

Kepastian Hukum dalam Transaksi *Online*: Peran Asas Itikad Baik Berdasarkan Hukum Perdata Indonesia

Dwi Atmoko*, Noviriska

Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta

*email: dwi.atmoko@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas peran asas itikad baik dalam transaksi jual beli *online* (*e-commerce*) di Indonesia dari perspektif hukum perdata. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, terjadi perubahan signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi, di mana *e-commerce* menjadi media yang dominan. Hukum perdata, khususnya Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dan peraturan terkait seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), mengatur transaksi elektronik untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen. Namun, praktik di lapangan menunjukkan berbagai permasalahan terkait pemenuhan asas itikad baik oleh pelaku usaha dalam menyediakan informasi produk yang jelas dan benar. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif untuk menganalisis peraturan perundang-undangan terkait serta fenomena praktik transaksi jual beli *online*. Hasil penelitian menunjukkan pentingnya penerapan asas itikad baik dalam perjanjian jual beli *online* agar konsumen tidak dirugikan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan perlunya penguatan regulasi untuk melindungi hak-hak konsumen serta memastikan transparansi dan kejujuran dalam transaksi *online*.

Kata Kunci: Asas Itikad Baik; Kepastian Hukum; Perjanjian Elektronik; Transaksi Jual Beli *Online*.

Abstract

This study discusses the role of the good faith principle in online buying and selling transactions (e-commerce) in Indonesia from a civil law perspective. With the rapid development of information technology, significant changes have occurred in the way society conducts transactions, with e-commerce becoming the dominant medium. Civil law, particularly the Indonesian Civil Code and related regulations such as Law No. 11 of 2008 on Electronic Information and Transactions (ITE Law), regulates electronic transactions to provide legal certainty for consumers. However, practical implementation reveals various issues concerning the fulfillment of good faith obligations by business actors in providing clear and accurate product information. This study employs a normative juridical method to analyze relevant legislation as well as the phenomena of online buying and selling practices. The results highlight the importance of applying good faith principles in online sales agreements to prevent consumer harm. This study concludes by underscoring the need to strengthen regulations to protect consumer rights and ensure transparency and honesty in online transactions.

Keywords: Principles of Good Faith; Legal Certainty; Electronic Agreements; Online Sale and Purchase Transactions.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan *e-commerce* di Indonesia telah mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. *E-commerce*, yang merupakan bentuk perdagangan yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Menurut Rakanita, perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong masyarakat untuk beradaptasi dengan gaya hidup baru, termasuk belanja *online*, yang tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar tetapi juga oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Rakanita, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin digital. Namun, meskipun potensi *e-commerce* sangat besar, terdapat sejumlah kendala yang dihadapi dalam implementasinya di Indonesia. Firmansyah mencatat bahwa kendala tersebut dapat dibagi menjadi dua kategori utama: kendala teknis dan non-teknis (Firmansyah, 2018). Kendala teknis mencakup masalah infrastruktur dan akses internet yang belum merata, sedangkan kendala non-teknis meliputi kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan teknologi *e-commerce*. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa banyak UMKM di Indonesia belum sepenuhnya memanfaatkan potensi *e-commerce* karena keterbatasan dalam pengetahuan dan sumber daya (Sari, 2022).

Kepastian hukum dalam konteks transaksi *online* di Indonesia sangat dipengaruhi oleh berbagai regulasi, termasuk Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dalam era digital, transaksi *online* menjadi semakin umum, namun tantangan terkait kepastian hukum tetap ada. UU ITE mengakui alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah, tetapi masih memerlukan pengaturan lebih lanjut untuk menjamin kepastian hukum dalam proses peradilan (Maulidiyah & Satriana, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun UU ITE memberikan dasar hukum, implementasi dan pengaturannya dalam konteks hukum acara perdata masih perlu diperkuat untuk menghindari ketidakpastian hukum yang dapat merugikan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi *online*.

