

ASPEK HUKUM PERJANJIAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI

MELALUI MEDIA SOSIAL

JURNAL ILMIAH



Oleh :

RADEN ARYO BHIMO PANGESTU

D1A118210

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MATARAM

2023

HALAMAN PENGESAHAN

**ASPEK HUKUM PERJANJIAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
MELALUI MEDIA SOSIAL**




Oleh :

RADEN ARYO BHIMO PANGESTU

D1A118210

**Menyetujui,
Pembimbing I**


Prof. Dr. H. Sudiarto, SH., M.Hum
NIP : 19580101 198703 1 004

ABSTRAK

ASPEK HUKUM PERJANJIAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA SOSIAL

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui legalitas dalam perjanjian transaksi jual beli melalui media sosial dan perlindungan hukum terhadap konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha ketika terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perUndang-Undangan, konseptual (*Conceptual Approach*) dan kasus (*Case Approach*). Hasil dari penelitian ini adalah suatu perjanjian jual beli melalui media sosial dapat dikatakan perjanjian yang sah apabila telah memenuhi unsur dalam syarat-syarat sahnya perjanjian yang sebagaimana di atur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang terdiri dari adanya Kesepakatan, adanya Kecakapan, adanya Suatu Hal Tertentu, adanya Suatu sebab yang halal. Kemudian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui media sosial terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tentang hak-hak konsumen.

LEGAL ASPECT OF AGREEMENT IN PURCHASE AND SALE TRANSACTIONS THROUGH SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

This study aims to determine the legality of buying and selling transactions through social media, legal protection for consumers and the responsibilities of business actors in the event of default in buying and selling transactions via social media. This study uses normative legal research using statutory, conceptual approaches (*Conceptual Approach*) and cases (*Case Approach*). The results of this study are that a sale and purchase agreement through social media can be said to be a valid agreement if it fulfills the elements in terms of the legality of the agreement as stipulated in Article 1320 of the Civil Code which consists of an agreement, a skill, a particular thing, the existence of a legal cause. The regarding legal protection for consumers in buying and selling transactions through social media is contained in Article 4 of Law Number. 8 of 1999 concerning Consumer Protection regarding consumer rights.

Keywords: agreement, sale and purchase transaction, social media

A. PENDAHULUAN

Obyek dari jual beli melalui media sosial merupakan objek baik berupa barang dan jasa maupun berupa informasi yang meskipun produk tersebut tidak dapat dilihat secara langsung, objek hanya terlihat berupa gambar dari layar computer atau barang elektronik pada jaringan internet, disertai dengan deskripsi yang menjelaskan akan keberadaan barang tersebut. Adanya informasi terkait merk barang, jumlah barang (kuantitas), kualitas barang, harga barang, mekanisme proses transaksi, juga mekanisme proses pengiriman barang serta informasi jumlah barang yang tersedia.¹

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Sedangkan dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, “Pelaku Usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

B. METODE PENELITIAN

¹Ardiana Hidayah, “*Akad Perdagangan Electronic Commerce ditinjau dari Komplimasi Hukum Ekonomi Syariah*”

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, penelitian hukum normatif yaitu penelitian dengan cara mengkaji suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berkompeten untuk digunakan sebagai dasar dalam melakukan pemecahan masalah. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrial, pada penelitian hukum jenis ini dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law on books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai akidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas. Oleh karena itu dalam penelitian hukum normatif datanya adalah bersumber pada data sekunder.

C. PEMBAHASAN

1. Legalitas Perjanjian Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial

Berdasarkan permasalahan sebagaimana yang telah dipaparkan di atas terkait dengan perjanjian jual beli melalui media sosial itu sendiri sama halnya dengan perjanjian pada umumnya yang mana dalam pelaksanaannya harus sesuai dan mengacu pada aturan hukum yang ada.

Transaksi yang ada dalam jual-beli melalui media sosial jika dilihat dari UU ITE barulah mengikat apabila terdapat unsur kontrak elektronik ataupun bentuk kontraktual lainnya yang menunjukkan bentuk kesepakatan antara kedua belah pihak yang berkaitan untuk melakukan transaksi jual-beli. Kontrak elektronik yang biasa terdapat dalam platform jual-beli media sosial berbentuk *terms and condition*. Sebagaimana diatur dalam Pasal 1

butir 17 UU ITE disebut sebagai kontrak elektronik, beberapa unsur dari jual beli online, yaitu :

- a. Ada kontrak dagang.
- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik.
- c. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan.
- d. Kontrak itu terjadi dalam jaringan public.
- e. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau World Wide Web (WWW).
- f. Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional.

