

**PENGARUH HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL, ETIKA BISNIS,
DAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM E-BUSINESS**

Dr. Achmad Fauzi S.E.,M.M¹, Irzan Soepriyadi², Anggita Aprilliani³,

Anisah Sasa Septiani⁴, Ayu Angelika⁵, Putri Nur Amelia⁶

achmad_fauziok@yahoo.com¹, irzlaw@yahoo.com², anggitaprn@gmail.com³,

anisahsasaseptiani18@gmail.com⁴, Ayuangelika27@gmail.com⁵, putrinuramelia29@gmail.com⁶

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

ABSTRAK

Riset yang relevan penting dalam suatu jurnal ilmiah. Riset inilah yang akan memperkuat teori dari hubungan atau pengaruh antar variabel. Jurnal ini mereview pengaruh hak kekayaan intelektual, etika bisnis, dan perlindungan hukum bagi konsumen dalam *e-business*. Tujuan dari penelitian ini ialah membangun hipotesis pengaruh antar variabel yang dapat digunakan untuk riset selanjutnya. Hasil dari literatur jurnal ini ialah hak kekayaan intelektual, etika bisnis, dan perlindungan hukum bagi konsumen berpengaruh dalam *e-business*.

Kata Kunci: Hak Kekayaan Intelektual, *E-commerce*, Etika Bisnis, Perlindungan Hukum bagi Konsumen, dan *E-business*.

1. PENDAHULUAN

Teknologi terus maju dan berkembang seiring perubahan zaman. Hal ini dipengaruhi karena teknologi informasi menjadi alat dalam memenuhi kebutuhan manusia dalam melakukan pekerjaan di berbagai bidang dan profesi. Salah satu kegiatan yang memanfaatkan teknologi ialah *e-business*. *E-business* sudah tidak asing lagi didengar, dalam industri *e-business*, situs web adalah tempat di mana perusahaan menawarkan produk/jasanya. Oleh karena itu, situs web memiliki peran yang penting dalam kemajuan *e-business* terutama kaitannya dengan konsep belanja online. Konsep belanja online menawarkan kemudahan dan keunggulan dibanding konsep belanja biasa. Nilai dari proses perdagangan yang lebih cepat. Tentu saja, hukum dan peraturan berlaku saat menggunakan teknologi informasi. Sangat penting untuk memahami dan menerapkan peraturan perundang - undangan khususnya penerapan hak kekayaan intelektual (haki) dalam *e-business*. Kekayaan intelektual bukan hanya soal nama dan kehormatan bagi penemu yang membuat penemuan atas paten, tetapi juga yang menjadikan kekayaan intelektual sebagai alat yang menambah nilai ekonomi bagi pemiliknya.

Dunia bisnis membutuhkan etika di atas hukum yang ada. Kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian. Etika bisnis menyatakan bahwa kita memerlukan prinsip yang jelas untuk membangun bisnis yang lebih dapat dipercaya. Dalam hal ini, membentuk kepercayaan konsumen sangat penting dalam etika bisnis. Kegiatan *e-business* sering dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk memaksimalkan keuntungan konsumen. Ketidaktahuan konsumen, ketidakjelasan informasi tentang produk dan layanan yang disediakan oleh pelaku usaha, dan kurangnya pemahaman konsumen tentang mekanisme transaksi merupakan faktor yang membuat konsumen rentan, dan perlu digali bentuk regulasi hukum baru yang rasional. Semua kegiatan bisa diatur.

2. KAJIAN TEORI

2.1 E-business (y)

E-business ialah aktivitas bisnis yang media utamanya menggunakan teknologi internet dalam menjalankan proses bisnisnya sehingga dapat menghemat biaya operasional perusahaan karena dilakukan menggunakan jaringan internet. *E-business* berhubungan antara sistem pemrosesan data baik internal maupun eksternal secara efisien dan fleksibel. Perusahaan pemasok dan mitra bisnis memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan juga relevan untuk *e-business*.

