VIVA THEMIS:
JURNAL ILMU HUKUM DAN HUMANIORA
Dipubilkasikan oleh Fakultas Hukum, Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, Indonesia
Volume 07 Nomor 01, Januari 2024 ISSN (Online) 2598-9626
Halaman Jurnal: https://jurnal.saburai.id/index.php/THS
: 10.24967/vt.v6i1.2766

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-*Online* (*E-Commerce*)

Dery Hendryan[1], **Leonardo Ganiarta**[2], **Gustina Aryani**[3]
[1,2,3]Fakultas Hukum Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai, Indonesia.

Info Artikel

Penulis Korespondensi:

Dery Hendryan
deryhendryanfh.usbrj@gmail.com

Linimasa:
Submit: 19-08-2023
Revisi: 20-11-2023
Diterima:25-12-2023
Diterbitkan: 30-01-2024

Hal: 87 - 100

Kata Kunci:
[Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi Online.]

Copyright © 2024 by Viva Themis: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora.

Viva Themis: Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

Abstrak

[Kemajuan teknologi dan internet ternyata menimbulkan banyak hal negatif bagi penggunanya. Untuk berbisnis dan bertransaksi dalam media internet diperlukan pemahaman, keseriusan, dan kemauan tersendiri. Dalam suatu perjanjian seringkali salah satu pihak/para pihak harus menghadapi kondisi yang sulit dan pada akhirnya kontak/perjanjian yang telah disepakati tidak bisa berjalan/dijalankan dengan baik sebagai mana mestinya. Faktor-faktor yang membuat kejadian-kejadian sulit itu bisa terjadi karena kesengajaan maupun ketidaksengajaan.

Wanprestasi adalah suatu keadaan/situasi yang dapat dilakukan oleh salah satu pihak atau para pihak dalam suatu perikatan yaitu secara umum dapat digambarkan bahwa isi perjanjian tersebut tidak dijalankan dengan baik dan tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati dari awal. Terjun langsung kedalam bisnis jual beli secara online/bertransaksi secara elektronik (e-commerce) merupakan suatu tindakan yang jarang dilakukan akan tetapi sudah menjadi gaya hidup dan trend pada era modern ini, namun harus juga diwaspadai dan diperhatikan. Diantaranya hal-hal yang nantinya dapat disebut sebagai bentuk wamprestasi.

Wanprestasi dalam perjanjian jual beli secara online mempunyai banyak bentuk dan terkadang kita mengalaminya namun masih belum peka bahwa hal/kejadian tersebut dapat disebut suatu tindakan wanprestasi. Misalnya: keterlambatan membayar, tidak melakukan pembayaran, mengirim barang namun tidak sesuai dengan apa yang disepakati, mengirim barang namun terlambat, yang nantinya menimbulkan akibat hukum tertentu.]

I. PENDAHULUAN

Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi dan sistem transaksi secara elektronik telah menjadikan industri teknologi informasi menjadi industri yang diunggulkan. Selain memberikan kemudahan dan efisiensi waktu, teknologi informasi juga memberikan keuntungan yang lainnya, yaitu untuk memperluas pangsa pasar ke seluruh dunia tanpa harus pergi tahu mengirim orang ke negara-negara lain untuk memasarkannya. Internet membawa perekonomian dunia memasuki baba baru yang lebih populer dengan istilah digital economic atau ekonomi digital. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi.

Sistem hukum yang berlaku saat in yang belum mempertimbangkan pengaruh pengaruh dari pemanfaatan internet. Sedangkan bisnis modern yang bersifat kontemporer sudah dipengaruhi oleh pemanfaatan dari internet. Perkembangan yang paling mutakhir muncul sebuah model atau sistem transaksi bisnis yang sangat inovatif dan kreatif mengikuti *high tehc improvement* (kemajuan teknologi tinggi) di bidang komunikasi dan informasi. Canggihnya teknologi modern dan terbukannya jaringan informasi global yang serba transparan. Hal ini ditandai dengan kemunculan internet, *cybernet*, atau *word wide web* (www) yakni sebuah teknologi yang memungkinkan adanya transformasi informasi secara cepat keseluruh dunia maya. Kontrak jual beli secara elektronik in cenderung menggunakan sistem hukum yang mengacu kepada norma tau kaidah yang berlaku pada suatu negara, termasuk di Indonesia.

