



## Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Terlibat Dalam Transaksi Jual Beli Pada Media Sosial Instagram

Ratna Indah Lestari<sup>1</sup>, Nur Wulan Suci<sup>2</sup>, Eka Maisara Amalia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

E-mail: <sup>1</sup>ratnaindah257@gmail.com, <sup>2</sup>nurwulansuci195@gmail.com, <sup>3</sup>ekamaisarah01@gmail.com

### Info Artikel

Masuk: 2022-07-29

Diterima: 2022-09-10

Terbit: 2022-09-25

#### Keywords:

Consumers; Legal protection;  
Buying and Sell Online

#### Kata kunci:

Konsumen; Perlindungan  
Hukum; Jual Beli Online

#### Corresponding Author:

Ratna Indah Lestari

#### E-mail:

ratnaindah257@gmail.com

#### DOI:

10.38043/jah.v5i2.3621

### Abstract

*In online buying and selling, it can be known as e-commerce, with e-commerce, sellers and buyers can carry out transactions without meeting in person. This study aims to determine legal protection, dispute resolution and rights received by consumers in buying and selling transactions on online media. In this study the authors used empirical research methods. The data taken in the form of secondary and primary data, secondary data obtained from interviews of two informants who have cases related to purchases on Instagram social media. Primary data were obtained from Civil Laws, literature studies and various articles related to the problems studied. The results obtained from this paper that legal protection for consumers who feel aggrieved due to unscrupulous producers has been regulated in Law no. 8 of 1999. However, if the number of the irresponsible business actor cannot be contacted, the consumers who are victims will be able to make efforts to seek compensation for this matter and report it to law enforcement officials.*

### Abstrak

*Dalam jual beli online dapat dikenal dengan istilah e-Commerce, dengan adanya e-Commerce penjual dan membeli dapat bertransaksi tanpa bertemu secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum, penyelesaian sengketa serta hak yang diterima konsumen dalam transaksi jual beli pada media online. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian empiris. Data yang diambil berupa data sekunder dan primer, data sekunder diperoleh dari wawancara dari dua informan yang memiliki kasus terkait pembelian pada media sosial instagram. Data primer diperoleh dari Undang - Undang Perdata, studi leteratur dan berbagai artikel yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Hasil yang diperoleh dari penulisan ini bahwasannya perlindungan hukum bagi para konsumen yang merasa dirugikan akibat oknum produsen yang tidak bertanggung jawab sudah diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999. Namun, apabila nomor pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab tersebut tidak dapat dihubungi maka para konsumen yang menjadi korban tersebut akan dapat melakukan upaya dalam meminta ganti rugi atas hal tersebut dan melaporkan kepada aparaturnya penegak hukum.*

## I. Pendahuluan

Pada saat ini era globalisasi menciptakan peluang baru disegala aspek salah satunya dalam hal perdagangan. Saat ini produsen dan konsumen tidak hanya bertransaksi dalam jual beli secara konvensional dimana cara ini dengan bertemunya penjual dan pembeli secara langsung, seperti dalam pasar, swalayan, mall maupun sarana perdagangan langsung lainnya. Datangnya Teknologi Informasi (TI) pada saat ini memberikan cara baru dalam dunia bisnis dengan adanya peluang dan tantangan yang berbeda dengan cara konvensional.<sup>1</sup> Adanya TI harus menjadi pilar utama dalam membangun peradaban manusia yang harus memiliki nilai tambah dalam aspek ekonomi. Seiring dengan berkembangnya waktu, masyarakat memanfaatkan media online untuk sarana bertransaksi, jual beli online dianggap efektif dan efisien dalam penggunaannya, jadi konsumen tidak perlu pergi jauh-jauh untuk membeli barang, langsung saja membuka media sosial dan mencari barang yang diinginkan, selanjutnya bertransaksi. Tidak hanya mudah bagi pihak konsumen, bagi pihak produsenpun merasa lebih mudah dalam hal menjualkan barangnya, produsen bisa langsung mempromosikan barang melalui jepretan foto lalu diposting pada laman media sosialnya.

Adanya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mampu mendorong kehidupan manusia untuk lebih maju dengan mempermudah pekerjaan disegala lapisan. Teknologi tercipta dan berkembang seiring dengan kebutuhan manusia, manusia semakin kedepan akan semakin ingin menjalani kehidupan dengan mudah dan cepat. Transaksi online adalah salah satu kegiatan manusia yang memanfaatkan sarana digital. Manfaat dari adanya teknologi digital, dapat digunakan sebagai alat untuk bertransaksi bisnis. Saat ini perdagangan online mulai marak dilakukan di negara Indonesia, berawal dari ramainya perdagangan yang dilakukan melalui media sosial facebook, sebab facebook adalah media sosial yang hampir digunakan oleh berbagai kalangan.

Selain media sosial facebook, transaksi online juga dilakukan melalui media sosial Instagram. Sebelum instagram digunakan untuk transaksi online, media sosial ini hanya digunakan sebagai tempat untuk mengabadikan foto dan video saja. Banyaknya pengguna instagram membuat para produsen beralih mempromosikan produknya melalui media sosial ini. penjual yang berjualan di media sosial dinamai dengan online shop. Online shop merupakan tempat atau sarana berjualan yang sebagian besar segala aktivitasnya dilakukan secara online di internet.<sup>2</sup> Adanya online shop dapat mempermudah dalam pembelian dikalangan konsumen karena dapat menghemat biaya, membayar secara tidak langsung atau dapat dilakukan dengan cara transfer dan barangpun juga dapat diantar langsung.

Namun adanya transaksi secara online ini dari salah satu pihak masih ada yang melakukan wanprestasi. Instagram bukanlah akun khusus dalam jual beli, perjanjian

---

<sup>1</sup> Baso Saleh and Yayat D. Hadiyat, 'Use of Information Technology among Performers Micro Small Medium Enterprises in the Border Area (Study in Belu, East Nusa Tenggara) (Penggunaan Teknologi Informasi Di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Daerah Perbatasan (Studi Di Kabupaten Belu)', *Journal Pekommas*, 1.2 (2016), 141 <<https://doi.org/10.30818/jpkm.2016.2010204>>.