E-business ialah aktivitas bisnis yang prosesnya otomatis dan semi otomatis oleh sistem teknologi informasi. Penggunaan teknologi informasi oleh berbagai pihak termasuk penggunaan untuk mendesain proses internalnya sehingga dapat menerapkan dan mengelola proses bisnis untuk memberikan manfaat seperti fleksibilitas, efisiensi, peningkatan produktivitas. Dan keamanan.

Dengan diterapkannya *e-business* pada usaha dapat memberikan keuntungan maupun kerugian. Namun, keuntungan yang didapatkan lebih besar daripada kerugiannya. *E-business* yang dilakukan mencakup penggunaan, cara, maupun metode yaitu menggunakan perangkat elektronik untuk setiap transaksi, pertukaran data, pengiriman informasi kesepakatan kerjasama bisnis, dan lain sebagainya. Penerapan pada sistem informasi *e-business* merupakan komponen untuk mencapai kesuksesan bisnis secara nasional maupun global.

2.2 Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) (x1)

HaKI adalah suatu perlindungan hak cipta untuk seseorang yang berkarya sesuai dengan ketentuan pemerintah yang tercantum pada undang-undang. (Sri Redjeki Hartono) menyampaikan bahwa negara memberikan hak kekayaan intelektual juga hakikatnya merupakan hak dengan ciri yg berbeda dari yang lainnya, oleh karena itu keistimewaan tersebut diberikan oleh pemerintah berdasarkan perundang - undangan. Di Indonesia sangat penting pembangun perlindungan hak kekayaan intelektual. Yang termasuk hak kekayaan intelektual yang dapat perlindungan di Indonesia antara lain desain industry, paten, merk, lisensi, hak cipta. Penjelasan paten yang perlu diketahui yaitu tata cara mengenai melaksanakan penemuan agar dapat dipahami seseorang, di Indonesia masih rendah tingkat kesadaran hukum dan aturan mengenai penggunaan maupun pembuatan teknologi informasi dari golongan instansi, masyarakat, maupun pemerintah. Mengerti dan menjalankan peraturan yang berlaku dan atur serta penerapan hak kekayaan intelektual (HaKI) dalam teknologi informasi di Indonesia sangat penting bagi bangsa ini.

Di atur dalam perundang-undangan di Indonesia nomor 6 tahun 1982 mengenai hak cipta, dan mengalami perubahan menjadi undang-undang nomor 19 tahun 2020. Perlindungan hukum hak cipta dan merk yaitu hak eksklusif yang di dapat dari pemilik merek bisa menggunakan sendiri mereknya dengan aman. Dengan menyepakati perjanjian yg mengikat antara pihak penjual dan pembeli suatu kebijakan yang sangat penting dan memudahkan si penjual atau pembeli. Sebenarnya pihak dari marketplace bertanggung jawab terhadap pelanggaran produk tiruan yang tersebar di pasar online, realitas berbanding terbalik dengan apa yang diinginkan. Tujuan ada nya hukum dan kontrak bisnis elektronik platform antara pedagang dan pembeli untuk memberikan keamanan bagi keduanya agar tidak ada munculnya kerugian.

2.3 Etika Bisnis (x2)

Dalam bahasa Yunani *ethos*, yang bentuk umumnya (*ta ethos*) yang memiliki arti yaitu “adat istiadat” atau “kebiasaan” lebih disukai. Menurut definisi ini, etika mengacu pada perilaku moral baik dalam kelompok sosial maupun individu. Etika tidaklah sama terhadap hukum dan peraturan. Hukum dan

peraturan memiliki aturan dan sanksi yang nyata. Maka dapat diketahui bahwa hukum atau aturan merupakan suatu etika yang sudah dilegalkan seperti undang-undang dan sebagainya. Untuk pelanggaran hukum, hukumannya sudah pasti jelas pidana atau perdata, jika pelanggaran etika sanksinya masih samar - samar biasanya dikenakan sanksi moral saja sesuai adat istiadat.

