



**PERLINDUNGAN KONSUMEN YANG MEMBELI BARANG
ELEKTRONIK BERSTATUS *BLACK MARKET* MELALUI
*E-COMMERCE***

*CONSUMER PROTECTION FOR PURCHASES OF BLACK MARKET
ELECTRONICS THROUGH E-COMMERCE*

Mulya Agung Laksono, Mohammad Saleh, Lalu Ahmad Fatoni

Fakultas Hukum, Universitas Mataram

Email : mulyaagunglaksono@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk menganalisis bentuk perlindungan konsumen dan menganalisis bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang memperdagangkan barang-barang elektronik berstatus Black Market melalui E- Commerce. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian hukum Normatif dengan Metode Pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Perundang-undangan (Statute Approach) dan Pendekatan Konseptual (Conceptual Approach). Hasil penelitian menunjukkan bentuk perlindungan konsumen diatur dalam Undang-undang No 8 Tahun 1999 untuk melindungi hak-hak konsumen dan tanggung jawab produsen. Bentuk tanggung jawab yang seharusnya diberikan terhadap konsumen adalah pengembalian barang. Artinya produsen tetap akan bertanggung jawab atas kerugian yang telah diterima oleh konsumen dengan prosedur pengembalian.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Black Market, E-Commerce.

Abstract

This research aims to find out how to analyze the form of consumer protection and analyze the form of responsibility of business actors who trade electronic goods with Black Market status through E-Commerce. The type of research used is Normative legal research, with the Approach Method used as the Statutory Approach and the Conceptual Approach. The research results show that the form of consumer protection is regulated in Law No. 8 of 1999 to protect consumer rights and producer responsibilities. The form of responsibility that should be given to consumers is returning goods. Consumer protection means that the manufacturer will still be responsible for losses received by consumers through the return procedure.

Keywords : Consumer Protection, Black Market, E-Commerce.

A. PENDAHULUAN

Majunya perkembangan teknologi beserta perekonomian yang begitu maju di zaman sekarang ini sudah banyak memberikan berbagai macam bentuk produk untuk diproduksi oleh perusahaan dalam menggaet pembeli untuk menggunakan produk yang dihasilkannya. Seiring majunya teknologi dan informasi, perluasan ruang gerak dan arus transaksi produk atau pekerja yang telah melewati batas wilayah negeri ini. Seorang pembeli kemudian dihadapkan pada berbagai pilihan produk. Kondisi ini pada satu pihak telah membuat seorang pembeli merasa diuntungkan, karena kebutuhan terhadap produk yang diinginkan dapat dipenuhi dengan berbagai macam pilihan.

Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *Digital Economic* atau Ekonomi Digital. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau *Electronic Commerce (E-Commerce)* sebagai media transaksi.¹

Perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional dimana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. *E-Commerce* telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *E-Commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik.

Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.² Sesuai ketentuan pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Pembeli berhak menerima informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai kondisi serta keadaan barang yang akan ia beli dan memperoleh jaminan terhadap barang yang diperjualbelikan. Oleh sebab itu segala upaya harus dilakukan oleh negara (dalam hal ini pemerintah) untuk mewujudkan situasi persaingan yang sehat dan melindungi kepentingan konsumen. Pasar dengan kondisi persaingan yang sehat dikenal juga dengan istilah pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna adalah pasar di mana tidak ada pembeli atau penjual yang memiliki kekuatan yang cukup signifikan untuk mampu mempengaruhi barang barang yang dipertukarkan sehingga konsumen dapat dilindungi.²

Sebagaimana yang telah diuraikan di dalam latar belakang maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu Bagaimana bentuk perlindungan konsumen yang membeli barang elektronik berstatus *black market* melalui *e-commerce* dan Bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang memperdagangkan barang-barang elektronik berstatus *black market* melalui *e-commerce*. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu Untuk menganalisis bentuk perlindungan konsumen yang membeli barang elektronik berstatus *Black Market* melalui *E-Commerce* dan Untuk menganalisis bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang memperdagangkan barang-barang elektronik berstatus *Black Market* melalui *E-Commerce*³.

B. METODE

Untuk menjawab rumusan permasalahan tersebut di atas penelitian ini menggunakan penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian Hukum Normatif. Metode pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*), Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*). Jenis data dan sumber data yang digunakan yaitu data primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang

1 Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce : Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, hlm. 33.

2 Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hlm. vii.

3 Apriani, *Tinjauan Terhadap Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*, UIR LAW REVIEW, 2019.

merupakan peraturan perundang-undangan, selanjutnya data sekunder, yaitu bahan hukum yang diperoleh sebagai pelengkap bahan hukum primer dan sudah tersusun dalam bentuk dokumen berupa buku, makalah. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif.