<sup>2</sup> Chacha Andira Sari, 'Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga', *Jurnal Antro Unair*, 4.2 (2015), 205–16 <<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-auna97cbdaabbfull.pdf>>.

kontrak yang dilakukan juga tidak secara langsung hanya melalui akun saja hal ini memunculkan resiko wanprestasi. Dalam proses jual beli instagram berawal dari produsen yang mengunggah barangnya ke laman yang dimiliki, barang tersebut diberi deskripsi singkat tentang jenis barang, harga barang dan bahan yang digunakan dalam pembuatan barang. Setelah itu antar produsen dan konsumen bertransaksi, dengan melakukan kesepakatan dan mulai melakukan pembayaran produk, dalam jual beli pada media instagram, berbeda dengan jual beli pada marketplace lain non media sosial seperti Lazada, Tokopedia dan lainnya. Pada jual beli dimarketplace non media sosial banyak metode pembayaran yang ditawarkan oleh pelaku usaha seperti dalam bentuk pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dan transfer. Namun dalam jual beli pada media sosial seperti instagram banyak pelaku usaha yang hanya menerima pembayaran secara transfer. Hal ini yang biasanya dijadikan peluang kejahatan dalam transaksi online, ketika konsumen sudah melakukan pembayaran secara transfer, barang yang sudah dibeli tidak kunjung dikirimkan lalu dalam kasus lain terdapat, barang yang datang tidak sesuai dengan barang yang sudah dipilih diawal.

Pada proses transaksi jual beli akan terdapat perikatan antara penjual dan pembeli, dan didalam itu akan memuat hak dan kewajiban antar kedua belah pihak, hukum perdata merupakan hukum yang mengatur tentang kepentingan perseorangan (Subekti, 2003). Dalam proses jual beli online harus memenuhi syarat sah perjanjian seperti yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang memuat kesepakatan mengikat antar kedua belah pihak, kecakapan dalam membuat suatu perikatan, pokok persoalan tertentu dan juga sebab yang tidak terlarang hal ini berhubungan dengan objek tertentu dan syarat kausa yang halal. Perikatan dapat juga disebut dengan kontrak, memiliki fungsi pada kehidupan sehari-hari dalam dunia perdagangan. Hal ini tentunya tiap pihak akan mendapat perlindungan hukum atas perjanjian dan kesepakatan yang telah dilakukan.

Dalam penulisan ini dilihat dari pihak konsumen, terkait perlindungan konsumen dalam kasus wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam media sosial instagram. Berbeda dengan sistem marketplace besar yang berada di Indonesia seperti Lazada, Tokopedia, Shoppe dan lainnya yang memiliki sistem terstruktur rapi guna mencegah adanya penipuan dalam transaksi jual beli online sehingga untuk berbelanja akan lebih aman. Sedangkan jual beli yang dilakukan pada media sosial seperti instagram tentunya akan memiliki resiko penipuan tinggi, sebab ini bukanlah perusahaan e-commerce terkemuka di Indonesia yang tentunya tidak memiliki sistem terstruktur dalam mencegah terjadinya penipuan. UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjadi dasar dalam jual beli online. Meskipun banyak pengaturan hukum terkait penjualan online, pada praktiknya masyarakat seringkali melakukan pelanggaran hukum seperti penipuan kepada konsumen dalam proses jual beli online. Adanya hal ini salah satunya dikarenakan oleh penegak hukum yang masih belum mampu untuk menerapkan dan mengoptimalkan terjadinya persoalan hukum dalam dunia online shop.

## II. Metode Penelitian

Dalam menyusun suatu karya ilmiah, tentu akan membutuhkan sebuah metode penelitian yang nantinya akan menjadikan peneliti lebih mudah dalam memecahkan suatu permasalahan baik dalam konteks secara teoritis maupun secara empiris. Sehingga hal tersebut akan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini tipe yang

digunakan guna menyusun jurnal ini yaitu secara empiris, dimana pendekatan yang dilakukan untuk menggambarkan kondisi secara apa adanya sesuai dengan keadaan yang ada. Kemudian dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data dari 3 bahan hukum, data dalam penelitian ini yakni kumpulan fakta lapangan yang didapat dari observasi atau wawancara pada konsumen yang terlibat langsung dalam transaksi jual beli online dimana konsumen tersebut mengalami penipuan yang dilakukan oleh penjual, dan dalam penelitian ini didukung oleh teori-teori hukum pendukung. Berikut adalah penjelasan terkait bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini yakni, ada bahan hukum primer, sekunder dan non hukum. Bahan hukum primer memiliki arti sebagai pengikat dan pemilik otoritas yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, serta risalah dalam perundang-undangan.

Selanjutnya untuk bahan hukum sekundernya terdapat buku-buku hukum termasuk dari berbagai skripsi, jurnal-jurnal hukum, adapula sumber publikasi lainnya terkait hukum yang terdapat dokumen penting serta masih memiliki keterkaitan dalam permasalahan yang akan peneliti diangkat. Serta adapula bahan hukum yang non hukum, artinya adalah berbagi penunjang sumber hukum primer dan sekunder yang bisa berupa internet, laporan-laporan, serta jurnal-jurnal penelitian non hukum tetapi masih memiliki keterkaitan dengan permasalahannya yang diangkat. Terkait pengumpulan bahan hukum teknik yang digunakan adalah studi kepustakaan serta analisis bahan hukum menggunakan metode deduktif dengan teknik kualitatif yang artinya adalah suatu metode dimana peneliti hanya menggunakan bahan hukum dengan berdasarkan melihat konsep ataupun teori yang hanya bersifat umum sehingga kemudian dapat diaplikasikan untuk menjelaskan sebuah data dengan cukup sistematis dan tentunya masih berdasar pada kumpulan hukum yang telah didapatkan.