Salah satu teori menurut Ki Hajar Dewantara, mengemukakan bahwa etika merupakan suatu ilmu untuk mempelajari semua persoalan yang baik ataupun jahat sepanjang pada hidup manusia untuk mengambil tindakan. Etika bisnis juga menjadi suatu alat yang dapat digunakan dalam pemahaman umum tentang sesuatu yang baik dan benar untuk diterapkan oleh suatu bisnis dalam perusahaan. Jika perusahaan menetapkan tujuan kegiatan bisnis mereka sebagai tujuan ke depannya, mereka harus bertindak secara etis.

Di era globalisasi saat ini etika bisnis sudah tergerus oleh perkembangan teknologi yang mampu menciptakan kebebasan yang sangat besar. Akibat hal tersebut dapat dijabarkan bahwa etika yaitu seluruh norma atau "aturan" umum yang tidak boleh dihilangkan dalam berbisnis, karena etika adalah dasar dari keyakinan dan tindakan yang di benarkan, ada beberapa standar atau "aturan" universal yang tidak boleh diabaikan dalam bisnis. Masalah dalam etika bisnis bukan hanya perusahaan kecil yang dihadapi, tetapi juga untuk perusahaan besar. Menurut Tina Dacin (2011:1) menyatakan jika penipuan adalah suatu permasalahan yang menyulitkan untuk dipecahkan pada saat ini. Karena pada sebuah studi membuktikan bahwa hampir seluruh bisnis di seluruh dunia ini pernah menjadi korban kejahatan kerah putih. Pengaruh etika bisnis memberikan dampak yang signifikan terhadap tercapainya kompetisi yang sehat.

Terjadinya suatu persaingan yang tidak sehat pun menjelaskan bahwa pentingnya badan hukum dan etika bisnis di dalam perusahaan tidak berfungsi dengan baik dan semestinya. Akibat dari timbulnya hal tersebut berbagai pelanggaran yang diterima yaitu banyak tuntutan etika bisnis dan juga penerapan etika bisnis diharapkan bisa meminimalkan hal - hal yang tidak diharapkan, secara tidak langsung juga bisa membantu susunan perekonomian. Jika dalam sebuah entitas memutuskan target bisnisnya sebagai bisnis jangka panjang, maka perusahaan harus bertindak secara etis. Bertindak secara etis di era industrialisasi global merupakan suatu pilihan strategi bisnis jangka panjang yang sangat penting. Pengembangan bisnis, kepercayaan pelanggan, peningkatan laba dan peningkatan target pasar adalah impian setiap pengusaha dan ini dapat terwujud dengan menjunjung tinggi nilai - nilai dari etika.

Bisnis yang beretika ialah bisnis yang menjunjung penuh nilai - nilai luhur yang berasal dari hati nurani kita, dari empati, dan dari norma atau aturan. Sebuah bisnis dapat dikatakan etis ketika pelaku bisnis selalu menggunakan hati nurani dalam menjalankan usahanya. Apakah kualitas barang yang dijual baik? Apakah promosinya sudah dilakukan dengan jujur? Dan apakah praktik bisnis yang dilakukan jujur dan apa adanya? Etika bisnis berdampak pada standar dan pedoman yang digunakan bisnis untuk menjalankan bisnis sehari - hari dengan integritas, transparansi, dan etika.

Etika menjadi titik pusat dalam aktivitas bisnis yang berwujud global karena bisnis tidak cukup dijalankan sesuai dengan transaksi yang terikat oleh kontrak - kontrak yang formal dan hukum saja, namun juga harus dilandasi dengan rasa saling percaya diantara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut. Maka jika tanpa didasari dengan etika, yang dapat terjadi adalah tidak adanya rasa saling percaya antara masyarakat. Tidak peduli seberapa bagus hasil dan efektivitas dalam bisnis, tanpa sikap dan etika yang benar konsekuensi negatif akan terjadi di masa depan.

