

Optimalisasi Peran Perempuan Dalam Literasi Konsumen Cerdas Indonesia

Widya Marthauli Handayani
Universitas Islam Nusantara Bandung, Indonesia
e-mail: marthaulihutapea@gmail.com

ABSTRACT

Understand the relationship between consumers and women. consumers are basically people. People who carry out consumption activities for goods and / or services circulating in the community. In law, people are qualified as legal subjects. One of the legal subjects is a natural person (natuurlijke persoon). Some research results show that the role of women affects income, purchasing decisions, consumption and the household economy. This research aims to provide a comprehensive insight into how the role of women can be optimized in consumer literacy in Indonesia. This research applies normative juridical methodology by integrating various analytical methods, such as comparative, conceptual, and statutory approaches. The research mainly focuses on analytical descriptive specifications, which provide detailed descriptions of the data collected to obtain an in-depth understanding of certain legal events in society. The result of this research is that as women and law-aware family activists, it is important to increase literacy about consumer protection. This can be started by reading related regulations, and participating in legal socialization to protect ourselves and those closest to us in consuming the goods or services we choose.

Keywords: consumer; literacy; women

ABSTRAK

Memahami hubungan antara konsumen dengan perempuan. konsumen pada prinsipnya adalah orang. Orang yang melakukan aktivitas konsumsi terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat. Dalam ilmu hukum, orang dikualifikasikan sebagai subjek hukum. Salah satu subjek hukum adalah orang alamiah (natuurlijke persoon). Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa peran perempuan berpengaruh terhadap pendapatan, keputusan pembelian, konsumsi dan perekonomian rumah tangga. Penelitian ini bertujuan agar dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang bagaimana peran perempuan dapat dioptimalkan dalam literasi konsumen di Indonesia. Penelitian ini menerapkan metodologi yuridis normatif dengan mengintegrasikan berbagai metode analisis, seperti pendekatan komparatif, konseptual, dan perundang-undangan. Penelitian ini terutama berfokus pada spesifikasi deskriptif analitis, yaitu memberikan deskripsi rinci dari data yang dikumpulkan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang peristiwa hukum tertentu dalam masyarakat. Hasil penelitian ini sebagai perempuan dan penggerak keluarga sadar hukum, penting untuk meningkatkan literasi tentang perlindungan konsumen. Hal ini dapat dimulai dengan membaca regulasi terkait, serta mengikuti sosialisasi hukum untuk melindungi diri dan orang terdekat dalam mengonsumsi barang atau jasa yang kita pilih.

Kata Kunci: konsumen; literasi; perempuan

PENDAHULUAN

Memahami hubungan antara konsumen dengan perempuan. Istilah “konsumen” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bunyi Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang 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 untuk diperdagangkan.¹

Berdasarkan definisi tersebut, konsumen pada prinsipnya adalah orang. Orang yang melakukan aktivitas konsumsi terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat.²

Dalam ilmu hukum, orang dikualifikasikan sebagai subjek hukum. Salah satu subjek hukum adalah orang alamiah (*natuurlijke persoon*).³ Selanjutnya, orang alamiah terbagi dua berdasarkan kodratnya, yaitu: laki-laki dan perempuan. Dengan demikian, selain konsumen laki-laki juga harus disadari posisi konsumen perempuan dalam transaksi barang dan/atau jasa di masyarakat.⁴

Dulu kedudukan laki-laki tidak setara dengan perempuan. Walaupun seorang

perempuan telah dewasa namun hukum perdata mengkualifikasikan perempuan tidak cakap hukum. Tetapi sekarang, perempuan dewasa dianggap cakap hukum dan dapat membuat perjanjian (perjanjian jual beli, perjanjian sewa menyewa, perjanjian tukar menukar, dsb.).⁵

Apalagi dalam kehidupan sehari-hari perempuan lebih banyak berbelanja/melakukan transaksi jual beli (beli kebutuhan dapur keluarga di warung/supermarket, beli baju lebaran, beli kosmetik, dsb) maka konsumen perempuan disebut juga pembeli.⁶

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa peran perempuan berpengaruh terhadap pendapatan, keputusan pembelian, konsumsi dan perekonomian rumah tangga. Perempuan cenderung memiliki suara yang menentukan dalam memilih barang dan jasa untuk rumah tangganya.