Saat terjadinya transaksi dalam perjanjian internet ini, terdapat berbagai teori di antaranya:

- a. Teori Kehendak
Dikaitkan dengan teori ini maka terjadinya kontak adalah ketika pihak penerima menyatakan penerimaannya dengan menulis e-mail.
- b. Teori Pengiriman
Menurut teori ini terjadinya kontrak adalah pada saat penerima mengirim e-mail
- c. Teori pengetahuan
Menurut teori ini terjadinya kontrak adalah sejak diketahuinya e-mail dari penerima oleh penawar.
- d. Teori Kepercayaan
Menurut teori ini kontrak terjadi pada saat pernyataan penerimaan tersebut selayaknya telah diterima oleh penawar.

Dalam transaksi jual beli dikenal proses pembayaran dan penyerahan barang. Konsep dari jual beli tersebut tetap ada dimana dengan adanya internet atau e-commerce hanya membuat transaksi jual beli atau hubungan hukum yang terjadi menjadi lebih singkat, mudah dan sederhana. Kapan suatu perjanjian dalam transaksi melalui internet tersebut berlangsung, akan berhubunga dengan para pihak yang melakukan transaksi tersebut. Dalam transaksi jual beli biasa, perjanjian berakhir pada saat masing-masing pihak melakukan kewajibannya masing-masing, pembeli menyerahkan uang dan

penjual menyerahkan barang.²

1. Perjanjian Dengan System Penawaran/Periklanan

Terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam hal mekanisme jual beli melalui media sosial itu sendiri sama halnya dengan jual beli barang pada umumnya, dimana hal yang paling penting sebelum menuju kepada kesepakatan dalam setiap kontrak yang dilakukan penjual dengan pembeli adalah tahapan perjanjian, yaitu adanya penawaran dan penerimaan di antara para pihak. Sama halnya dengan perjanjian pada umumnya, perjanjian dalam transaksi jual beli yang menggunakan media sosial biasanya akan didahului oleh penawaran oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli.³

Mengenai tawaran yang dilakukan oleh pelaku usaha sampai pada respon dari konsumen yang tertarik terhadap penawaran tersebut sehingga konsumen dapat menulis nama produk dan dapat memesan dengan jumlah produk yang diinginkan melalui website yang telah disediakan oleh pemilik toko online tersebut, setelah itu pembeli dapat mencantumkan alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan pada pilihan-pilihan yang telah disediakan oleh pemilik toko online. Konsumen selanjutnya akan menerima konfirmasi dari penjual mengenai order barang yang telah dipesan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa penawaran juga merupakan proses yang penting di dalam transaksi jual beli melalui media

² Ibid

³ Ibid

sosial dan menjadi suatu tahapan perjanjian seperti jual beli pada umumnya. Melalui penawaran dapat mempertemukan perbedaan atau ketidaksamaan kepentingan di antara para pihak. Dengan penawaran, konsumen selaku pembeli dapat mengetahui setiap detail produk yang ditawarkan oleh penjual secara online. Tentunya dalam menyampaikan informasi mengenai produk barang yang diperdagangkan tersebut, penjual selaku pelaku usaha harus beritikad baik di dalam menjalankan kegiatan usahanya tersebut yaitu memberikan informasi penawaran yang benar, jelas, dan jujur⁴.

Dalam proses penawaran, penjual juga mesti beritikad baik di dalam memberikan informasi mengenai barang yang diperdagangkan melalui media sosial tersebut. Hal itu juga ditegaskan dalam Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan bahwa:

- (1) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
- (2) Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- (4) Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - a) identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;
 - b) persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
 - c) persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
 - d) harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
 - e) cara penyerahan Barang.
- (5) Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa

⁴ Macam-macam Perjanjian dan Syarat Sahnya - Klinik Hukumonline Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023

dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.