Selain itu, KUH Perdata juga memberikan kerangka hukum yang penting untuk transaksi *online*. Misalnya, perjanjian yang dilakukan secara elektronik harus memenuhi syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan, objek yang jelas, dan sebab yang halal (Wardhana, 2022). Namun, dalam praktiknya, banyak transaksi *online* yang tidak memenuhi syarat ini, sehingga menimbulkan masalah hukum yang kompleks. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* juga sangat penting, terutama dalam konteks pinjaman *online*, di mana perjanjian harus jelas dan transparan untuk menghindari penipuan (Putra & Waluyo, 2023). Lebih jauh lagi, penegakan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi dalam transaksi *online*, seperti penipuan, diatur dalam UU ITE dan KUHP. Tindak pidana penipuan yang dilakukan melalui media elektronik diatur dalam Pasal 28 UU ITE, yang menyamakan tindakan tersebut dengan penipuan konvensional (Kesuma dkk., 2020). Namun, tantangan dalam penegakan hukum tetap ada, terutama terkait dengan sifat ancaman siber yang terus berkembang dan kesadaran hukum masyarakat yang masih rendah (Madinah Mokobombang dkk., 2023). Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga penegak hukum, dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman hukum dan melindungi hak-hak

konsumen dalam transaksi *online*.

Secara keseluruhan, kepastian hukum dalam transaksi *online* di Indonesia sangat bergantung pada pengaturan yang jelas dan implementasi yang efektif dari UU ITE dan KUH Perdata. Dengan adanya kerangka hukum yang kuat dan kesadaran hukum yang meningkat, diharapkan transaksi *online* dapat berlangsung dengan aman dan adil bagi semua pihak yang terlibat.

Asas itikad baik (*good faith*) merupakan prinsip fundamental dalam hukum perjanjian yang berfungsi untuk menjaga keadilan dan kepercayaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kontrak. Dalam konteks hukum Indonesia, asas ini diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata yang menegaskan bahwa “perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik” (Kamal Wafda & Setyowati, 2022). Penerapan asas ini tidak hanya terbatas pada tahap pelaksanaan kontrak, tetapi juga mencakup tahap prakontrak dan penyelesaian sengketa, sehingga menciptakan lingkungan yang kondusif untuk kerja sama dan kepercayaan.

Lebih lanjut, dalam konteks perjanjian jual beli *online*, penerapan asas itikad baik menjadi krusial untuk melindungi konsumen dari praktik penipuan dan ketidakadilan. Penelitian menunjukkan bahwa banyak klausul dalam kontrak jual beli *online* yang dapat memberatkan salah satu pihak, sehingga asas itikad baik berfungsi sebagai pembatasan untuk memastikan bahwa setiap pihak memenuhi hak dan kewajibannya dengan adil (Sasmita & Novy Purwanto, 2020). Dengan demikian, asas itikad baik tidak hanya berfungsi sebagai prinsip moral, tetapi juga sebagai alat hukum yang dapat digunakan untuk menegakkan keadilan dalam hubungan kontraktual.

Kurangnya pemenuhan asas itikad baik oleh pelaku usaha dalam praktik *e-commerce* di Indonesia merupakan isu yang semakin mendesak untuk dibahas. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, itikad baik menjadi salah satu prinsip fundamental yang harus dipatuhi oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*. Pelaku usaha dan konsumen seharusnya bersama-sama memperhatikan kewajiban itikad baik, terutama ketika menyangkut klausul baku yang dapat merugikan konsumen, seperti yang diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Suwandono dkk., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha sering kali mengabaikan tanggung jawab mereka, yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan dan kehilangan kepercayaan dari konsumen.

Lebih lanjut, Suprpti dan Tarigan menekankan bahwa itikad baik dalam perjanjian sangat penting untuk menciptakan keadilan dalam transaksi. Ketidakpatuhan terhadap prinsip ini dapat menyebabkan pelanggaran yang merugikan salah satu pihak, dalam hal ini konsumen (Suprpti & Tarigan, 2021). Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha yang tidak transparan dalam menjelaskan produk dan layanan yang mereka tawarkan, sehingga mengakibatkan konsumen merasa tertipu.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan asas itikad baik dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia, yang diatur dalam kerangka hukum perdata. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami sejauh mana prinsip itikad baik dipenuhi oleh pelaku usaha dalam transaksi *online*, khususnya dalam hal penyediaan informasi produk yang jelas dan benar bagi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi kendala-kendala yang muncul dalam praktik pemenuhan asas itikad baik serta implikasi hukum yang timbul bagi konsumen dan pelaku usaha.