C. PEMBAHASAN

1. Perlindungan Konsumen Yang Membeli Barang Berstatus *Black Market* Melalui *E-Commerce*.

Barang-barang yang diperdagangkan di Black Market adalah barang-barang ilegal atau tidak resmi yang tidak mematuhi hukum dan regulasi yang berlaku. Pasar ini beroperasi di luar sistem legal dan dapat menimbulkan berbagai masalah bagi semua pihak yang terlibat. Dalam *Black Market*, dapat ditemukan berbagai jenis barang terlarang atau terbatas yang tidak tersedia secara legal di pasar konvensional. Barang-barang ini sering dicari oleh mereka yang ingin mendapatkan akses ke sesuatu yang tidak mereka dapatkan secara sah atau yang memiliki permintaan tinggi namun pasokan terbatas.

Terlibat dalam Black Market juga berarti melanggar hukum. Menggunakan hukum serius, atau memperdagangkan barang-barang ilegal dapat mengakibatkan konsekuensi termasuk penangkapan, tuntutan hukum, dan hukuman yang berat.⁴

Apabila konsumen tidak sadar terkait barang yang dia beli adalah barang ilegal maka konsumen dapat mendapatkan perlindungan konsumen, namun apabila konsumen secara sadar akan barang yang dibeli adalah barang ilegal maka konsumen tidak akan mendapatkan perlindungan konsumen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dengan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang ini diharapkan dapat menjamin kepastian hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi *E-Commerce*.

Perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli barang elektronik berstatus *Black Market* merupakan suatu masalah besar. Memberikan perlindungan hukum bagi konsumen salah satunya dalam bentuk peraturan Perundang-undangan, hal itu dikarenakan salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum ialah memberikan perlindungan kepada masyarakat.⁵

Adapun asas dan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen yaitu :

1. Asas perlindungan konsumen tercantum dalam Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, asas kepastian hukum.
2. Tujuan Perlindungan Konsumen tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu, meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, mengangkat harkat dan martabat

⁴ <https://kiriminja.com/blog/black-market-blackmarket-atau-yang-berlaku-dalam-suatu-negara>. Di Akses Pada Tanggal 13 Oktober 2023.

⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Cet. 1, Jilid 1, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm. 23-24.

konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/ atau jasa.⁶

Perlindungan hukum bagi konsumen ialah dengan melindungi hak-hak konsumen. Walaupun sangat beragam, secara garis besar hak-hak konsumen dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu :

1. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.⁷

Hak-hak tersebut apabila dilindungi maka hak-hak konsumen harus dipenuhi, baik oleh Negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek.

Perlindungan hukum bagi konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama yang didasari oleh 5 (Lima) asas, dan asas hukum perlindungan konsumen tersebut dicantumkan dalam Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen yakni :⁸

1. Asas manfaat, yakni untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan hukum konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan, memiliki maksud agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan dengan maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen serta pelaku usaha untuk memperoleh haknya, juga melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas keadilan jugamenghendakibahwamelaluiiperaturan hukum perlindungan konsumen, konsumen dan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan kewajiban. Maka dari itu, Undang- Undang Perlindungan Konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen dan juga pelaku usaha.
3. Asas keseimbangan merupakan asas guna memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Artinya, kepentingan antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajiban masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang serta jasa yang digunakan.⁹ Artinya terdapat jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dipakai, dan produk tidak akan mengancam keselamatan konsumen.¹⁰

6 A.A Gde, Ibrahim, et.al., “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Baku Jual Beli Perumahan Dengan Pihak Pengembang Di Bali*”, (Jurnal Ilmiah Prodi Magister Kenotariatan), Volume I, No 2, 2016, hlm. 25.

7 Ahmadi Miru, “*Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*”, (Disertasi Program Pasca sarjana Universitas Airlangga), Surabaya, 2000, hlm. 140.

8 Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, 2016, hlm. 16.

9 *Ibid.*

10 Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*, Tasikmalaya : PT. Zona Media Mandiri, 2020, hlm. 119.

5. Asas kepastian hukum, yakni bertujuan agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan hukum konsumen. Kemudian, negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

Dalam *E-Commerce* atau media *Online* ini hukum terjadi karena kedua belah pihak telah sepakat dengan menggunakan asas kebebasan berkontrak dan yang paling penting adalah asas kepercayaan. Maksud dengan harus adanya asas kebebasan berkontrak penting mengingat dalam suatu perjanjian harus terdapat adanya unsur esensial yaitu unsur yang harus ada dan merupakan hal pokok dalam suatu perjanjian, sehingga tanpa hal pokok tersebut perjanjian menjadi tidak sah dan tidak mengikat para pihak yang membuatnya, kepercayaan inilah kedua belah pihak meningkatkan dirinya dan perjanjian itu mempunyai kekuatan mengikat sebagai Undang-Undang.