### **III. Hasil Dan Pembahasan**

Dengan seiring nya perkembangan teknologi yang sangat pesat di seluruh dunia adalah salah satu fenomena yang memberikan pendorong perubahan di seluruh masyarakat. Yang sering kita ketahui bahwasannya masyarakat juga bisa menyampaikan ide, saran, kritik, maupun hujatan yang sering sekali kita jumpai di media sosial setiap jam dan hari nya dari berbagai media yang dipergunakan oleh masyarakat sekitar. Yang sudah kita ketahui pada umum nya. Arti Media sosial yaitu suatu yang dipergunakan oleh masyarakat atau seluruh dunia, untuk transaksi jual beli, dengan mudah mereka berpartisipasi menggunakan media sosial. Dan secara nyata nya memang media sosial telah membuat perubahan di kehidupan sosial masyarakat. bahkan saat ini media sosial sudah begitu sangat pesat berkembang di masyarakat Indonesia bahkan di seluruh dunia sudah menggunakan media sosial (digunakan berbelanja, mencari informasi dan lain sebagainya).<sup>3</sup>Dari adanya perkembangan dan perubahan di masyarakat ini memang berguna agar sirkulus mengalir. Oleh sebab itu pemerintah perlu untuk memberikan aturan dari kebebasan dalam penggunaan media sosial, karena akan ada pengaruh nya jika pemerintah tidak memberikan aturan bagi penggunaan media sosial.

Dari adanya Media Sosial ini banyak sekali masyarakat yang menggunakan untuk transaksi jual beli online contoh nya seperti jual beli online di shopee, di

---

<sup>3</sup> Hikmah Maros and Sarah Juniar, 'FIKIH MEDIA SOSIAL DI INDONESIA (STUDI ANALISIS FALSAFAH HUKUM ISLAM DALAM KODE ETIK NETIZMU MUHAMMADIYAH)', 6.2 (2016), 1-23.

tokopedia, di instgram, di facebook dan lain sebagainya. Di dalam transaksi ini jual beli ada hak dan kewajiban bagi produsen maupun konsumennya. Jual Beli merupakan suatu kegiatan yang sama-sama disepakati atau disetujui oleh kedua belah pihak dari sisi pembeli maupun penjual, jual beli ini bisa dilakukan secara lisan yaitu perjanjian yang disepakati atau dibuat oleh para pihak dengan kesepakatan cukup secara lisan saja, dan sedangkan perjanjian secara tertulis adalah perjanjian yang dibuat dalam bentuk tertulis contohnya seperti akta otentik atau pun bisa dengan akta tanda tangan orang tersebut.<sup>4</sup> Ketika dilakukan dengan perjanjian secara lisan ataupun dengan perjanjian tertulis sama-sama sah, dan pada umumnya dan kebanyakan orang-orang memilih untuk tertulis agar ada bukti yang lebih kuat. Jual Beli online menurut Suherman (2002; 179) megartikan bahwasannya suatu akad jual beli yang sudah dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang-barang maupun berupa jasa.

Adapun asas-asas perjanjian dalam jual beli online, jual beli online atau transaksi jual beli e-commerce adalah salah satu yang berkembang teknologi yang memberikan implikasi pada sektor manapun, salah satunya sektor tersebut yaitu pada sektor hukum. Di Indonesia masih belum ada pengaturan secara khusus mengenai masalah e-commerce, dan yang masih umum di Indonesia masih menggunakan aturan dalam Buku III KUHPerdara yang menjelaskan tentang masalah perjanjian. Di dalam KHUPerdara terdapat 3(tiga) yang bisa dijadikan untuk pembatalan kontrak, yaitu meliputi: ada unsur kekeliruan yang tidak disengaja ada pada pasal 1322 KUHPerdara di dalam ini menjelaskan adanya kekeliruan dalam transaksi jual beli atau pada saat check-out barang ada kesalahan dalam memilih barangnya, ada unsur Ancaman atau paksaan yang ada di dalam Pasal 1323-1327 KUHPerdara, dan ada unsur Penipuan yang ada di dalam pasal 1328 KUHPerdara. Pada dasarnya, Transaksi jual beli atau transaksi perdagangan dengan menggunakan teknologi e-commerce sebenarnya sama seperti jual beli yang ada di konvensional yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Jual beli yang dapat dilakukan oleh masyarakat sekitar pada dasarnya secara konvensional hingga pada saat ini dilakukan baik itu berdasarkan dalam KUH Perdata ataupun menurut sistem-sistem yang ada di hukum adat. Hukum sendiri memiliki artian sebagai ketentuan-ketentuan yang menjadi peraturan dalam hidup suatu masyarakat yang bersifat mengendalikan, mencegah, mengikat, serta memaksa bagi sebagian atau seluruh anggota masyarakat tertentu, dengan tujuan mengadakan suatu tata yang dikehendaki oleh penguasa tersebut.<sup>5</sup> Hukum adat yang ada ber ada di Indonesia bukanlah hanya suatu persetujuan belaka yang berada di antara kedua belah pihak tetapi melainkan suatu penyerahan barang kepada pembeli. Jadi seorang konsumen harus lebih waspada mengenai transaksi jual beli online dan harus benar-benar memahami dengan adanya hukum yang berlaku ketika si produsen tidak sesuai dengan apa yang kita inginkan.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Tira Nur Fitria, 'Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3.01 (2017), 52 <<https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>>.

<sup>5</sup> Asifah Elsa Nurahma Lubis and Farhan Dwi Fahmi, 'Pengenalan Dan Definisi Hukum Secara Umum (Literature Review Etika)', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2.6 (2021), 768–89.

<sup>6</sup> Farah Rasyiqah Ahmad Rizal, Audi H Pondaag, and Reymen M Rewah, 'Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata', IX.2 (2021), 191–202.

### **3.1. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online**

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada dua informan yang berasal dari kota Surabaya yang pernah melakukan pembelian pada media instagram diperoleh hasil:

HYE adalah seorang pengusaha Thrift asal Surabaya, HYE menyampaikan bahwa transaksi pada media sosial apabila tidak dilakukan secara hati-hati maka akan tertipu dengan pelaku usaha. Oleh karena itu ia memberikan pernyataan atas apa yang sudah dialami, untuk konsumen yang ingin bertransaksi online harus tetap waspada.