Berdasarkan ketentuan hukum jual beli yang berlaku ada beberapa hal yang bersifat *essensial* dalam proses jual beli, yaitu mengenai hak dan kewajiban para pelakunya dalam melakukan kontrak jual beli yang ditegaskan pada saat adanya kesepakatan jual. Karena kedua belah

pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.

Contoh kasus belanja barang secara online, tapi barang yang dibeli tidak sama dengan yang dilihat difoto pada iklan yang dipajang. Apakah itu termasuk pelanggaran hak konsumen? Apakah dapat menuntut penjual untuk mengembalikan uang atau mengganti barang yang telah dibeli tersebut. Maka dari itu, dalam tulisan ini akan dipaparkan mengenai bagaimana perlindungan hukum yang seharusnya bagi konsumen dalam menghadapai kenyataan peristiwa yang sedang kekinian dan terbaru di zaman saat ini yakni tranksasi jual-beli secara online berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mana telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Kemudian, berdasarkan ketentuan Pasal 1 Angka 10 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Pada transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan ole para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara elektronik in pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Dalam transaksi jual beli secara elektronik, pihak-pihak yang terkait antara lain:

1. Penjual atau merchant sebagai pelaku usaha;
2. Pembeli atau konsumen

3. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/merchant.
4. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimanakah Peraturan yang telah diterbitkan oleh pemerintah sebagai dasar perlindungan konsumen dalam transaksi jual - beli (*E-Commerce*)?

II. METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data, yakni: Penelitian Kepustakaan (*library research*). Sehubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini maka pengumpulan data akan dilakukan melalui Penelitian Kepustakaan, dikumpulkan melalui penelitian literatur, yakni dengan mempelajari ketentuan Perundang-undangan tentang Transaksi *Ecommerce* dan Peraturan Perundang-undangan lain yang relevan dengan penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia

Pengertian perlindungan konsumen menurut Az. Nasution dijelaskan bahwa kedua istilah itu berbeda, yaitu hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum Indonesia. Hukum konsumen adalah keseluruhan asas - asas dan kaidah - kaidah yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Sedangkan hukum perlindungan konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas - asas dan kaidah - kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen.

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan secara tegas bahwa hak - hak konsumen sebagai berikut:

a. Hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa
b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar, kondisi serta jaminan yang dijanjikan
c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa
d. Hak untuk didengarkan pendapat, keluhan atas barang yang digunakan
e. Hak untuk dapat digunakan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut
f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
g. Hak untuk diperlakukan secara jujur tanpa diskriminatif
h. Hak untuk mendapatkan konpensasi ganti rugi atau pergantian barang jika barang tidak sesuai dan tidak sebagaimana mestinya
i. Hak lainnya yang diatur dalam peraturan perundang - undangan lainnya.

Sedangkan bagi produsen meliputi kewajiban yang berkaitan dengan produksi, penyimpanan, peredaran dan perdagangan produk, serta akibat dari pemakaian produk itu, dengan demikian jika perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian pemenuhan hak - hak konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen adalah hukum yang mengatur upaya - upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen. Pasal 1 angka 1 Undang-

Undang Nomor 8 Tahun 1999 memberi pengertian perlindungan konsumen sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (1997) Dalam perspektif komunikasi, pengertiannya ialah sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.

a. Perspektif proses bisnis, *e-commerce* merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
b. Perspektif layanan, *e-commerce* adalah suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman
c. Perspektif online, *e-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya.

Menurut Loudon (1998) *e-commerce* adalah suatu proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya secara elektronik dengan bantuan komputer sebagai perantara transaksinya.