2.4 Perlindungan Hukum Bagi Konsumen (x3)

Dampak yang diberikan karena adanya perkembangan teknologi saat ini signifikan terhadap perekonomian. Ekonomi digital saat ini sedang ditransformasikan oleh kemajuan teknologi berupa internet. Pola kehidupan sosial, politik, budaya, agama, ekonomi, dan perdagangan masyarakat semuanya berkembang pesat. Diubah oleh kemajuan teknologi. Internet mulai dimanfaatkan sebagai media kegiatan bisnis di bidang perdagangan, terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi.

Bagaimana memilih produk bukanlah satu - satunya masalah yang dihadapi konsumen, melainkan jauh lebih rumit dari itu, dan melibatkan pengusaha dan konsumen yang menyadari betapa pentingnya perlindungan konsumen. Untuk menghasilkan barang dan jasa berkualitas yang aman untuk digunakan, mematuhi standar yang berlaku, dan harga sewajarnya, pelaku usaha sadar bahwa mereka harus menghormati hak - hak konsumen.

Karena luasnya ragam barang dan jasa yang umum digunakan, perkembangan ekonomi, perdagangan, dan industri yang semakin meluas memberikan kemudahan yang sangat baik bagi konsumen. Teknologi, informasi, dan telekomunikasi memberikan kebebasan dalam setiap transaksi perdagangan, memudahkan konsumsi atau penggunaan memasarkan barang atau jasa dan mendukung pertumbuhan globalisasi dan perdagangan skala besar

Pemerintah bertanggung jawab untuk melaksanakan dengan baik semua peraturan perundangundangan terkait dengan pengalihan barang dan jasa dari pelaku usaha ke konsumen. Selain itu, pemerintah berkewajiban untuk menegakkan peraturan perundang - undangan tersebut. Salah satu pendorong tumbuhnya *e-business* di indonesia adalah kecanggihan internet yang terus meningkat. Perkembangan *e-business* diatur dalam undang – undang no. 08 tahun 1999 perlindungan konsumen menyatakan bahwa setiap orang menggunakan barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, dan semua makhluk, dan bukan untuk keuntungan komersial, dianggap sebagai konsumen. Perundang - undangan khusus memberikan kepastian hukum kepada konsumen berupa peningkatan perlindungan hak konsumen dengan harapan pelaku usaha tidak melakukan tindakan menyimpang yang membahayakan hak konsumen.

Tabel 1: Penelitian terdahulu yang relevan

No	Writer	Previous Research Results	Similarities with this article	Difference with this article
1	Desi Febriani	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Does not use the variables Business Ethics and Legal Protection for Consumers</i>
2	Intan Rizka Pradani	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Does not use the variables Business Ethics and Legal Protection for Consumers</i>
3	Tedi Kurniawan (2020)	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Does not use the variables Business Ethics and Legal Protection for Consumers</i>
4	Icha Sheilindry, Mada Apriandi Z, and Achmad Syarifudin (2017)	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Does not use the variables Business Ethics and Legal Protection for Consumers</i>

No	Writer	Previous Research Results	Similarities with this article	Difference with this article
5	Ahmad M. Ramli, Rika Ratna Permata, Ranti Fauza Mayana, and Tasya (2021)	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Does not use the variables Business Ethics and Legal Protection for Consumers</i>
6	Yulia Nizwana and Rahdiansyah (2019)	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Intellectual property rights matter in e - business</i>	<i>Does not use the variables Business Ethics and Legal Protection for Consumers</i>
7	Wilma Laura Sahetapy (2017)	<i>Business ethics influence in e - business</i>	<i>Business ethics influence in e - business</i>	<i>Does not use the variable Intellectual Property Rights and Legal Protection for Consumers</i>
8	Gugyh Susandy and Deden Ramdhan (2019)	<i>Business ethics influence in e - business</i>	<i>Business ethics influence in e - business</i>	<i>Does not use the variable Intellectual Property Rights and Legal Protection for Consumers</i>
9	Hanie Kurniawati (2015)	<i>Business ethics influence in e - business</i>	<i>Business ethics influence in e - business</i>	<i>Does not use the variable Intellectual Property Rights and Legal Protection for Consumers</i>
10	Moh. Muslim (2017)	<i>Business ethics influence in e - business</i>	<i>Business ethics influence in e - business</i>	<i>Does not use the variable Intellectual Property Rights and Legal Protection for Consumers</i>
11	Setia Putra (2014)	<i>Legal protection for influential consumers in e - business</i>	<i>Legal protection for influential consumers in e - business</i>	<i>Does not use Intellectual Property Rights and Business Ethics variables</i>
12	Dianne Eka Rusmawati (2013)	<i>Legal protection for influential consumers in e - business</i>	<i>Legal protection for influential consumers in e - business</i>	<i>Does not use Intellectual Property Rights and Business Ethics variables</i>
13	Cindy Aulia Khotimah (2016)	<i>Legal protection for influential consumers in e - business</i>	<i>Legal protection for influential consumers in e - business</i>	<i>Does not use Intellectual Property Rights and Business Ethics variables</i>
14	Salamiah (2014)	<i>Legal protection for influential consumers in e - business</i>	<i>Legal protection for influential consumers in e - business</i>	<i>Does not use Intellectual Property Rights and Business Ethics variables</i>