“Saya sempat membeli barang thrift, thrift yang dipesan itu totalnya 8 bal, satu bal berisi 25 sampai 30 pakaian bekas, seperti hodie, kaos, rajut dan lainnya, dalam transaksi ini pelaku usaha meminta untuk mentransfer uang terlebih dahulu lalu barang baru diproses dan dikirimkan, namun setelah uang saya transfer, barang tak kunjung diproses malah akun saya diblokir”.

Dari adanya permasalahan ini penulis sempat menanyakan, faktor apa yang mempengaruhi konsumen untuk bertransaksi secara online.

“Saya memilih membeli secara online karena barang yang dipromosikan sangat bagus kualitasnya, dan tentunya harga yang ditawarkan juga lebih murah dari pelaku usaha thrifting lainnya, oleh karena itu saya berfikir apabila saya membeli ditoko tersebut maka untung yang saya dapatkan akan lebih banyak tetapi alih-alih saya ditipu, karena barang yang saya beli dalam jumlah yang cukup besar, dari sini saya mengambil langkah untuk melaporkan nomor rekening dari pelaku usaha yang melakukan penipuan kepada aparat penegak hukum”

Dalam wawancara yang sudah dilakukan diatas, informan menjelaskan bahwa banyak kemudahan yang diperoleh saat bertransaksi secara online namun konsumen harus tetap hati-hati, sebagai langkah untuk mengantisipasi penipuan dengan jumlah yang lebih besar, konsumen dapat melakukan perjanjian atau kesepakatan diawal dengan pembayaran *down payment* terlebih dahulu, setelah barang diproses dan sudah diantarkan, konsumen harus melunasi pembayaran tersebut, karena apabila sudah melakukan pelaporan kemungkinan kecil uang yang sudah digunakan untuk bertransaksi akan kembali, tetapi ada penanganan dari penegak hukum dengan pemblokiran rekening pelaku usaha yang melakukan penipuan tersebut.

Lain halnya dengan kasus yang dialami informan kedua ini, dari kasus informan pertama dengan inisial, pelaku usaha memblokir akun konsumen, tetapi pada informan kedua yakni ADH, dalam kasus ini pelaku usaha tetap melakukan komunikasi namun barang tidak kunjung dikirimkan. Informan kedua ini berasal dari kota Surabaya yang juga bertransaksi pada platform jual beli di media instagram, perjanjian yang dilakukan oleh informan kedua yakni untuk membayar secara *down payment* terlebih dahulu setelah barang sudah sampai baru bisa dilunasi.

“saya pernah melakukan pembelian pada media instagram berupa pembelian handphone, handphone yang saya beli tersebut berada di wilayah Batam, dalam transaksi tersebut saya dan pelaku usaha melakukan perjanjian untuk melunasi barang kepada pelaku usaha saat barang sudah saya terima, jadi saya hanya membayar DP saja, namun setelah saya transfer uang tersebut, barang tak kunjung dikirimkan, setelah saya menghubungi pelaku usaha, jawabanya yakni karena barang saya tertahan di pihak ekspedisi yang mengharuskan saya menambah uang untuk meloloskan barang dari bandara, padahal diawal perjanjian ongkos kirim yang sudah saya sepakati dengan pelaku usaha sudah cukup besar untuk pertimbangan pembelian didaerah yang cukup jauh dengan daerah saya, dan dengan pelaku usaha mentarif ongkos kirim dengan

jumlah tersebut tentunya juga ada pertimbangan, tapi mengapa saat barang sudah harus dikirimkan, pelaku usaha menggunakan alasan tersebut, hingga saat ini sudah 1 bulan lamanya handphone yang saya beli tidak kunjung dikirimkan”

Permasalahan yang dialami informan kedua ini yakni alasan yang digunakan oleh pelaku usaha tidak masuk akal terkait tambahan ongkos kirim, konsumen juga sempat meminta kembali uang yang sudah di DP apabila pelaku usaha tidak dapat mengirimkan barang tersebut, namun pelaku usaha tidak dapat mengembalikan uang yang sudah digunakan untuk membeli barang.

“ketika saya sudah mengetahui hal yang tidak masuk akal pada penamabhan ongkir dan saya juga menunggu cukup lama dalam pengiriman dan penerimaan barang saya meminta kembali uang yang sudah saya DP tadi, namun pelaku usaha menolak untuk memberikan uang tersebut, namun jikalau saya melaporkan kasus ini pada penegak hukum, hal ini sulit diproses karena tidak ada perjanjian diawal yang mengharuskan mengembalikan uang tersebut, karena setelah pelaku usaha memberi pernyataan bahwa barang saya tertahan oleh pihak ekspedisi dan tidak bisa dikirim jikalau saya tidak menambah uang, pelaku usaha sudah tidak lagi berkomunikasi dengan saya, tepatnya tidak membalas pesan yang saya kirimkan”

Sejatinya untuk bertransaksi dimedia sosial harus berhati-hati, karena penjualan dimedia sosial berbeda dengan marketplace yang memiliki sistem keamanan yang baik sehingga jauh dari penipuan, mungkin banyak ditenuhi dipenjualan marketplace penipuan berupa barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan yang dipromosikan, tetapi apabila bertransaksi di media sosial akan rentan terhadap penipuan, sebab memang media sosial bukan sarana asli untuk jual beli. Dengan adanya beberapa masalah yang sudah diulas diatas, konsumen yang ingin bertransaksi diharapkan untuk mencari tahu terlebih dahulu online shop yang akan dikunjungi, apakah terpercaya atau tidak. Hal tersebut dapat dilihat dari review orang-orang terpercaya. Apabila konsumen sudah terjebak dalam penipuan, konsumen dapat melaporkan hal tersebut kepada aparat penegak hukum, bank guna memblokir rekening pelaku usaha yang melakukan penipuan serta situs pengelola *e-commerce*.