Jenis - jenis *e-commerce* :

1. *Bussiness to Bussiness* (B2B)

   Business-to-Business (B2B) *e-commerce* ini biasanya meliputi transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan. Karena itu namanya disebut *business to business* karena transaksi hanya teriadi diantara perusahaan.

2. *Bussiness to Consumer* (B2C)

   Lalu jenis *business-to-Consumer* adalah jenis perdagangan elektronik yang melibatkan pelaku bisnis dan konsumen. Jenis bisnis ini dinilai cenderung lebih mudah dan dinamis, tapi juga lebih menyebar secara tidak merata tau bisa terhenti. Sebagai contoh, bisnis ini memungkinkan produsen untuk memasarkan produk ke konsumen secara *online*.

3. *Consumer-to-Consumer* (C2C)

   Sesuai dengan namanya, pada jenis *e-commerce* ini transaksi akan dilakukan antar konsumen dengan konsumen yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa. Umumnya, transaksi ini dilakukan oleh pihak ketiga yang menyediakan *platform* secara *online* untuk bertransaksi. Contohnya, konsumen dari suatu produsen akan memasarkan kembali produk ke konsumen lain.

4. *Consumer-to-Business* (C2B)

   Consumer-to-Business (C2B) adalah jenis perdagangan elektronik di mana konsumen (*end-use*) menyediakan produk atau layanan ke suatu perusahaan. Jenis bisnis ini berbeda dengan B2C, di mana bisnis menghasilkan produk serta layanan konsumsi konsumen.

5. *Business-to-Administration* (BA)

   Business-to-Administration (B2A) adalah jenis perdagangan elektronik yang akan mencakup transaksi yang dilakukan secara *online* antar perusahaan dan administrasi publik. Jenis perdagangan elektronik in meningkat dalam beberapa kurun waktu terakhir dengan investasi yang dibuat melalui pihak pemerintah atau *e-government*.

6. *Online-to-Offline* (020)

   Online-to-Offline (0 2 0) adalah jenis perdagangan elektronik yang menarik pelanggan dari *online* untuk toko fisik. 0 2 0 akan mengidentifikasi konsumen di *online* seperti klan *internet* dan *email*. Lalu kemudian menggunakan pendekatan untuk menarik pelanggan supaya meninggalkan kebiasaan belanja secara *online*.

B. Hukum Perlindungan Konsumen Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan.

Konsumen yang diperbincangkan dalam hal in ialah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali, adanya transaksi konsumen yang mana maksudnya ialah proses terjadinya peralihan pemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang atau penelenggara jasa kepada konsumen.

Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dIl.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

memberi kompensasi, ganti rug dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, dll. Lebih tegas lagi Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Maka konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UUPK berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g UU PK berkewajiban member kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 UUPK, yang berbunyi: "Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak R 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)."

Berdasarkan UU ITE dan PP PSTE tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan. Kontrak Elektronik itu sendiri menurut Pasal 48 ayat (3) PP PSTE

setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut; data identitas para pihak; objek dan spesifikasi; persyaratan Transaksi Elektronik; harga dan biaya; prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Dengan demikian, pada transaksi elektronik yang terjadi dikasus dapat menggunakan instrumen UU ITE dan / atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahannya. Terkait dengan perlindungan konsumen , Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.

Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Selain kedua ketentuan tersebut di atas, apabila ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan foto pada iklan toko *online* tersebut (sebagai bentuk penawaran), kita juga dapat menggugat Pelaku Usaha (dalam hal ini adalah penjual) secara perdata dengan dalih teriadinya wanprestasi atas transaksi jual beli yang anda lakukan dengan penjual.