Disinilah letak peran krusial konsumen perempuan, terutama dalam kedudukannya sebagai putri, istri dan ibu dalam rumah tangga. Berbekal literasi, pengalaman, pengetahuan otomatis perempuan berperan besar di setiap transaksi barang dan/jasa yg ditujukan bagi pemenuhan kebutuhan anak, suami bahkan keluarga besar. Konsumen perempuan tidak akan sembarangan menggunakan penghasilannya atau

¹ Asrul Aswar and Resdianto Willem, “Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Yang Adil Bagi Konsumen,” *Alauddin Law Development Journal* 5, no. 1 (2023): 11–23.

² Hulman Panjaitan, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021).

³ Mujib Medio Annas, “Kedudukan Subjek Hukum Orang Dalam Menentukan Sahnya Perbuatan Hukum Berkaitan Dengan Akta Otentik,” *Jurnal Lex Justitia* 2, no. 2 (2021): 178–199.

⁴ I Putu Merta Suadi, Ni Putu Rai Yuliantini, and Si Ngurah Ardhya, “Tinjauan Yuridis Subyek Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Online/e-Commerce Ditinjau

Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,” *Jurnal Komunitas Yustisia* 4, no. 2 (2021): 668–681.

⁵ Iwan Setiawan et al., “Kajian Teologis Terhadap Status Perempuan Dalam Perjanjian Baru,” *Missio Ecclesiae* 10, no. 2 (2021): 155–168.

⁶ Rezmia Febrina, “Perlindungan Hak Kesehatan Bagi Perempuan Sebagai Konsumen Pengguna Kosmetik Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen: Perlindungan Hak Kesehatan Bagi Perempuan Sebagai Konsumen Pengguna Kosmetik Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya* 2, no. 1 (2017): 173–202.

suami untuk berbelanja yg tidak penting. Konsumen perempuan akan memilih barang dan/atau jasa yg bermutu dan dibutuhkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metodologi yuridis normatif dengan mengintegrasikan berbagai metode analisis, seperti pendekatan komparatif, konseptual, dan perundang-undangan. Sebagian besar penelitian ini bergantung pada data sekunder sebagai sumber informasi utamanya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan kualitatif.⁷ Penelitian ini terutama berfokus pada spesifikasi deskriptif analitis, yaitu memberikan deskripsi rinci dari data yang dikumpulkan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang peristiwa hukum tertentu dalam masyarakat. Selanjutnya, data tersebut dianalisis dengan mengacu pada konsep-konsep hukum yang relevan.⁸

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Agar menjadi konsumen cerdas, diperlukan upaya literasi konsumen terhadap kewajiban dan hak-hak sebagai konsumen Indonesia. Upaya literasi konsumen saat ini gencar dilakukan dan didukung oleh Pemerintah dan lembaga-lembaga di sektor

perlindungan konsumen.⁹ Langkah yg baik bila setiap lembaga pendidikan dilengkapi biro-biro khusus yang berkerjasama dengan sektor Perlindungan Konsumen untuk memudahkan akses perempuan terhadap perlindungan konsumen dilingkungan masyarakat yang sadar hukum.¹⁰

Tidak berlebihan apresiasi diberikan kepada konsumen perempuan karena berperan dalam upaya literasi dan edukasi anak-anak dalam keluarga. Anak-anak adalah generasi muda masa depan Indonesia dan sekaligus generasi muda konsumen cerdas Indonesia.¹¹

Konsumen cerdas Indonesia adalah konsumen yang mengerti kewajibannya, bijaksana dan kritis dalam bertransaksi, serta berani memperjuangkan hak-haknya apabila dilanggar oleh pelaku usaha.¹²

Mengerti kewajiban artinya konsumen tidak hanya menuntut hak-haknya saja tetapi juga mengerti kewajiban sebagai konsumen dan melaksanakannya, seperti membayar harga sesuai yang telah disepakati.¹³

Bijaksana artinya, konsumen akan memilih barang atau jasa sesuai dengan kualitas dan kebutuhannya. Artinya, konsumen lebih mengutamakan kebutuhan bukan malah

⁷ Soerjono Soekanto and Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2022).

⁸ St Muhammad Syahrudin dan Others, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum: Kajian Penelitian Normatif, Empiris, Penulisan Proposal, Laporan Skripsi Dan Tesis* (Cv. Dotplus Publisher, 2022).

⁹ Megawati Simanjuntak and Annisa Nisrina Insiyroh, "Edukasi Konsumen Cerdas Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Kelurahan Joglo, Kota Surakarta," *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* 7, no. 1 (2021): 39–47.