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam jurnal ilmiah ini dengan kajian pustaka dan metode kualitatif. Mengkaji teori dan pengaruh antar variabel dari studi sebelumnya dan relevan. Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka yang digunakan harus secara konsisten dengan asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif agar tidak memaksakan pertanyaan yang diajukan peneliti.. Penelitian yang bersifat eksploratif menjadi alasan untuk melakukan penelitian kualitatif (Ali & Limakrisma, 2013).

4. PEMBAHASAN

4.1 Pengaruh Hak Kekayaan Intelektual (x1) dalam *E-business* (y)

Dampak hak kekayaan intelektual terhadap *e-business* memberikan beberapa dampak positif bagi aktivitas yaitu :

1. Menjadikan suatu karya.
2. Menjadi memiliki hasil.
3. Menjadi menjadikan payung hukum juga memperoleh adanya rasa terlindungi, oleh karenanya akan timbul rasa aman juga membangkitkan kepercayaan dalam diri untuk timbul ide ide yg menghasilkan karya yg lebih dari biasanya.

Beberapa faktor keamanan dan keandalan mencakup kerahasiaan data pembeli dan transaksi di situs online, spesifikasi barang yang dapat dipercaya dan juga penanganan pesanan yang dapat dijalankan dengan tepat.

Undang-Undang No. 19 tahun 2016 mengenai transaksi elektronik dan informasi dikatakan bahwa perjanjian antara para pihak yang dilakukan secara elektronik adalah kontrak elektronik. Menurut undangundang sistem elektronik adalah rangkaian perangkat dan prosedur guna menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, menyebarkan informasi, menyimpan, mengumpulkan, menganalisis. Antar pihak pembeli dan penjual terlibat berupa kesepakatan kerjasama sangat penting bagi nya. Untuk menjadi bukti yang mengikat dan juga sah dalam suatu kesepakatan.

4.2 Pengaruh Etika Bisnis (x2) dalam *E-business* (y)

Dampak etika bisnis terhadap *e-business* yang utamanya, yaitu berdampak pada meningkatnya tingkat moral dan kepercayaan di dalam suatu bisnis. Sehingga menyebabkan pertumbuhan tingkat transaksi di suatu bisnis. Kemunculan etika bisnis memiliki pengaruh positif pada kegiatan bisnis, di antaranya :

- a. Selain tujuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan, di dalam bisnis juga bertujuan untuk menjaga nama, harga, dan semua yang terlibat di suatu kegiatan bisnis.
- b. Bisnis merupakan suatu aktivitas yang mementingkan rasa saling percaya satu sama lain.
- c. Bisnis merupakan suatu kegiatan yang sangat penting bagi masyarakat yang terjadi di dalam suatu kelompok masyarakat.
- d. Etika bisnis mempunyai tujuan bisnisnya sebagai tujuan jangka panjang maka dari hal itu suatu entitas bisnis tersebut harus berlaku secara etis.
- e. Dengan adanya etika di dalam bisnis mampu menghindari efek negatif yang tidak diinginkan, dan sebagai hasilnya, hal itu juga dapat menguntungkan desain struktural perekonomian.