Dalam transaksi jual beli terdapat pihak yang saling berhubungan baik pada penjualan konvensional maupun online. Pihak menyediakan barang yang disebut pelaku usaha dan pihak yang menggunakan barang disebut dengan konsumen. Dalam pasal 1 angka UUPK yang menjelaskan “Konsumen adalah seseorang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia pada masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Pada UU ini mengartikan barang yang sudah dibeli oleh konsumen, tidak diperjual belikan lagi karena akan dinikmati untuk kebutuhan sendiri. Dalam proses transaksi jual beli kenyamanan dan keamanan konsumen harus diperhatikan, oleh karena itu pentingnya ada ketentuan hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen pada transaksi jual beli. Di Indonesia sendiri perlindungan hukum adalah upaya yang dilakukan oleh badan atau lembaga untuk melindungi kepentingan perseorangan dengan menggunakan kekuasaan atau wewenangnya. Tiap konsumen yang akan atau sudah bertransaksi dalam jual beli apabila tidak mengetahui aturan hukum, mereka akan lebih mudah untuk tertipu. Dalam UU No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen berisi jaminan kepastian hukum dalam melindungi hak konsumen. Dalam hal ini perlindungan yang dilakukan pada sisi pelaku usaha sebagai berikut:

1. Pelaku usaha wajib untuk mencantumkan identitas dari usaha yang dimiliki serta website resmi yang bisa diakses oleh konsumen.

2. Pelaku usaha memiliki jaminan dari lembaga resmi, dalam hal ini dikatakan suatu usaha memiliki izin resmi perdagangan dari lembaga resmi, atau dapat dikatakan memiliki legalitas hukum yang kuat, dimana perlindungan ini memuat:
  - a. Perlindungan hukum terhadap konsumen.
  - b. Jaminan hukum terhadap kerahasiaan data atau identitas dari konsumen, dalam hal ini perlu menjadi hal penting, apabila identitas pribadi dari konsumen tidak dijaga kerahasiaannya maka ditakutkan akan diperjual belikan untuk kepentingan promosi.
  - c. Selanjutnya yakni perlindungan hukum dari sisi produk yang diperjual belikan.

Dalam menawarkan barangnya pelaku usaha memiliki kewajiban untuk:

1. Memberikan penjelasan produk secara rinci, biasanya dalam pembelian sebuah produk penjual hanya memberikan diskripsi umum saja, tidak masalah apabila barang yang ditawarkan sifatnya kecil dan dengan harga yang murah, namun apabila barang yang ditawarkan sifatnya besar dengan nilai harga yang tinggi, penjual harus rinci dalam memberikan informasi termasuk kelebihan dan kekurangan barang tersebut.
2. Bahasa yang digunakan dalam penyampaian produk harus dengan bahasa yang mudah mengerti. Dalam sebuah produk pelaku usaha biasanya memberikan dalam bentuk dua bahasa yakni Inggris dan Indonesia, tetapi sering kali ditemui pada online shop informasi yang diberikan dalam bentuk bahasa Indonesia.
3. Jaminan produk yang digunakan akan aman dan nyaman saat dikonsumsi. Biasanya dalam hal ini produk yang ditawarkan dalam bentuk makanan. Pelaku usaha juga harus mencantumkan tanggal *expired* pada kemasan produk.
4. Jaminan atas keabsahan produk, jadi dalam hal ini produk yang dijual sesuai dengan apa yang dipromosikan.

Dalam melakukan transaksi antar kedua belah pihak, baik dari pihak pelaku usaha maupun konsumen pada dasarnya harus melakukan perjanjian sebelum melakukan transaksi, hal ini mencegah terjadinya penipuan bagi kedua belah pihak. Menurut (Setiawan, 2016)<sup>7</sup> yang ditemukan dalam.<sup>8</sup> Perjanjian merupakan suatu peristiwa yang dilakukan oleh beberapa pihak berjanji untuk melakukan hal yang disepakati, perjanjian tersebut akan timbul perikatan antar pihak. Dalam perjanjian transaksi jual beli kedua pihak harus memiliki itikad baik satu sama lain, agar nantinya tidak ada pihak yang dirugikan. Itikad baik dibutuhkan konsumen agar memperoleh informasi dari produk yang ditawarkan dengan jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman, oleh karena itu itikad baik sangat dibutuhkan dalam transaksi jual beli online. Apabila pelaku usaha tidak memiliki itikad baik dalam melakukan kegiatan jual beli online atau memiliki niat yang tidak baik untuk melakukan kejahatan atau melakukan perbuatan yang dilarang seperti yang disebutkan dalam ketentuan Pasal 62 UUPK Tahun 1999 pada, Pasal 8 Ayat 1, 2, 3, dan 4, Pasal 9 Ayat 1, 2, 3 yang berisi tentang pelanggaran yang dilakukan saat pelaku usaha menjual barang yang tidak sesuai dengan promosi yang dilakukan, Pasal 10 huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e, Pasal 11 dan Pasal 12. Apabila pelaku usaha melakukan larangan saat transaksi maka harus bertanggung jawab sesuai dengan Pasal 19 yang berisikan ganti rugi yang dilakukan

---

<sup>7</sup> R. Setiawan, 'Pokok-Pokok Hukum Perikatan' (Bandung: Putra Abardin, 1999).

<sup>8</sup> Anak Agung Hari Narayana, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook', 9.2 (2021), 83–91.

elaku usaha kepada konsumen senilai dengan barang yang dibeli dan selama tenggang waktu 7 hari. Dilaksanakannya iktikad baik dalam suatu perjanjian agar pihak dapat memberikan hak, melaksanakan kewajiban dan tidak saling merugikan.