¹⁰ Anak Agung Ayu Lila Paramasatiari and Putu Arya Suryanditha, "Pendampingan Kaderisasi Siswa Konsumen Cerdas Di Sekolah Dasar Negeri 10

Denpasar," *Jurnal Peduli Masyarakat* 4, no. 2 (2022): 219–228.

¹¹ Enny Zuhni Khayati, "Pendidikan Konsumen Di Keluarga Dan Kontribusi Ibu Dalam Menyiapkan Generasi Emas Indonesia," *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana* 10, no. 1 (2015).

¹² Riska Novitasari et al., "Sosialisasi Konsumen Cerdas Di Desa Tenajar, Kecamatan Kertasemaya, Kabupaten Indramayu," *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)* 2, no. 3 (2020): 368–371.

¹³ Alfina Maharani and Adnand Darya Dzikra, "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021): 659–666.

memprioritaskan keinginan, diskon, harga, barang branded atau yang tengah viral.¹⁴

Kritis artinya konsumen teliti sebelum membeli seperti memastikan legalitas pelaku usaha (izin usaha), teliti melihat label (misal: label BPOM, label SNI dan label halal), tanggal kadaluarsa/*expired*, petunjuk penggunaan/*manual book*, kartu jaminan garansi/purna jual.¹⁵

Berani artinya, konsumen berani memperjuangkan haknya apabila barang/jasa yang dibelinya tidak sesuai dengan standar (SNI) yang dipersyaratkan atau tidak sesuai dengan kesepakatan/isi perjanjian. Bentuk keberanian itu misalnya dengan cara komplain langsung ke pelaku usaha, bahkan berani mengambil sikap tegas dengan mengadakan ke lembaga yang berwenang, misalnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).¹⁶

Berhubung saat ini, bangsa Indonesia berada di era digital sehingga transaksi online menjadi bagian dari aktivitas konsumen perempuan, maka berikut tips untuk membantu perempuan berbelanja dengan cerdas.

Hati-hati dengan iklan media sosial. Lakukan riset sebelum membeli suatu produk atau layanan. Ada banyak iklan dengan penawaran menarik yang muncul di Facebook dan Instagram. Gunakan pencarian Google untuk memverifikasi produk dan si penjual. Mungkin saja ada penipu yang menggunakan iklan media sosial untuk mengelabui perempuan agar memasukkan informasi data pribadinya.¹⁷

Perempuan tidak boleh mudah tergoda untuk membeli secara cepat apalagi dengan iming-iming stiker penjualan berwarna merah mencolok alias diskon/obral/sale. Perempuan harus berdayakan kemampuan terbaik kita untuk mencari produk yang memang bagus, dapat diandalkan dengan harga yang terjangkau. Terkadang produk yang lebih murah, mungkin itu bukan pilihan terbaik dalam jangka panjang jika tidak berfungsi, rusak, atau memerlukan perbaikan yang mahal, jadinya uang yg kita keluarkan menjadi tidak efektif dan efisien.

Konsumen Perempuan membaca dan memahami sebelum menandatangani atau mengklik kontrak/perjanjian jual beli. Jangan sungkan untuk mengajukan pertanyaan tentang apa pun yang mungkin tidak jelas dan jangan menandatangani sampai kita benar-benar memahaminya. Karena kita secara hukum bertanggung jawab untuk mengikatkan diri atau menunda dan mengakhiri kontrak yang ditawarkan kepada kita.

Usahakan semua transaksi dibuat secara tertulis, berupa nota/kwitansi pembelian. Untuk menghindari penjual yang beritikad tidak baik atau bersikap pura-pura lupa. Misalnya penjual enggan memberikan pengembalian dana saat barang yang dijual memiliki cacat tersembunyi atau barang yang sudah dibeli ternyata tidak memenuhi harapan kita sebagaimana janji penjual waktu transaksi dilakukan, kemudian tidak mau memberikan pengembalian barang dengan penukaran produk serupa atau setara atau bergaransi, dan banyak modus lainnya.¹⁸ Jadi

¹⁴ Femi Andriani and Sari Nalurita, "Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek)," *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* 1, no. 3 (2021): 266–278.

¹⁵ Karina Hasiyanni Manurung et al., "Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Akibat Kepailitan Perusahaan Properti," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 4 (2023).