Keberhasilan suatu bisnis meliputi penerapan moral yang baik dalam melakukan kegiatan bisnis di masyarakat dengan memberikan pelayanan dengan baik dan macam - macam produk yang tampilannya menarik, harga variative di pasaran, jaminan kepuasan kepada pelanggan, dan hubungan timbal balik dari pelanggan dalam sebuah transaksi bisnis. Aspek keamanan dan kenyamanan antara lain dalam hal informasi pelanggan dan proses transaksi, penjelasan produk yang jujur, dan pemrosesan pesanan yang andal.

4.3 Pengaruh Perlindungan Hukum bagi Konsumen (x3) dalam *E-business* (y)

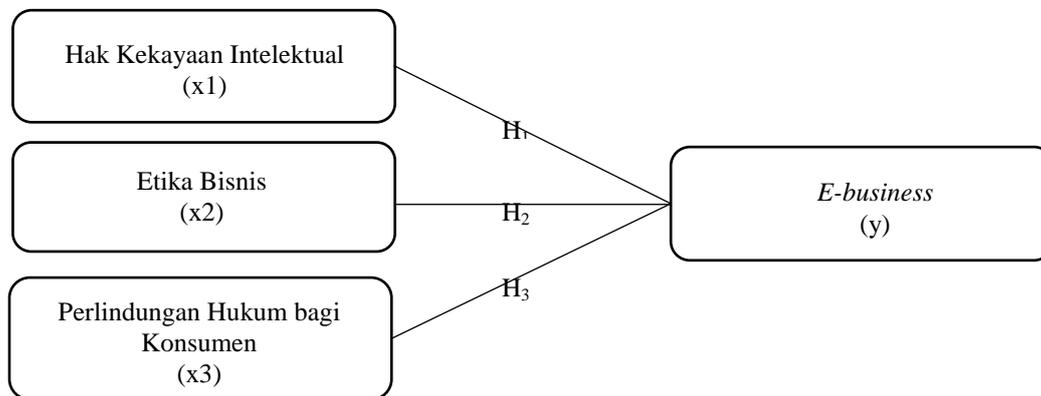
Melindungi konsumen dari hal – hal yang dapat merugikan kepentingannya atau melanggar hukum merupakan perlindungan hukum, dalam hal ini undangundang perlindungan konsumen (UUPK) dan undangundang transaksi elektronik (UUTE) memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang menggunakan *e-business*.

Sesuai dengan aturan hukum yang ada, perlindungan konsumen diuraikan sebagai berikut :

1. Pembelaan hukum dalam UUPK. Konsumen cenderung berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha dan dalam banyak kasus konsumen tidak berada dalam posisi tawar ketika bernegosiasi dengan pelaku usaha. Karenanya, diperlukan regulasi untuk melindungi kepentingan konsumen dan memastikan bahwa bisnis tidak dilanggar atau diperlakukan secara sewenang - wenang. Menurut pasal 1 angka 1 UUPK, pemberian perlindungan konsumen dimungkinkan dengan adanya jaminan kepastian hukum. Setiap konsumen yang percaya bahwa pelaku usaha telah dilanggar atau dirugikan hak-haknya dilindungi oleh uupk. Hak-hak konsumen yang dijabarkan secara rinci dalam uupk juga berlaku bagi konsumen yang menggunakan perdagangan elektronik atau transaksi elektronik.
2. Perlindungan dari undang - undang informasi dan transaksi elektronik, undang - undang no.11 tahun 2008 undang - undang transaksi data elektronik mengatur beberapa ketentuan yang memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang menggunakan *e-business*.