C. Tanggung Gugat Distributor Dalam Hal Terjadi Wanprestasi

Langkah pertama dalam hal terjadi wanprestasi yaitu melalui upaya hukum bagi transaksi *e-commerce* yang terjadi di Indonesia. Upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi akibat kerugian yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* dapat dilakukan melalui cara:

a. Litigasi Dasar hukum untuk mengajukan gugatan di pengadilan terdapat dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE dan Pasal 45 ayat 1 UUPK. Dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE disebutkan bahwa :

   "Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian". Sedangkan dalam Pasal 45 avat 1 UUPK disebutkan bahwa" Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum".

b. Non Litigasi Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan di selenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen (Pasal 47 UUPK).

Upaya hukum dalam hal transaksi *e-commerce* bersifat Internasional Masalah yang muncul dalam hal terjadi sengketa pada transaksi *e-commerce* yang bersifat internasional adalah menentukan hukum/pengadilan mana yang digunakan untuk menyelesaikan sengketa. Dalam Undang-Undang Informasi dan

Transaksi Elektronik (UUITE), pengaturan mengenai transaksi *e-commerce* yang bersifat internasional terdapat dalam Pasal 18.

Adapun bentuk-bentuk wanprestasi dalam perianjian jual beli secara *online* adalah:

1. Ditinjau dari sisi pembeli (*buyers*), antara lain:
    a. keterlambatan membayar dalam hal in kerlambatan pembayaran biasanya pihak yang sering melakukan hal keterlambatan tersebut adalah pembeli (*buyers*).
    b. tidak melakukan pembayaran setiap pembeli biasanya berbeda-beda, artinya dalam melakukan transaksi secara *online* mereka mempunyai tujuan dan maksud sendiri-sendiri. Pada kenyataannya ada sebagian dari pembeli yang tidak melakukan kewajiban mereka secara baik.
    c. Melakukan pembayaran namun tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan disepakati. Hal ini jarang terjadi dalam jual beli *online*.
2. Ditinjau dari sisi penjual (*sellers*), antara lain:
    a. Mengirim barang, namun tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
    b. Mengirim barang namun terlambat.

Adapun beberapa bentuk wanprestasi dalam bisnis jual beli secara *online*. Melalui *cyberspace* sesuai dengan bentuk-bentuk wanprestasi sebagaimana yang dikemukakan diatas, meliputi:

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya.
2. Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sesuai yang diperjanjikan.
3. Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi terlambat.
4. Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilaksanakan

IV. PENUTUP

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) telah mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce*, perlindungan hukum tersebut terlihat dalam ketentuan-ketentuan UUPK dan UUITE dimana kedua peraturan tersebut telah mengatur mengenai penggunaan data pribadi konsumen, syarat sahnya suatu transaksi *e-commerce*, penggunaan CA (*Certification Authority*), dan mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa yang dapat dijadikan acuan bagi obyek dalam transaksi *e-commerce*.

Upaya hukum bagi konsumen dalam penelesaian sengketa terdiri dari dua, yakni upaya hukum dalam hal transaksi *e-commerce* bersifat internasional yang penyelesaiannya menggunakan mekanisme ADR, dan upaya hukum dalam hal transaksi *e-commerce* yang terjadi di Indonesia yang dapat diselesaikan melalui dua jalur yakni jalur *non-litigasi* melalui Lembaga Swadaya Masyarakat (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen Disperindag, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha. Kemudian jalur kedua adalah melalui jalur litigasi/pengadilan.

DAFTAR PUSTAKA

Chairi, Zulfi. 2005, *Aspek Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui Internet*, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan.

E.S. Wiradipradja dan D. Budhijanto, 2002, *Perspektif Hukum Internasional tentang Cyber Law*, dalam Kantaatmadja, et al, *Cyberlaw : Suatu Pengantar*

Pramono, Nindyo, 2001, *Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-commerce dan E- Bussines: Bagaimana solusi hukumnya*, Artikel Dalam Jurnal Hukum No. 16 Vol. 8/2001.

Sanusi, Muhammad Arsyad. Transaksi Bisnis dalam E-comerce: Studi Tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya, dalam *Jurnal Hukum lus Quia lustum*, No. 16 Vol. 8 Maret 2001: 10-29,