Melalui analisis ini, diharapkan dapat diberikan rekomendasi kebijakan yang mendukung penguatan regulasi dan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*, sehingga tercapai kepastian hukum yang efektif dan adil dalam lingkungan transaksi *online* di Indonesia.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang tepat untuk penelitian ini adalah metode yuridis normatif, yang berfokus pada analisis peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan prinsip-prinsip hukum yang berlaku terkait transaksi elektronik di Indonesia. Pendekatan yuridis normatif ini bertujuan untuk mengkaji penerapan asas itikad baik dalam transaksi jual beli *online* dengan merujuk pada aturan hukum yang ada, khususnya dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan pendekatan analisis konseptual dengan mengamati bagaimana prinsip itikad baik dipraktikkan dalam perjanjian elektronik dan kaitannya dengan perlindungan konsumen. Data diperoleh dari studi pustaka, mencakup peraturan perundang-undangan, literatur hukum, artikel ilmiah, dan pandangan para ahli hukum untuk memahami berbagai teori dan konsep terkait asas itikad baik. Data dianalisis secara kualitatif untuk menilai efektivitas dan implementasi hukum yang ada, sehingga dapat mengidentifikasi kebutuhan akan kebijakan tambahan atau perbaikan dalam pelaksanaan asas itikad baik di ranah *e-commerce*.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ruang lingkup penerapan asas itikad baik dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia sangat penting untuk memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan standar kejujuran dan integritas. Asas ini tidak hanya menjadi dasar bagi hubungan yang sehat antara penjual dan pembeli tetapi juga memiliki peran yang lebih luas dalam membangun kepercayaan di dalam ekosistem *e-commerce*. Menurut Wafda dan Setyowati, semua perjanjian, baik yang dilaksanakan secara langsung maupun *online*, wajib dilandasi asas itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata (Kamal Wafda & Setyowati, 2022).

Dalam *e-commerce*, asas itikad baik tidak hanya mencakup pelaksanaan perjanjian yang sesuai dengan kejujuran tetapi juga meliputi aspek transparansi dalam memberikan informasi kepada konsumen, keandalan produk yang ditawarkan, dan perlindungan data konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa asas itikad baik berfungsi sebagai landasan hukum yang esensial bagi pelaku usaha dan konsumen agar tidak ada pihak yang dirugikan selama proses transaksi berlangsung.

Dalam kaitannya dengan itikad baik, setiap pihak yang terlibat dalam transaksi *online* diwajibkan untuk memberikan informasi yang jelas mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Informasi tersebut meliputi detail produk, harga, ketersediaan, serta syarat dan ketentuan yang berlaku dalam transaksi. Penerapan prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen memperoleh informasi yang cukup sebelum melakukan keputusan pembelian.

Salah satu elemen penting dalam asas itikad baik adalah transparansi informasi, yang berarti pelaku usaha harus memberikan informasi yang tidak menyesatkan.

Sakinah mengungkapkan bahwa aspek seperti label halal, sistem keamanan, dan kualitas layanan merupakan faktor yang berpengaruh besar dalam keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, dan semua ini harus disampaikan dengan itikad baik untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang positif (Sakinah & Hendri Hermawan Adinugraha, 2022).

Berdasarkan kajian literatur, Nahlah. menyatakan bahwa *e-commerce*, sebagai transaksi yang dilakukan melalui sarana elektronik, memerlukan kejelasan dan kejujuran dalam setiap tahap transaksi (Nahlah dkk., 2022). Artinya, setiap tahapan transaksi, mulai dari penawaran produk hingga pengiriman dan layanan purnajual, harus dilakukan dengan itikad baik agar hak-hak konsumen terlindungi dan pengalaman berbelanja tetap positif.