- (6) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Dalam kedudukannya juga sebagai pelaku usaha, maka penjual dalam transaksi jual beli melalui media sosial e-commerce ini tidak hanya tunduk pada sistematisa Undang-undang Perdagangan, akan tetapi juga tunduk pada sistematisa tentang Perlindungan Konsumen dalam rangka hubungan hukumnya dengan konsumen selaku pembeli.

2. Perjanjian/Kontrak

Momentum terjadinya penjual jual beli melalui media sosial sebagaimana transaksi bisnis pada umumnya, dalam transaksi jual beli yang menggunakan E-commerce ini, antara penawaran dan penerimaan, selalu ada selang jangka waktu tertentu yang bisa singkat saja dan bisa juga memakan waktu yang cukup lama. Layaknya sebuah perjanjian secara umum, yang mana di dalam isi sebuah perjanjian antara penjual dan pembeli memuat sebuah persesuaian pernyataan dari masing-masing pihak sehingga terciptanya sebuah kesepakatan baik dalam bentuk kesepakatan harga suatu barang dan metode pembayaran ataupun pengiriman barang yang akan digunakan. Terkait dengan hal tersebut, dalam teori-teori Hukum Perdata, terdapat beberapa teori mengenai momentum terjadinya perjanjian, antara lain:⁵

⁵ H. Salim HS, *Op. cit.*, hlm. 166-167

a. Teori Pernyataan (*Uitingstheorie*).

Menurut teori ini, kesepakatan terjadi pada saat pihak yang menerima penawaran itu menyatakan bahwa ia menerima pernyataan itu

b. Teori Pengiriman (*Verzendtheorie*).

Menurut teori ini ditetapkan bahwa saat pengiriman jawaban akseptasi adalah saat lahirnya perjanjian, maka orang mempunyai pegangan yang relative sedikit pasti mengenai saat terjadinya kontrak. Untuk transaksi bisnis biasa relatif lebih mudah, karena misalnya tanggal cap pos dapat dijadikan sebagai salah satu patokan utama. Sejak saat surat itu dikirimkan, akseptor tidak lagi mempunyai kekuasaan atas surat tersebut dan sejak saat itu pulalah kontrak telah terjadi.

c. Teori Pengetahuan (*Vernemings theorie*).

Menurut teori ini pada saat terjadinya kontrak kemudian digeser sampai pada jawaban akseptasinya diketahui oleh orang yang menawarkan.

d. Teori Penerimaan (*Ontvangstheorie*)

Di mana teori ini muncul sebagai jawaban atas kekurangan teori pengetahuan, maka muncullah teori lain, yaitu teori penerimaan. Dalam teori ini, saat diterimanya jawaban, terlepas dari apakah surat itu telah dibuka atau dibiarkan tidak dibuka, menentukan saat terjadinya perjanjian atau kontrak. Pada intinya adalah saat surat tersebut sampai pada alamat si penerima, maka saat itulah kontrak terjadi.

Pelaksanaan perjanjian merupakan implementasi atau tindak lanjut dari apa yang telah diperjanjikan dalam kontrak. Berhubungan dengan jual beli melalui media sosial sebagaimana penelitian yang di angkat oleh peneliti, maka sebelum dilakukannya pelaksanaan perjanjian oleh penjual dengan melakukan pengiriman maka penjual harus melalui mekanisme sebagaimana yang telah ditetapkan atau berpedoman pada ketentuan peraturan yang berlaku⁶.

⁶ [Pelaksanaan Suatu Perjanjian \(hukumonline.com\)](http://hukumonline.com) Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023

2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dan Tanggung Jawabnya Ketika Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial

Istilah perlindungan konsumen bertujuan menggambarkan perlindungan hukum yang melindungi kepentingan konsumen dalam usahanya agar terhindar dari adanya kerugian⁷. Perlindungan hukum merupakan regulasi yang sangat penting bagi konsumen karena melindungi kepentingan konsumen untuk menjamin adanya kepastian hukum yang melindungi konsumen, karena tingkat kemungkinan kerugian konsumen paling tinggi. Sehingga perlindungan hukum bagi konsumen di harapkan dapat berjalan dengan baik sebagaimana mestinya.⁸

perjanjian jual beli melalui media sosial adalah perjanjian/kontrak para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Sedangkan sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi menyiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan. Terkait dengan jual beli online melalui media elektronik dianggap sebagai sistem transaksi yang memang memudahkan pelaku usaha ataupun konsumen dalam hal efisiensi waktu dan kemudahan dalam melakukan penawaran ataupun promosi yang dapat dilakukan secara luas dan

