadap penjual mengatur dalam kontrak bahwa penjual berhak menerima imbalan dari pembeli atas produk yang dibeli. Jika pembeli tidak membayar dalam jangka waktu yang ditentukan, penjual dapat

---

<sup>8</sup> Zinggara Hidayat, "Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat," *Jurnal Komunikologi* 13, no. 2 (2016): 59-77.

<sup>9</sup> Desy Arum Sunarta, "Kaum Milenial Di Perkembangan Ekonomi Digital," *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 5, no. 1 (2023): 9-16.

<sup>10</sup> Ayendri Serley Marcelia and Ali Maskur, "Analisis Dan Tantangan Hukum Di Era Digital Dalam Trend E-Commerce (Studi Kasus Pada Gen Z)," *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* 2, no. 5 (2023): 58-62.

<sup>11</sup> Henry Aspan, "Peran Hukum Dalam Pengelolaan Perusahaan Di Era Digital," *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah* 15, no. 2 (2021): 26-34.

membatalkan pembelian dan menjual barang tersebut kepada pembeli lain. Penjual dilindungi oleh aturan yang jelas mengenai syarat pembayaran dan tidak bertanggung jawab untuk menyerahkan barang kepada pembeli lain jika pembayaran tidak dilakukan tepat waktu. Perlindungan hukum pelanggan sebagai pembeli juga mencakup hak untuk menerima barang sesuai jenis dan spesifikasi yang disepakati. Kontrak tersebut dapat mengatur hak pembeli untuk menuntut ganti rugi kepada penjual apabila barang yang diterima tidak sesuai. Misalnya, pembeli dapat menukarkan barang atau menerima kompensasi finansial dari penjual.

Di era industri saat ini, data pribadi merupakan komoditas berharga dan semakin tersedia. Saat pembeli membuat akun di situs *e-commerce*, mereka diminta memasukkan informasi pribadi. Informasi pribadi dikendalikan oleh perusahaan *hosting* atau pedagang *e-commerce*. Data pribadi harus dilindungi dari pengumpulan, penggunaan, pemrosesan, distribusi, dan pemusnahan. Peraturan ini dapat dimasukkan dalam deklarasi perlindungan data pribadi. Jika pembeli melakukan transaksi melalui situs web atau media elektronik yang dikendalikan oleh operator *e-commerce*, maka pembeli secara otomatis terikat kontrak dengan operator atau penjual *e-commerce* tersebut dan tunduk pada peraturan perlindungan data. Selain kontrak elektronik dalam transaksi pembelian online, hak-hak pembeli diatur secara komprehensif oleh undang-undang perlindungan konsumen. Undang-undang ini mengatur tentang hak dan kewajiban penjual dan pembeli, melarang praktik-praktik tertentu di pihak penjual, dan menetapkan mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli. Pemilik bisnis online harus mematuhi undang-undang perlindungan konsumen. Termasuk mewaspadaikan apa saja yang dilarang agar transaksi jual beli online tetap aman dan patuh. Di Indonesia, perlindungan konsumen dalam transaksi online diatur dalam dua undang-

undang: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan UU ITE.<sup>12</sup>

Kedua undang-undang ini memberikan perlindungan hukum yang cukup kepada konsumen ketika melakukan jual beli barang melalui perdagangan elektronik. Hal-hal yang diatur dalam UUPK dan UU ITE antara lain hak konsumen, kewajiban pelaku ekonomi, mekanisme pemberian ganti rugi, dan tata cara penyelesaian sengketa.<sup>13</sup> Hal-hal ini juga mengatur tentang penyedia platform pedagang (*marketplace*) termasuk pertanggungjawaban penyedia platform pedagang terhadap adanya ketidaksesuaian objek jual beli atau objek jual beli merupakan barang ilegal.<sup>14</sup> Termasuk dalam hal ini, perlindungan hukum juga dapat diberikan kepada penjual dalam hal tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik, misalnya dalam pembelian menggunakan sistem *cash on delivery* (COD), terdapat fenomena konsumen yang menolak barang yang tiba dengan alasan tidak sesuai dengan objek yang tertera pada platform digital. Apabila hal ini terjadi, penjual dapat melakukan gugatan wanprestasi terhadap tindakan pembeli yang melakukan pembatalan sepihak tanpa alasan yang jelas.<sup>15</sup>

### **Konteks Hukum Persaingan Usaha**

Dampak ekosistem digital dan kehadiran platform digital terhadap hukum persaingan usaha di Indonesia menimbulkan tantangan tidak hanya dari sudut pandang perlindungan data pribadi tetapi juga dari sudut pandang

---

<sup>12</sup> Angel Kezia Manatar, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pengiriman Barang Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016," *Lex Privatum* 10, no. 1 (2022): 130–140.