Dalam konteks perlindungan konsumen, asas itikad baik sangat penting untuk mencegah praktik bisnis yang merugikan. Sugeng dan Fitria menyoroti pentingnya perlindungan data pribadi dalam *e-commerce*, yang menjadi aspek krusial agar konsumen merasa aman dalam memberikan data pribadi mereka (Sugeng & Fitria, 2021). Hal ini menandakan bahwa asas itikad baik bukan hanya mengatur interaksi ekonomi, tetapi juga menjaga keamanan informasi konsumen.

Lebih lanjut, Hidayah menekankan bahwa asas itikad baik tidak sekadar norma moral, melainkan memiliki implikasi hukum yang kuat, terutama dalam transaksi *online*, yang pada praktiknya diatur oleh kontrak elektronik (Hidayah, 2021). Ketentuan hukum yang mengharuskan penerapan asas itikad baik bertujuan untuk menjaga keadilan dan mencegah penyalahgunaan dalam pelaksanaan perjanjian elektronik.

Dalam hukum perdata di Indonesia, asas itikad baik secara tegas diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata. Pasal ini menggarisbawahi pentingnya kepercayaan dan tanggung jawab penuh dari pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak untuk memenuhi perjanjian sesuai kesepakatan yang telah dibuat (Henokh Alexandro Pohan dkk., 2023). Hal ini penting untuk menjamin agar tidak ada pihak yang dirugikan secara sepihak dalam suatu transaksi.

Namun, penerapan asas ini dalam transaksi *online* sering kali menghadapi tantangan. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun asas itikad baik telah diatur dalam hukum, praktiknya masih belum konsisten di lapangan. Ini menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen yang mungkin tidak sepenuhnya terlindungi dalam transaksi *online* (Sirait dkk., 2020).

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pembaruan regulasi untuk memperjelas definisi dan ruang lingkup penerapan asas itikad baik, terutama dalam konteks transaksi elektronik yang terus berkembang. Beberapa penelitian menggarisbawahi bahwa penegasan asas ini dapat memberikan kepastian hukum yang lebih baik dan perlindungan yang efektif bagi konsumen di Indonesia (Arifin, 2020) lihat juga (Christy, 2022).

Asas itikad baik juga memainkan peran dalam mengatur klausul-klausul baku yang sering kali merugikan konsumen. Dalam transaksi *e-commerce*, pihak penjual atau pelaku usaha cenderung menerapkan klausul-klausul baku yang tidak memberikan ruang bagi konsumen untuk melakukan negosiasi. Hal ini berpotensi melanggar hak-hak konsumen jika klausul tersebut tidak memenuhi asas keadilan.

Winarni mencontohkan bahwa dalam perjanjian pembiayaan, asas itikad baik sering diterapkan untuk membatasi kebebasan berkontrak yang berpotensi merugikan konsumen (Winarni, 2015). Prinsip yang sama juga perlu diterapkan

dalam transaksi *online* untuk melindungi konsumen dari klausul yang merugikan.

Perbandingan antara teori hukum perdata dan implementasi asas itikad baik dalam jual beli *online* menunjukkan bahwa kompleksitas dalam penerapan hukum masih ada. Di satu sisi, teori hukum perdata memberikan kerangka dasar yang kokoh, tetapi dalam praktiknya implementasi asas ini menghadapi tantangan yang membutuhkan pembaruan.

Di berbagai negara, prinsip itikad baik dalam transaksi *online* telah diatur dengan lebih tegas dalam undang-undang perlindungan konsumen. Misalnya, di negara-negara Uni Eropa, penjual diwajibkan untuk memberikan informasi produk yang jelas dan akurat, serta menjaga hak-hak konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa itikad baik juga diterapkan secara universal dalam konteks transaksi elektronik.

Dalam hukum Jerman, misalnya, Pasal 242 BGB mengatur bahwa setiap pihak dalam kontrak wajib bertindak sesuai itikad baik dan keadilan. Ketentuan ini sejalan dengan pandangan bahwa semua perjanjian, termasuk yang dilakukan secara elektronik, harus dilaksanakan dengan itikad baik untuk menghindari penyalahgunaan (Iftime, 2014).