⁷ Janus Sidabalok, *Hukum perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, Hlm 9

⁸ Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikasi & Keterkaitannya Dengan Perlindungan Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2013, Hlm 90

mudah. Namun dibalik kemudahan dalam transaksi jual beli melalui media elektronik terdapat dampak negatif yang mana sering terjadinya perbuatan melawan hukum⁹. Seperti kasus yang diangkat oleh peneliti terkait dengan wanprestasi pelaku usaha dalam hal ketidaksesuaian barang pesanan konsumen dalam transaksi jual beli secara online melalui media sosial. Sehingga mengenai hal tersebut dibuthkannya upaya hukum guna menjamin apa yang menjadi hak-hak konsumen serta kepastian hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian dari peristiwa tersebut.

Agar terwujudnya perlindungan konsumen dalam hal transaksi melalui media sosial maka Negara bertanggung jawab atas pembinaan dan pelaksanaan perlindungan konsumen dengan cara sebagai berikut:¹⁰

- a. Menciptakan iklan usaha yang jujur sehingga terhindar dari persaingan tidak sehat.
- b. Memperbanyak lembaga yang melindungi kepentingan konsumen baik lembaga yang di dirikan Negara maupun bukan Negara.
- c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan dalam hal pengkajian, penelitian, dan mengembangkan di perlindungan konsumen.

Terdapat hak konsumen berdasarkan Pasal 4 UUPK, dan satu hak konsumen berdasarkan peraturan perUndang-Undangan yang lainnya.

Hak-hak tersebut terdiri dari:

- a. Konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan atas penggunaan barang atau jasa.
- b. Konsemen berhak memilih barang atau jasa yang di butuhkan.
- c. Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur.
- d. Keluhan serta pendapat konsumen wajib di dengar.

⁹ Ibid

¹⁰ Ibid, Hlm 27.

- e. Konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum, bantuan hukum, dan penyelesaian sengketa konsumen.
- f. Konsumen berhak atas pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Konsumen berhak di perlakukan secara adil tanpa diskriminasi.
- h. Konsumen berhak atas kompensasi atas barang atau jasa jika merugikan konsumen.
- i. Konsumen berhak atas apa yang telah di tentukan oleh peraturan peUndang-Undangan yang lainnya.

D. KESIMPULAN

1. Terkait dengan legalitas perjanjian jual beli melalui media sosial itu sendiri sama halnya dengan perjanjian pada umumnya yang mana dalam pelaksanaannya harus sesuai dan mengacu pada aturan hukum yang ada.
2. perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui media sosial terdapat dalam Pasal 4 UUPK yang di mana hak-hak konsumen serta larangan yang di bebaskan kepada pelaku usaha, maka hal tersebut merupakan jaminan perlindungan bagi seorang konsumen, yang mana bahwasannya dalam UUPK telah memberil penegasan adanya batasan-batasan yang di tekankan kepada pel: usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amirudin dan Asikin Zainal, 2018, *Pengantar metode penelitian*, Raja Grafindo Persada, Depok,
- Darus Badruzaman Mariam, 2001, *Kompikasi Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung,
- Halim Barakatullah Abdul dan Prasetyo Teguh , 2006 *Basis E-Commerce*