### **3.2. Kekuatan Perjanjian Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial Instagram**

Melalui internet akan sangat memungkinkan seseorang lebih mudah dalam mengakses, berinteraksi, berkomunikasi bahkan melakukan jual beli yang dapat dilakukan di dalam negeri maupun hingga sampai ke manca negara. Menurut Dyah Sari, 2017:10 dalam,<sup>9</sup> yang menyatakan bahwa penggunaan sebuah internet akan dapat menyebabkan adanya media sosial sebagai tempat baru bagi para internat. Sehingga hal tersebut memungkinkan bagi para pengguna dalam berintekasi, melakukan kerjasama, hingga berkomunikasi hanya untuk memperkenalkan dirinya dengan pengguna lain guna membangun suatu ikatan secara virtual. Dalam hal ini jika dikaitkan dengan jual beli online akan sangat cukup menarik. Dikarenakan hanya dengan melalui media sosial saja masyarakat dalam melakukan kegiatan jual beli tanpa harus bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli demi keberlangsungan kegiatan transaksi. Serta dengan adanya media sosial seseorang yang sibuk dengan pekerjaannya pun dapat melakukan kegiatan tersebut hanya dengan menggunakan gadget yang telah tersedia dan melakukan transaksi dimanapun itu sangat mudah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga hal tersebutlah yang akan dapat menimbulkan terjalannya suatu kesepakatan atau perjanjian melalui media sosial.

Perjanjian itu sendiri memiliki definisi yang telah terdapat dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang menyatakan bahwa perjanjian atau persetujuan adalah suatu perbuatan yang melibatkan beberapa orang yang biasanya terdiri dari dua atau lebih dalam mengikatnya. Sedangkan terdapat pula beberapa para ahli yang dengan konteks mendukung maupun menentang adanya definisi terkait perjanjian dalam Pasal 1313 Undang-Undang Hukum Perdata. Sebagaimana Menurut Rahmat Setiawan dalam,<sup>10</sup> yang menyatakan bahwa dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang masih memiliki banyak kelemahan dari sisi pengertiannya. Bahwa dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan bahwa perjanjian yang digunakan dengan perbuatan sepihak saja serta juga sangat luas lingkungannya dapat diartikan sebagai perbuatan hukum dengan tujuan untuk menciptakan akibat dalam hukum. Sedangkan Menurut Syahmin A.K, dalam,<sup>11</sup> yang menyatakan bahwa dalam hal bentuk perjanjian apapun itu adalah suatu rangkaian perkataan dengan kandungan janji atas kesanggupan dalam memenuhi apapun itu yang telah dicapainya atau ditulisnya. Berdasarkan pendapat para ahli terkait pengertian perjanjian yang akhirnya dari perbedaan tersebut dapat disimpulkan bahwa interaksi atau hubungan hukum dari kedua belah pihak atas perbuatan hukum adalah suatu penawaran oleh pihak pertama terhadap penerima sebagai pihak kedua, sehingga tercapainya kesepakatan bersama dalam menentukan isi perjanjian.

Suatu transaksi akan dapat terlaksana ketika penjual dan pembeli melakukan sebuah kegiatan yang disebut dengan perjanjian. Dalam perihal ini, terdapat Pasal 1338

---

<sup>9</sup> Risanda Lilho Pangestu and ' Tuhana, 'Transaksi Jual Beli Melalui Insta gram Ditinjau Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata', *Jurnal Privat Law*, 7.2 (2019), 275  
<<https://doi.org/10.20961/privat.v7i2.39336>>.

<sup>10</sup> Setiawan.

<sup>11</sup> M. Yahya Harapan, 'Segi-Segi Hukum Perjanjian' (Bandung: Alumni, 1986)  
<<https://lontar.ui.ac.id/detail?id=20107282>>.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan terdapat pencerminan atas hak kebebasan seseorang dalam melakukan kontrak atau perjanjian. Seperti halnya, undang-undang yang dibentuk akibat adanya perjanjian antara kedua belah pihak secara sah yang harus dilakukan secara bersama-sama. Dalam hal kebebasan pun terdapat dasarnya yang menyatakan bahwa perjanjian merupakan pemberian kebebasan bagi masyarakat dengan seluas-luasnya dalam melakukan perjanjian yang dapat digunakan dimana saja dan apa saja yang menjadi perjanjian itu mengikat pembuatnya. Tetapi, pada dasarnya perundang-undangan, kesusilaan, serta ketertiban umum masih menjadi salah satu dasar agar tidak adanya kegiatan yang bertentangan sehingga dapat terjalannya suatu perjanjian yang sehat tanpa merugikan pihak manapun. Dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terdapat syarat sah dalam melakukan kontrak sesuai dengan ketentuannya yang berkaitan dengan transaksi jual beli melalui media sosial Instagram, sebagaimana disebutkan yaitu:

1. Menurut Ridwan Khairandy, 2001:47 dalam,<sup>12</sup> menyatakan bahwa kesepakatan yang mereka buat adalah suatu hal yang menjadi pengikat mereka, sehingga kesepakatan tersebut merupakan sebuah pertemuan atau kesesuaian kehendak antara kedua belah pihak dalam suatu perjanjian. Beliau menggunakan teori kepercayaan sebagai upaya dalam menentukan kapan terjadinya suatu kesepakatan antara kedua belah pihak yang membuat perjanjian. Di dalam teori ini dapat disimpulkan bahwa suatu kesepakatan dapat terjalin ketika terdapat pernyataan dari pihak penerima tawaran yang secara obyektif dan dapat diterima atau dipercaya oleh pihak yang memberikan penawaran berupa sebuah bukti tulis yang dapat dilihat maupun bukti suara yang dapat di dengarkan sebagai suatu penguat dalam sebuah perjanjian.
2. Kecakapan seseorang dalam melakukan suatu perikatan pada transaksi jual beli melalui media sosial Instagram memang cukup sulit untuk memastikan bahwa para pihak yang melakukan perjanjian tanpa bertemu secara langsung dan melakukan penawaran serta penerimaan secara online. Padahal pada dasarnya, kecakapan tersebut menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata masih belum memenuhi syarat. Tetapi hal tersebut, tidak menimbulkan suatu perjanjian atau kontrak menjadi tidak valid, hanya saja akan dapat menimbulkan akibat terhadap kontrak yang akan secara sepihak dapat dibatalkan oleh salah satu pihak yang merasakan suatu kerugian, maka dari itu suatu kecakapan ada karena untuk membuat suatu perjanjian yang termasuk dalam syarat subyektif.
3. Kemudian terdapat suatu hal tertentu yang menjadi syarat yang cukup penting. Syarat ini akan dapat terpenuhi apabila dalam suatu transaksi jual beli melalui media sosial Instagram dapat menjelaskan secara detail dan merinci terkait suatu obyek dalam perjanjian. Contohnya saja jual beli handphone melalui media sosial Instagram, maka penjual harus mendeskripsikan dengan jelas terkait obyek tersebut yang nantinya akan diserahkan kepada pembeli.
4. Syarat selanjutnya adalah suatu sebab yang halal. Syarat ini akan dapat terlaksana ketika sesuatu yang akan dilakukan ataupun hal yang akan dicapai ketika melakukan transaksi melalui media sosial Instagram harus disertai dengan niat baik, yang niat baik tersebut tidak bertentangan dengan peraturan yang ada sesuai dengan perundang-undangan, kesusilaan, serta ketertiban umum serta juga tidak akan menimbulkan perselisihan.