Salah satu fungsi hukum adalah hukum sebagai mekanisme pengendalian sosial, yang mana merupakan fungsi yang telah direncanakan dan bersifat memaksa agar anggota masyarakat untuk mematuhi norma-norma hukum atau tata tertib hukum yang sedang berlaku. Bentuk pengendalian sosial ini diklasifikasikan menjadi dua, yakni Upaya Preventif dan Upaya Represif.

1. Upaya Preventif

Secara etimologi, preventif berasal dari bahasa latin *Pravenire* yang artinya 'Antisipasi' atau mencegah terjadinya sesuatu. Singkatnya, upaya preventif adalah upaya pengendalian sosial dengan bentuk pencegahan terhadap adanya gangguan. tindakan atau upaya preventif adalah tindakan pencegahan agar tidak terjadi pelanggaran norma-norma yang berlaku, yaitu dengan mengusahakan agar faktor niat dan kesempatan tidak bertemu sehingga situasi keamanan dan ketertiban masyarakat tetap terpelihara, aman, dan terkendali.

Merujuk definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang termasuk upaya preventif adalah segala yang diupayakan untuk mencegah suatu hal terjadi. Dalam konteks hukum, upaya preventif adalah upaya yang dilakukan untuk mencegah adanya pelanggaran hukum. Beberapa contoh dari upaya preventif yang umumnya dilakukan dalam penegakan hukum, antara lain :

- Imbauan akan suatu kasus tertentu
- Anjuran dari pemerintah, instansi, atau pihak berwenang
- Larangan dan sanksi sebagaimana dimuat dalam Perundang-undangan.

2. Upaya Represif

Upaya represif merupakan upaya bersifat represi (Menekan, mengekang, menahan, atau menindas, dan bersifat menyembuhkan. Jika diartikan secara sederhana, upaya represif bertujuan untuk mengembalikan keseimbangan yang mengalami gangguan. Segala tindakan yang dilakukan untuk menindak pelaku kejahatan adalah bentuk represif.¹¹

¹¹ <https://www.hukumonline.com/berita/a/upaya-preventif-dan-represif-dalam-penegakan-hukum>.
Di Akses Pada Tanggal 13 Oktober 2023.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Yang Memperdagangkan Barang-Barang Elektronik Berstatus *Black Market* Melalui *E-Commerce*

Pelaku usaha dalam jual beli *Online* merupakan pelaku usaha yang memperjual belikan atau mempromosikan barang atau jasa melalui media elektronik dengan memanfaatkan aplikasi *Marketplace* dan media sosia, pelaku usaha yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan produsen, yang mana pelaku usaha tersebut memproduksi sendiri barang yang akan diperdagangkan. Dan yang dimaksud dengan konsumen yaitu setiap orang yang memakai atau memanfaatkan barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, keluarga dan rumah tangga tanpa maksud untuk memperdagangkan kembali barang atau jasa tersebut adanya transaksi antara konsumen dan pelaku usaha, maka terjadilah proses peralihan kepemilikan atau pemanfaatan barang atau jasa.

Dalam suatu transaksi tentunya tidak luput dari yang namanya permasalahan, baik permasalahan yang timbul dari kesalahan pelaku usaha maupun kesalahan yang disebabkan atas konsumen itu sendiri. Apabila kesalahan tersebut dilakukan oleh pelaku usaha maka sudah seharusnya pelaku usaha memberikan ganti rugi terhadap konsumen yang telah dirugikan.

Tanggung jawab terhadap produk ialah suatu konsepsi hukum yang intinya dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dikalangan produsen atau penjual mengasuransikan barang-barangnya terhadap kemungkinan resiko akibat produk-produk yang cacat atau menimbulkan kerugian terhadap konsumen. Produk secara umum diartikan sebagai barang yang secara nyata bisa dilihat, dipegang, baik secara bergerak maupun yang tidak bergerak. Maka yang dimaksud dengan *Product Liability* (Tanggung jawab produk) ialah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk, atau orang badan yang menjual atau mendistribusikan barang tersebut.