4.4 Conceptual Framework

Berdasarkan yang sudah dijabarkan dalam penelitian ini, maka dapat diperoleh kerangka berfikir seperti berikut ini:



Gambar 2 : Conceptual Framework

Berdasarkan kajian teori dan review dari jurnal dan penelitian yang relevan serta conceptual framework diatas, maka Hak Kekayaan Intelektual (x1), Etika Bisnis (x2), dan Perlindungan Hukum bagi Konsumen (x3) berpengaruh dalam *E-business* (y). Selain dari variabel yang sudah disebutkan, masih banyak variabel yang mempengaruhi *e-business*, diantaranya adalah :

- 1) Kepercayaan konsumen terhadap *e-business*.
- 2) Teknologi informasi dan *startup*; (Tedi Kurniawan, 2020).
- 3) Kontrak elektronik; (Icha Sheilindry; Mada Apriandi Z; dan Achmad Syarifudin, 2017).
- 4) Perlindungan hukum dan teknologi informasi; (Ahmad M. Ramli; Rika Ratna Permata; Ranti Fauza Mayana; Tasya, 2021).
- 5) E - commerce, tanggungjawab, Perlindungan dan penyelesaian; (Setia Putra, 2014).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dengan demikian diharapkan internet dapat bermanfaat terhadap bisnis berbasis digital atau biasa disebut *e - business*. Adanya *e-business* akan memudahkan perusahaan dalam bersaing dalam usahanya dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Dalam dunia e - business hak kekayaan intelektual, etika bisnis, dan

perlindungan hukum bagi konsumen juga perlu lebih dipahami agar dapat tercipta perekonomian yang lebih baik.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka hipotesis yang relevan untuk riset selanjutnya ialah :

1. Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) berpengaruh dalam *E-business*.
2. Etika Bisnis berpengaruh dalam *E-business*.
3. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam *E-business*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, masih banyak hal yang mempengaruhi *e-business* selain hak kekayaan intelektual, etika bisnis, dan perlindungan hukum bagi konsumen. Oleh karena itu, analisis lebih lanjut diperlukan untuk menemukan aspek lain yang dapat mempengaruhi *e-business* di luar yang disebutkan dalam artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad M. Ramli, R. R. (2021). Perlindungan Kekayaan Intelektual dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi di saat Covid-19. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 45-58.
- [2] Febriani, D. (n.d.). Aspek Hukum Hak Paten dan Hak Cipta dalam Bisnis. *Section Class Content*, 1-14.
- [3] Khotimah, C. A. (2016). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli - Online (E-Commerce). *Business Law Review*, 1, 14-20.
- [4] Kurniawan, T. (2020). Penerapan dan Pemanfaatan Hak Kekayaan Intelektual bagi Startup di Indonesia. *Hukum Bisnis dan Teknologi Informasi*, 1-10.
- [5] Kurniawati, H. (2015). Literatur Review : Pentingkah Etika Bisnis Bagi Perusahaan. *Literatur Review*, 1-13.
- [6] Muslim, M. (2017). Urgensi Etika Bisnis di Era Global. 20(2), 148-158.
- [7] Nizwana, Y., & Rahdiansyah. (2019). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) ditinjau dari Epistemologi. *UIR Law Review*, 34-40.
- [8] Pradani, I. R. (n.d.). HaKI pada Era Internet / Era Digital. *UAS-88675543*, 1-12.
- [9] Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2), 287-309.
- [10] Rusmawati, D. E. (2013). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 193-201.
- [11] Sahetapy, W. L. (2017). Etika Bisnis dalam E-commerce. *Jurnal Ilmu Hukum Tambun Bungai*, Vol 2(2), 170-186.
- [12] Salamiah. (2014). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Kegiatan Jual Beli. *Al' Adl*, VI(12), 39-52.
- [13] Sheilindry, I., Z, M. A., & Syarifudin, A. (2017). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Kontrak Bisnis Elektronik atas Pemegang Hak Merek Dagang. *Jurnal Simbur Cahaya*, 28(2), 282-294.
- [14] Susandy, G., & Ramdhan, D. (2015). Etika Bisnis sebagai Strategi Bisnis Jangka Panjang dalam Era Bisnis Global dan Revolusi Teknologi Informasi. *Dimensia*, 12(1), 35-78.