---

<sup>12</sup> Pangestu and '.

Dalam hal ini, Menurut Salim H. S, 2007:11 dalam,<sup>13</sup> menyatakan bahwa syarat kesatu dan kedua dapat dikatakan sebagai syarat yang subyektif, dikarenakan kedua syarat tersebut menyangkut berbagai pihak yang akan melakukan suatu perjanjian. Kemudian syarat yang obyektif terdapat dalam syarat ketiga dan keempat, dikarenakan kedua syarat tersebut menyangkut terkait obyek tertentu. Ketika kedua syarat pertama tidak terpenuhi, maka perjanjian yang sudah terjadi dapat dibatalkan. Dengan arti lain, perjanjian yang telah disepakati secara bersama akan dapat dibatalkan ketika salah satu pihak melakukan pengajuan hukum terkait pembatalan perjanjian kepada pengadilan. Akan tetapi, perjanjian tersebut akan tetap valid ketika dari kedua belah pihak merasa tidak ada yang dirugikan. Beda hal lagi dengan pertanyaan batal demi hukum yang memiliki arti bahwa ketika syarat ketiga dan keempat tidak terpenuhi salah satunya, maka perjanjian tersebut dari awal dianggap tidak sah.

### **3.3. Keawajiban dan Hak yang Diberi Pelaku Usaha Kepada Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Pada Media Instagram.**

Menurut seorang penulis bahwasannya jual beli online adalah sudah menjadi hal yang sangat biasa karena mudah untuk dipahami oleh kebanyakan masyarakat, dan juga memudahkan transaksi jual beli bagi masyarakat proses nya juga lebih mudah, aman, dan cepat. Jual beli online juga mudah diakses di dalam facebook, whatsapp, Instagram, tokpedia, shopee dan lain sebagainya. Hubungan antara konsumen dan produsen selalu berkesinambungan saat ada nya pesanan sudah di sah kan. Dan hubungan produsen dan konsumen selalu aktif saat berlangsungnya transaksi jual beli tersebut. Di dalam UU Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwasannya posisi konsumen lebih rendah dibandingkan posisi produsen. Tujuan dari adanya hukum perlindungan konsumen secara langsung yaitu untuk dapat meningkatkan posisi konsumen dan kesadaran bagi si konsumen. Dan secara tidak langsung dapat meningkatkan rasa tanggung jawab si produsen mengenai usaha nya. dan ketika tujuan itu mau berhasil dan bisa dicapai maka perlindungan konsumen harus diterapkan.

Di dalam UU Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa yang ada di Undang-Undang hukum positif yang ada di dalam Indonesia, maka dari itu perlindungan dari konsumen bisa lebih terjamin dan terjaga dan bagi konsumen lebih percaya dengan jual beli tersebut. Produsen harus menjelaskan secara jujur mengenai toko nya. Kewajiban Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menjelaskan bahwa konsumen memiliki kewajiban untuk membaca dan mengikuti prosedur yang sudah di cantumkan dalam media sosial tersebut seperti facebook, Instagram, dan lain sebagainya, juga prosedur pemakaiannya lebih bermanfaat demi keamanan dan keselamatan.<sup>14</sup> Kewajiban konsumen selanjutnya yaitu membayar sesuai dengan barang yang di beli oleh si konsumen. Ketika konsumen sudah melakukan kewajibannya dalam melakukan transaksi jual beli, maka si konsumen akan mendapatkan hak nya sebagai konsumen yang layak. Konsumen juga bisa memeriksa barang yang dibeli saat barang yang di pesan datang, bisa di video terlebih dahulu atau pun di foto agar ada bukti yang kuat ketika barang itu tidak sesuai dengan apa yang kita inginkan, Kewajiban Konsumen

---

<sup>13</sup> Pangestu and '.

<sup>14</sup> I Made Satria Wibawa Tangkeban, I Nyoman Putu Budiarta , and Ni Made Sukaryati Karma, 'Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik', *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2.2 (2021), 416–21 <<https://doi.org/10.22225/juinhum.2.2.3451.416-421>>.

yaitu Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Menurut Presiden Jhon F. Kennedy menjelaskan bahwasannya ada empat hak konsumen yang harus dilindungi yaitu sebagai berikut:

1. Hak Mendapatkan Keamanan  
Hak untuk mendapatkan keamanan menjelaskan bahwa perlindungan bagi konsumen dari pemasaran barang yang ada di media atau jasa yang membahayakan keselamatan bagi konsumennya. Hak ini wajib didapatkan oleh semua masyarakat dari setiap wilayah di suatu negara nya masing-masing, agar masyarakat yang mendapatkan keamanan ini bisa merasa nyaman, tenang, dan damai untuk bertransaksi jual beli.
2. Hak untuk memilih  
Hak memilih ini adalah hak memilih untuk konsumen mau membeli atau tidak membeli. Oleh sebab itu konsumen lebih teliti untuk memilih barang yang untuk mereka beli, takutnya toko itu msu menipu atau lain sebagainya.
3. Hak untuk mendapatkan Informasi  
Hak ini sangat berpengaruh pada hak yang sangat fundamental terhadap konsumennya. Dan informasi yang di cantumkan harus sesuai dan jujur, agar hak konsumen juga lebih terjamin harus diberikan selengkap-lengkap nya. Ketika konsumen kurang nya informasi mereka kurang percaya dengan toko tersebut.
4. Hak Untuk didengar  
Hak untuk didengar ini bermaksud untuk menjamin konsumen bahwasannya harus dipantau agar konsumen lebih percaya. Dan selain itu juga konsumen harus di dengar masalah keluh kesahnya mengenai barang yang sudah di beli. Hak ini perlu terkadang ada seseorang yang ingin mengungkapkan keluh kesahnya terkait barang yang mereka terima, apakah sudah sesuai apa belum.<sup>15</sup>
5. Hak untuk mendapatkan pembinaan, pengarahan dan Pendidikan bagi konsumennya.
6. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan barang yang ada di media sosial nya, maka dengan perjanjian boleh dikembalikan.
7. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya yang di dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999.<sup>16</sup>