<sup>13</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. 8 (2023): 683–691.

<sup>14</sup> Unises Marvita Totimage, Hasnah Aziz, and Ruhiyat Taufik, "Pertanggungjawaban Penyedia Marketplace Dalam Terjadinya Ketidaksesuaian Objek Jual Beli Transaksi Elektronik," *Jurnal Pemandhu* 3, no. 2 (2022): 63–83.

<sup>15</sup> Yuli Eka Putri Ramadhani, Achmad Fitriani, and Arief Wibisono, "Perlindungan Hukum Penjual Terhadap Pembatalan Sepihak Oleh Pembeli Pada Sistem Cash on Delivery," *Al Manhaj, Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 2 (2023): 2575–2588.

persaingan usaha. Pelanggaran persaingan usaha tidak sehat sering terjadi pada struktur pasar, termasuk pasar digital.<sup>16</sup>

Pasar digital saat ini berkembang pesat di Indonesia dan diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi konsumen. Platform digital tidak hanya membawa manfaat besar bagi masyarakat, namun juga memberikan kontrol lebih besar terhadap data konsumen. Hal ini menimbulkan berbagai tantangan, baik dari segi perlindungan data pribadi maupun persaingan usaha yang sehat. Persaingan di pasar digital, khususnya dalam konteks model bisnis berbasis platform, kini menjadi lebih kompleks dan berbeda dengan struktur pasar tradisional. Terdapat tingkat investasi dan inovasi yang tinggi di pasar digital, yang mendorong kemajuan teknologi yang pesat dan pertumbuhan inovasi terobosan dalam industri.

Pasar digital sering kali memiliki beberapa karakteristik utama, termasuk model bisnis berbasis platform, pasar multilateral, dan efek jaringan yang membuat dinamika persaingan menjadi lebih kompleks. Oleh karena itu, identifikasi pasar merupakan langkah yang sangat penting sebelum melakukan analisis hukum persaingan usaha. Di era digital saat ini, berbagai pelanggaran persaingan komersial dan, dalam beberapa kasus, penyalahgunaan posisi pasar dominan dapat terjadi. Dalam kondisi dominan, pelaku ekonomi diasumsikan mempunyai kekuatan pasar yang signifikan. Akses dan kendali atas data konsumen memainkan peran penting dalam kekuatan pasar di ruang digital.

Keberagaman bisnis digital tidak hanya berdampak pada konsumen namun juga pasar, sehingga perlu dilakukan analisis dampaknya. Era digital mengubah model bisnis berbasis industri. Setidaknya ada tiga jenis perdagangan mendasar yang berubah di era digital: perdagangan komoditas, perdagangan informasi, dan perdagangan finansial. Lebih jauh lagi, di era digital, efek jaringan atau kekuatan pasar muncul melalui penggunaan teknologi informasi, yang dapat terjadi di semua atau beberapa sektor pasar bilateral dan lintas batas.

---

<sup>16</sup> Trisna Dewi Ni Made, "Konsekuensi Ekosistem Digital Terhadap Regulasi Persaingan Bisnis Di Indonesia Dan Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Era Ekonomi Digital: Ekosistem Digital Terhadap Regulasi Persaingan Bisnis Di Indonesia," *Vjvabhara Duta* 19, no. 1 (2024): 51–60.

Dapat disimpulkan bahwa dalam situasi ekonomi digital saat ini, perlu adanya jaminan kepastian hukum terhadap investasi dan transaksi melalui platform digital dengan membuat peraturan dan pedoman yang tepat.<sup>17</sup> Teknologi yang terus berkembang merupakan respons terhadap kebutuhan manusia yang terus berubah untuk meningkatkan kualitas hidup. Teknologi informasi telah menjadi sarana penting dalam berbagai aspek kehidupan, seperti komunikasi, penyebaran dan pencarian informasi, proses belajar mengajar, memberikan pelayanan, dan juga untuk melakukan transaksi bisnis.<sup>18</sup>