¹⁶ Tasya Delvita Mutiara and Lilawati Ginting, "Ketidak Terpenuhinya Hak Konsumen Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 2, no. 3 (2023): 598–604.

¹⁷ Zulva Azizah Zulva, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Di Media Sosial," *Dinamika* 29, no. 1 (2023): 6664–6678.

¹⁸ Rizka Syafriana, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik," *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 2 (2016): 430–447.

sebelum kita meninggalkan toko atau membawa pulang barang atau cek out keranjang orange, pastikan kita mengetahui kebijakan pengembalian atau penukaran yang disediakan toko atau penjual. kemudian simpan salinan kuitansi, garansi, dan kontrak, nomor layanan purnajual secara baik dan foto apabila dirasa kertas tsb akan pudar. Karena mungkin saja kita membutuhkan surat tsb saat mengajukan klaim, atau jika terjadi penarikan produk karena hal tertentu.¹⁹

Bila ingin berbelanja secara online Hindari transaksi melalui wi-fi publik atau komputer umum. Bisa saja Peretas/hecker menargetkan pengguna di jaringan publik dengan metode tertentu untuk mencuri informasi. kita tidak pernah tahu siapa yang mengawasi kita di tempat umum, jadi sebaiknya hindari memasukkan informasi pribadi dalam situasi seperti itu caranya, selalu ketikkan informasi perbankan kita, dibandingkan menggunakan isi otomatis dan buat kata sandi yang kuat dan unik dan bedakan kata sandi untuk setiap akun.²⁰

Di mana pun kita berbelanja, atau dari siapa kita membeli, waspadalah terhadap taktik/trik marketing bertekanan tinggi yang dapat membahayakan kita. Jangan mau dipaksa untuk langsung menandatangani sesuatu. Dapatkan salinan kontrak dan luangkan waktu untuk membacanya. Pastikan mencantumkan nama perusahaan dan penjual, deskripsi barang atau jasa, informasi harga, dan informasi tentang pembatalan penjualan. Ingatlah bahwa jika suatu penawaran terdengar

terlalu sempurna, mungkin justru penawaran tsb harus diwaspadai.²¹

Jika tidak puas dengan pembelian barang/jasa, hubungi penjual dan beri mereka kesempatan untuk memperbaiki masalah terlebih dahulu. Jika masalah tidak dapat diselesaikan, kita bisa mempertimbangkan untuk mengajukan keluhan tersebut kepada pihak berwenang.²²

KESIMPULAN

Untuk menjadi konsumen cerdas, literasi konsumen tentang hak dan kewajiban sangat penting. Pemerintah dan berbagai lembaga mendukung upaya ini, dan lembaga pendidikan perlu menyediakan biro khusus untuk memudahkan akses perempuan terhadap perlindungan konsumen. Konsumen cerdas memahami kewajiban, bijak dalam memilih produk, kritis sebelum membeli, dan berani memperjuangkan haknya. Di era digital, perempuan harus hati-hati dengan iklan media sosial, melakukan riset, menyimpan bukti transaksi, menghindari wi-fi publik untuk transaksi, dan membaca kontrak dengan teliti. Literasi konsumen yang baik memungkinkan perempuan untuk bertransaksi dengan bijak dan aman, serta melindungi diri dari praktik merugikan, menciptakan lingkungan konsumen yang lebih adil di Indonesia.

SARAN

Sebagai Perempuan dan induk bagi generasi cerdas, harus jadi penggerak keluarga sadar hukum. Dengan cara menambah literasi

¹⁹ Roberto Ranto, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik," *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA* 2, no. 2 (2019): 145-164.

²⁰ Andri Soemitra and others, "Perlindungan Konsumen Terhadap Kebocoran Data Pada Jasa Keuangan Di Indonesia," *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)* 5, no. 1 (2022): 288-303.

²¹ Tangkas Hadi Perwira and Atik Winanti, "Perlindungan Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan," in *National Conference on Law Studies (NCOLS)*, vol. 2, 2020, 312-320.

²² IPAD Wijaya and I Wayan Novy Purwanto, "Perlindungan Hukum Dan Tanggung Jawab Para Pihak Dalam Transaksi Bisnis Elektronik Di Indonesia," *Program Kekhususan Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Udayana* (2019).