#### **IV. Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat disimpulkan bahwasannya pada UU No.8 Tahun 1999 telah ditetapkan sebagai undang-undang yang menjelaskan terkait perlindungan hukum bagi para konsumen yang merasa dirugikan akibat tindakan para oknum-oknum produsen yang tidak bertanggung jawab. Namun, apabila nomor pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab tersebut tidak dapat dihubungi maka para konsumen yang menjadi korban tersebut akan dapat melakukan upaya dalam meminta ganti rugi atas hal tersebut. Di negara Indonesia sendiri terdapat dua upaya hukum yang

---

<sup>15</sup> Diajukan Sebagai, Syarat Untuk, and Memperoleh Gelar, 'PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL-BELI ONLINE VIA INSTAGRAM MENURUT HUKUM ISLAM ( Studi Di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Bukittinggi ) Oleh : NURUL AMANINA PRODI HUKUM EKONOMI SYARI ' AH ( MUAMALAH ) FAKULTAS SYARI ' AH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGER', 2020, 1–93.

<sup>16</sup> H Syahrudin Nawi, 'HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN MENURUT UU NO.8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN', 7.1 (2018), 1–8.

dapat ditempuh oleh konsumen dalam meminta hal ganti rugi tersebut yaitu dengan cara melalui jalur hukum atau juga bisa dengan luar pengadilan yang artinya adalah melalui konsultasi, mediasi, atau penialain dari para ahli sesuai dengan kesepakatan dari masing-masing pihak yang melakukan perjanjian.

Sebaiknya sebagai pelaku usaha diharap agar lebih bertanggungjawab atas apa yang mereka jual dengan memberikan penjelasan yang secara jelas dan merinci terhadap para konsumen. Sebagaimana melakukan perjanjian yang jelas sesuai dengan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terkait keabsahan perjanjian yang sah yang harus diselesaikan bersama dan bukan dengan cara yang tidak bertanggungjawab seperti melarikan diri setelah para konsumen melakukan pembayaran tetapi pelaku usaha meninggalkan tanggung jawabnya sebagai produsen. Maka sebagai konsumen pun juga harus berani dalam menunjukkan bahwa di negara Indonesia sendiri telah menetapkan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait perlindungan hukum bagi para konsumen yang merasa di tipu akibat pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab. Penting juga bagi para pelaku usaha yang baik agar mendaftarkan perusahaan tersebut atas usaha elektronik, agar pemerintah dapat mengawasi lebih ketat terhadap pihak yang terlibat serta melakukan kegiatan menyangkut dalam kepentingan bersama pada saat transaksi melakukan perdagangan elektronik.

## V. Daftar Pustaka / Daftar Referensi

### Jurnal

- Fitria, Tira Nur, 'Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3.01 (2017), 52  
<<https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>>
- Harapan, M. Yahya, 'Segi-Segi Hukum Perjanjian' (Bandung: Alumni, 1986)  
<<https://lontar.ui.ac.id/detail?id=20107282>>
- I Made Satria Wibawa Tangkeban, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Sukaryati Karma, 'Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Eletronik', *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2.2 (2021), 416-21  
<<https://doi.org/10.22225/juinhum.2.2.3451.416-421>>
- Lubis, Asifah Elsa Nurahma, and Farhan Dwi Fahmi, 'Pengenalan Dan Definisi Hukum Secara Umum (Literature Review Etika)', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2.6 (2021), 768-89
- Maros, Hikmah, and Sarah Juniar, 'Fikih Media Sosial Di Indonesia (Studi Analisis Falsafah Hukum Islam Dalam Kode Etik Netizmu Muhammadiyah)', 6.2 (2016), 1-23
- Narayana, Anak Agung Hari, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook', 9.2 (2021), 83-91
- Nawi, H Syahrudin, 'Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut Uu No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', 7.1 (2018), 1-8

- Pangestu, Risanda Lilho, and ' Tuhana, 'Transaksi Jual Beli Melalui Insta gram Ditinjau Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata', *Jurnal Privat Law*, 7.2 (2019), 275 <<https://doi.org/10.20961/privat.v7i2.39336>>
- Rizal, Farah Rasyiyqah Ahmad, Audi H Pondaag, and Reymen M Rewah, 'Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata', IX.2 (2021), 191-202
- Saleh, Baso, and Yayat D. Hadiyat, 'Use of Information Technology among Performers Micro Small Medium Enterprises in the Border Area (Study in Belu, East Nusa Tenggara) (Penggunaan Teknologi Informasi Di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Daerah Perbatasan (Studi Di Kabupaten Bel', *Journal Pekommas*, 1.2 (2016), 141 <<https://doi.org/10.30818/jpkm.2016.2010204>>
- Sari, Chacha Andira, 'Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga', *Jurnal Antro Unair*, 4.2 (2015), 205-16 <<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-auna97cbdaabbfull.pdf>>
- Sebagai, Diajukan, Syarat Untuk, and Memperoleh Gelar, 'Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Online Via Instagram Menurut Hukum Islam ( Studi Di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Bukittinggi ) Oleh : Nurul Amanina Prodi Hukum Ekonomi Syari ' Ah ( Muamalah ) Fakultas Syari ' Ah Institut Agama Islam Neger', 2020, 1-93
- Setiawan, R., 'Pokok-Pokok Hukum Perikatan' (Bandung: Putra Abardin, 1999)