Maka bentuk dari tanggung jawab yang seharusnya mereka berikan terhadap konsumen adalah pengembalian barang atau *Refund*. Artinya yang mana mereka tetap akan bertanggung jawab atas kerugian yang telah diterima oleh konsumen dengan prosedur pengembalian, tetapi apa yang dilakukan oleh pelaku usaha jual beli *Online* ini tidak sesuai dengan Pasal 19 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen :

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian, pencemaran, atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan Undang-undangan yang berlaku;
- c. Pemberianganti rugidilaksanakandalamtenggawaktu7harisetelahtanggaltransaksi;

- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dan Ayat (2) tidak mengapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dan Ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Tanggung jawab merupakan suatu hal yang mutlak yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha. Setiap manusia memiliki tanggung jawabnya masing-masing, baik yang berupa ucapan ataupun tingkah laku yang dilakukannya. Dalam segi jual beli, prinsip tanggung jawab sudah semestinya melekat pada setiap pelaku usaha dan juga konsumen. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab atas keamanan dan kenyamanan konsumen. Begitu juga konsumen juga memiliki tanggung jawab, ketika akad jual beli telah disepakati. Adapun sanksi yang diterima oleh produsen adalah sanksi perdata, yang mana hal ini sesuai dengan substansi dari Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sanksi perdata yang dimaksud ialah besar kecilnya disesuaikan dengan kerugian yang diterima oleh konsumen.

D. KESIMPULAN

Bentuk perlindungan konsumen yang membeli barang berstatus *Black Market* melalui *E-Commerce*. Beberapa langkah perlindungan meliputi regulasi Perundang-undangan, konsumen memiliki hak untuk mengembalikan produk atau *Refund* dan mendapatkan pengembalian uang jika produk tersebut rusak atau tidak memenuhi harapan konsumen. Dengan adanya Upaya Preventif yang diupayakan untuk mencegah masalah atau bahaya sebelum mereka terjadi atau berkembang menjadi masalah yang lebih besar dan Upaya Represif merujuk kepada tindakan atau langkah yang diambil untuk menekan atau mengendalikan perilaku yang melanggar hukum atau norma-norma sosial. Apabila konsumen secara sadar dan sudah mengetahui barang yang dibeli di *E-Commerce* tersebut adalah barang *Black Market*, maka konsumen tidak akan mendapatkan Perlindungan Konsumen jika terjadi apa-apa dengan barang ataupun kerugian yang diterimanya.

Bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang memperdagangkan barang-barang elektronik berstatus *Black Market* melalui *E-Commerce*. Bentuk dari tanggung jawab yang seharusnya diberikan terhadap konsumen adalah pengembalian barang atau *Refund*. Yang dimana pelaku usaha tetap akan bertanggung jawab atas tidak sesuainya barang yang diberikan ataupun kerugian yang telah diterima oleh konsumen dengan prosedur pengembalian, pelaku usaha juga harus memastikan bahwa proses pengembalian dan penyelesaiannya berjalan dengan baik dan efisien.

Pemerintah dan lembaga pengawas konsumen dapat melindungi konsumen dengan membuat peraturan yang ketat terhadap penjualan barang ilegal di *E-Commerce* dengan cara memberi batas-batas usia di setiap pelaku usaha yang ingin berjualan melalui *E-Commerce* agar tidak semua pelaku usaha bisa membuat akun *E-Commerce* dengan sembarang dan dapat mengurangi resiko terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Informasi

yang jujur dari pelaku usaha karena konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang barang yang mereka beli, termasuk status legal tidaknya barang tersebut. Penyedia layanan platform *E-Commerce* wajib mencantumkan asal-usul barang, status kelegalan, dan informasi relevan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, 2016.

_____, *Hak-Hak Konsumen*, Cet. 1, Jilid 1, Nusa Media, Bandung, 2010.

Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005.

Ahmadi Miru, “*Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*”, (Disertasi Program Pascasarjana Universitas Airlangga), Surabaya, 2000.

Apriani, *Tinjauan Terhadap Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*, UIR LAW REVIEW, 2019.

Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce : Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.

Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*, Tasikmalaya : PT. Zona Media Mandiri, 2020.

Jurnal Dan Internet

A.A Gde, Ibrahim, et.al., “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Baku Jual Beli Perumahan Dengan Pihak Pengembang Di Bali*”, (Jurnal Ilmiah Prodi Magister Kenotariatan), Volume I, No 2, 2016.

<https://www.hukumonline.com/berita/a/upaya-preventif-dan-represif-dalam-penegakan-hukum>. Di Akses Pada Tanggal 13 Oktober 2023.

<https://kiriminja.com/blog/black-market-blackmarket-atau-yang-berlaku-dalam-suatu-negara>. Di Akses Pada Tanggal 13 Oktober 2023./