## PENUTUP

Hukum memegang peranan penting dalam mengatur kehidupan bermasyarakat. Pemerintah telah menyediakan sarana dan prasarana pendukung, termasuk UU ITE, UUPK dan UU Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selain kontrak elektronik untuk transaksi penjualan online, hak dan kewajiban pembeli dan penjual diatur secara rinci oleh undang-undang perlindungan konsumen. Undang-undang ini mencakup pembatasan hak penjual, pembeli, dan tata cara penyelesaian sengketa apabila terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aspan, Henry. "Peran Hukum Dalam Pengelolaan Perusahaan Di Era Digital." *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah* 15, no. 2 (2021): 26–34.
- 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): 1–24.
- Djulaeka, Djulaeka, and Rhido Jusmadi. "Konvergensi Telematika, Arah Kebijakan Dan Pengaturannya Dalam Tata Hukum Indonesia." *Yustisia* 2, no. 3 (2013): 46–60.
- Fani, Rezki, and Indriani Safira. "Analisis Dampak Pengaruh Keberadaan E-Commerce Terhadap Pedagang Konvensional Di Situbondo." *Jurnal Economina* 3, no. 1 (2024): 96–102.
- Fista, Yanci Libria, Aris Machmud, and Suartini Suartini. "Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Perspektif Undang-Undang

---

<sup>17</sup> Ahmad Sabirin and Raafid Haidar Herfian, "Dampak Ekosistem Digital Terhadap Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Di Era Ekonomi Digital," *Jurnal Persaingan Usaha* 1, no. 2 (2021): 75–82.

<sup>18</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): 1–24.



- Perlindungan Konsumen.” *Binamulia Hukum* 12, no. 1 (2023): 177–189.
- Hidayat, Zinggara. “Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat.” *Jurnal Komunikologi* 13, no. 2 (2016): 59–77.
- Made, Trisna Dewi Ni. “Konsekuensi Ekosistem Digital Terhadap Regulasi Persaingan Bisnis Di Indonesia Dan Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Era Ekonomi Digital: Ekosistem Digital Terhadap Regulasi Persaingan Bisnis Di Indonesia.” *Vyavahara Duta* 19, no. 1 (2024): 51–60.
- Manatar, Angel Kezia. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pengiriman Barang Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.” *Lex Privatum* 10, no. 1 (2022): 130–140.
- Marcelia, Ayendri Serley, and Ali Maskur. “Analisis Dan Tantangan Hukum Di Era Digital Dalam Trend E-Commerce (Studi Kasus Pada Gen Z).” *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan* 2, no. 5 (2023): 58–62.
- Nazhari, Akhmad Farhan, and Naufal Irkham. “Analisis Dugaan Praktik Predatory Pricing Dan Penyalahgunaan Posisi Dominan Dalam Industri E-Commerce.” *Jurnal Persaingan Usaha* 3, no. 1 (2023): 19–31.
- Rahman, Irsan, Sahrul Sahrul, Riezka Eka Mayasari, Tia Nurapriyanti, and Yuliana Yuliana. “Hukum Perlindungan Konsumen Di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen Dalam Lingkungan Perdagangan Digital.” *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains* 2, no. 8 (2023): 683–691.
- Ramadhani, Fariza. “Dinamika UU ITE Sebagai Hukum Positif Di Indonesia Guna Meminimalisir Kejahatan Siber.” *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora* 1, no. 1 (2023): 89–97.
- Ramadhani, Yuli Eka Putri, Achmad Fitriani, and Arief Wibisono. “Perlindungan Hukum Penjual Terhadap Pembatalan Sepihak Oleh Pembeli Pada Sistem Cash on Delivery.” *Al Manhaj, Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam* 5, no. 2 (2023): 2575–2588.
- Ramli, Tasya Safiranita, Ahmad M. Ramli, Rika Ratna Permata, Ega Ramadantyanti, and Rizki Fauzi. “Aspek Hukum Platform E-Commerce Dalam Era Transformasi Digital.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 24, no. 2 (2020): 119–136.
- Sabirin, Ahmad, and Raafid Haidar Herfian. “Dampak Ekosistem Digital Terhadap Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Serta Optimalisasi Peran Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Di Era Ekonomi Digital.” *Jurnal Persaingan Usaha* 1, no. 2 (2021): 75–82.
- Sunarta, Desy Arum. “Kaum Milenial Di Perkembangan Ekonomi Digital.” *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 5, no. 1 (2023): 9–16.
- Totimage, Unises Marvita, Hasnah Aziz, and Ruhayat Taufik. “Pertanggungjawaban Penyedia Marketplace Dalam Terjadinya Ketidaksesuaian Objek Jual Beli Transaksi Elektronik.” *Jurnal Pemandhu* 3, no. 2 (2022): 63–83.
- Zellatifanny, Cut Medika, and Bambang Mudjiyanto. “Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi.” *Jurnal Diakom* 1, no. 2 (2018): 83–90.