Perempuan tentang perlindungan konsumen dimulai dari membaca regulasi tentang hukum perlindungan konsumen, mengikuti update sosialisasi hukum untuk pengembangan pribadi yang bermanfaat untuk melindungi diri sendiri maupun orang terdekat yang turut mengkonsumsi barang atau jasa hasil pilihan kita.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Andriani, Femi, and Sari Nalurita. "Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek)." *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* 1, no. 3 (2021): 266–278.
- Annas, Mujib Medio. "Kedudukan Subjek Hukum Orang Dalam Menentukan Sahnya Perbuatan Hukum Berkaitan Dengan Akta Otentik." *Jurnal Lex Justitia* 2, no. 2 (2021): 178–199.
- Aswar, Asrul, and Resdianto Willem. "Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Yang Adil Bagi Konsumen." *Alauddin Law Development Journal* 5, no. 1 (2023): 11–23.
- Febrina, Rezmia. "Perlindungan Hak Kesehatan Bagi Perempuan Sebagai Konsumen Pengguna Kosmetik Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen: Perlindungan Hak Kesehatan Bagi Perempuan Sebagai Konsumen Pengguna Kosmetik Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya* 2, no. 1 (2017): 173–202.
- Khayati, Enny Zuhni. "Pendidikan Konsumen Di Keluarga Dan Kontribusi Ibu Dalam Menyiapkan Generasi Emas Indonesia." *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana* 10, no. 1 (2015).
- Maharani, Alfina, and Adnand Darya Dzikra. "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021): 659–666.
- Manurung, Karina Hasiyanni, Pramudita Antasia, Syifa Nurfajriana, Zainab Cahya Rosuli, Silvia Rosiana, and Andriyanto Adhi Nugroho. "Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Akibat Kepailitan Perusahaan Properti." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 4 (2023).
- Muhammad Syahrums, ST and others. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum: Kajian Penelitian Normatif, Empiris, Penulisan Proposal, Laporan Skripsi Dan Tesis*. CV. Dotplus Publisher, 2022.
- Mutiara, Tasya Delvita, and Lilawati Ginting. "Ketidak Terpenuhinya Hak Konsumen Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 2, no. 3 (2023): 598–604.
- Novitasari, Riska, Mohamad Sahid Rahman, Arif Darmawan, Sri Rahayu, and others. "Sosialisasi Konsumen Cerdas Di Desa Tenajar, Kecamatan Kertasemaya, Kabupaten Indramayu." *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)* 2, no. 3 (2020): 368–371.
- Panjaitan, Hulman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bekasi: Jala Permata Aksara, 2021.
- Paramasatiari, Anak Agung Ayu Lila, and Putu Arya Suryanditha. "Pendampingan Kaderisasi Siswa Konsumen Cerdas Di Sekolah Dasar Negeri 10 Denpasar." *Jurnal Peduli Masyarakat* 4, no. 2 (2022): 219–228.
- Perwira, Tangkas Hadi, and Atik Winanti. "Perlindungan Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan." In *National Conference on Law Studies (NCOLS)*, 2:312–320, 2020.
- Ranto, Roberto. "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik." *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA* 2, no. 2 (2019): 145–164.
- Setiawan, Iwan, Chresty Thessy Tupamahu, Martono Martono, and Yulia Vriska

Tripena. "Kajian Teologis Terhadap Status Perempuan Dalam Perjanjian Baru." *Missio Ecclesiae* 10, no. 2 (2021): 155–168.

Simanjuntak, Megawati, and Annisa Nisrina Insiroh. "Edukasi Konsumen Cerdas Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Kelurahan Joglo, Kota Surakarta." *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* 7, no. 1 (2021): 39–47.

Soekanto, Soerjono, and Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2022.

Soemitra, Andri and others. "Perlindungan Konsumen Terhadap Kebocoran Data Pada Jasa Keuangan Di Indonesia." *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)* 5, no. 1 (2022): 288–303.

Suadi, I Putu Merta, Ni Putu Rai Yuliantini, and Si Ngurah Ardhya. "Tinjauan Yuridis Subyek Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Online/e-Commerce Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Jurnal Komunitas Yustisia* 4, no. 2 (2021): 668–681.

Syafriana, Rizka. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik." *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum* 1, no. 2 (2016): 430–447.

Wijaya, IPAD, and I Wayan Novy Purwanto. "Perlindungan Hukum Dan Tanggung Jawab Para Pihak Dalam Transaksi Bisnis Elektronik Di Indonesia." *Program Kekhususan Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Udayana* (2019).

Zulva, Zulva Azizah. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Di Media Sosial." *Dinamika* 29, no. 1 (2023): 6664–6678.