- Studi system Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Hidayah, Ardiana, "Akad Perdagangan Electronic Commerce ditinjau dari Komplimasi Hukum Ekonomi Syariah"
- Ishaq, 2009, *Dasar-dasar Ilmu Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika,
- Isnaeni, , 2016 *Perhanjian Jual Beli*, PT.Refika Aditama, Bandung,
- Makarim Edmon, 2008, *Kompilasi Hikum Telematika*, Gravindo Perseda, Jakarta,
- Marzuki Mahmud Peter, 2008, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta. Kencana.
- Miru Ahmadi., 2013, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontra.*, Jakarta, Raja Grafindo Persada,
- Muchsin, 2003, *Perlindungan dan Kepastian hukum bagi investor di Indonesia*, Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret,
- Muljadi Kartini, Muljadi Gunawan, 2004, *Hukum Perikatan Pada Umumnya*, Raja Grafindo, Jakarta,
- Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum bagi rakyat di Indonesia*, Jakarta, Bina Ilmu,
- Prodjodikoro Wirjono, 205, *Hukum Perdata Tentang Persetuj Persetujuan Tertentu*, Sumur, Bandung,
- Raharjo Agus, Cybercrime, 2002 *Pemahaman dan Upaya Pencega..... Kejahatan Berteknologi* (PT. Citra Aditya Bakti, Bandung),
- Sasongko Wahyu , 2007 *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum perlindungan Konsumen*, penerbit UNILA, Bandar Lampung,
- Satjipto Raharjo, 2014, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya,
- Sidabalok Janus, 2010, *Hukum perlindungan Konsuman di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung,
- Soerodjo Irwan, 2013, " *Hukum Pertanahan Hak Pengelolaan Atas Tanah (HPL) Eksistensi, Pengaturan dan Perktik*, Yogyakarta, Laksbang Mediatama,
- Soerodjo Irwan, 2016, *Hukum Perjanjian dan Pertanahan*, Laksbang Pressindo, Yogyakarta,

2. JURNAL

Agus Riswandi, Budi. *Aspek Perlindungan Hukum Nasabah Dalam Sistem* Herniwati, “Penerapan Pasal 1320 Kuhperdata Terhadap Jual Beli Secara Online (e Commerce), Jurnal Ipteks Terapan, Research of Applied Science and Education V8.i4 (175-182)”, E-ISSN: 2460-5611, 2015

Lia Sautunnida, *Jual Beli Melalui Internet*, (Banda Aceh : Universitas Syiah Kuala, 2008

Pembayaran Internet. Yogyakarta: Jurnal Hukum UII No. 16 Vol 8. 2001.

3. UNDANG-UNDANG

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Tahun 1999 Nomor. 8 Tambahan LNRI Nomor. 3821 (Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen) LNRI

Tahun 2016 Nomor. 19 Tambahan LNRI Nomor. 5952 (Undang-Undang Nomor. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor. 11

Tahun 2008 Tentang Informasi dan Trasnaksi Elektronik). LNRI

4. Webside

Sumber:<https://disnakkeswan.ntbprov.go.id/download/soft-pemasukan-dan-pengeluaran-hewan-kesayangan/>. Diakses pada 15 septermber 2022. Pkl. 23:53.

Sumber:<http://kholil.staff.uns.ac.id/files/2019/03/kontrak-perdagangan-melalui-internet-electronic-commerce-ditinjau-dari-hukum-perjanjian.pdf>, diakses pada tanggal 12 juli 2022, pkl.16:20 wita.

Sumber:<https://yplawoffice.com/2021/07/12/hak-dan-kewajiban-para-pihak-dalam-transaksi-jual-beli>, diakses pada tanggal 12 July, 2 pkl.16:09.

<http;www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4f235fec78736/dasar-hukum-perlindungan-data-pribadi-penggunaan-internet>

Diakses dalam artikel, Susan Kuchinskas, tanggal 27 April 2023 di <http://www.jma.com.au/artikel>

[Apa Itu Wanprestasi? Ini Pengertian, Unsur, & Dampak Hukum \(ocbcnisp.com\)](#) Diakses pada hari senin 6 Februari 2023

<https://www.hukumonline.com/berita/a/lt623bc8fd4931f/asas-perlindungan-konsumen-dan-tujuannya> di akses pada hari kamis 27 april 2023

Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023 [Pelaksanaan Suatu Perjanjian \(hukumonline.com\)](#) Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023

[Macam-macam Perjanjian dan Syarat Sahnya - Klinik Hukumonline](#) Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023

[Cara Menawarkan dan Mempromosikan Produk dengan Efektif \(kleido.com\)](#) Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023

[Masalah-masalah Hukum Media Sosial dan Transaksi Online \(hukumonline.com\)](#) Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023

[Mengenal Sistem Transaksi Yang Berlaku di Indonesia \(harmony.co.id\)](#) Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023

[PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI E-COMMERCEBERDASARKAN PASAL 1320 KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA.pdf](#)

(unars.ac.id) Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023
Ketentuan Perjanjian Transaksi Jual-Beli Secara Online, Bagaimana ya? |
Heylawedu3 Diakses pada hari Senin 7 Februari 2023