Di Prancis, asas itikad baik juga diakui dalam hukum kontrak, dan diharapkan bahwa setiap pihak bertindak dengan jujur selama negosiasi dan pelaksanaan kontrak. Ketentuan ini memberikan perlindungan bagi konsumen terhadap praktik-praktik yang dapat merugikan mereka.

Secara umum, implementasi asas itikad baik dalam *e-commerce* bertujuan untuk menciptakan kepercayaan di antara konsumen dan pelaku usaha. Kepercayaan ini penting untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan berjalan lancar tanpa ada salah satu pihak yang merasa dirugikan.

Namun, tantangan dalam penerapan asas ini tidak hanya datang dari aspek hukum, tetapi juga dari kurangnya kesadaran konsumen dan pelaku usaha mengenai hak dan kewajiban dalam *e-commerce*. Edukasi mengenai hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha perlu ditingkatkan agar itikad baik dapat diterapkan secara maksimal.

Selain itu, penipuan dalam transaksi *online* semakin meningkat seiring pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Untuk mengatasi dampak dari penipuan, diperlukan pendekatan komprehensif melalui perlindungan konsumen, regulasi yang jelas, dan edukasi masyarakat agar tidak menjadi korban.

Kombinasi antara regulasi yang kuat, penegakan hukum yang efektif, dan peningkatan kesadaran masyarakat menjadi kunci utama dalam mengurangi dampak penipuan dan meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia.

D. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan asas itikad baik dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia sangat penting untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce*. Asas itikad baik, yang diatur dalam KUH Perdata dan diperkuat oleh UU ITE, berfungsi sebagai landasan bagi terciptanya hubungan transaksi yang transparan dan adil antara pelaku usaha dan konsumen. Berdasarkan hasil analisis, terlihat bahwa masih terdapat ketidaksesuaian antara regulasi yang ada dengan praktik di lapangan, yang

berdampak pada kerugian konsumen. Dalam upaya memperkuat perlindungan konsumen, penelitian ini menekankan perlunya peningkatan pemahaman dan kesadaran hukum baik di kalangan pelaku usaha maupun konsumen.

Lebih jauh, implikasi praktis dari penelitian ini mencakup rekomendasi untuk memperbarui regulasi terkait *e-commerce* agar lebih tegas dalam mengatur asas itikad baik, khususnya dalam penentuan klausul baku yang sering kali merugikan konsumen. Penelitian ini juga menyoroti perlunya kolaborasi antara pemerintah, lembaga hukum, dan masyarakat untuk memperkuat penegakan hukum dan edukasi mengenai hak-hak konsumen dalam transaksi *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. (2020). Membangun Konsep Ideal Penerapan Asas Iktikad Baik Dalam Hukum Perjanjian. *Jurnal Ius Constituendum*, 5(1), 66–82. <https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2119>
- Christy, M. A. (2022). Penyimpangan Asas Itikad Baik dalam Perjanjian Sewa Menyewa Kendaraan dalam Perspektif Hukum Pidana dan Perdata. *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.35973/jidh.v7i1.3011>
- Firmansyah, A. (2018). Kajian Kendala Implementasi E-Commerce di Indonesia. *Masyarakat Telematika dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8(2), 127. <https://doi.org/10.17933/mti.v8i2.107>
- Henokh Alexandro Pohan, R., Pujiwati, Y., & Agus Saleh, K. (2023). Analisis Putusan Pengadilan Negeri Surabaya No. 746/Pdt.G/2021/PN.Sby tentang Pelanggaran Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Pengikatan Jual Beli Tanah di Kota Surabaya Dikaitkan Dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Comserva : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(09), 1661–1676. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i09.564>
- Hidayah, A. (2021). Asas Iktikad Baik Dalam Kontrak Elektronik. *Solusi*, 19(2), 155–164. <https://doi.org/10.36546/solusi.v19i2.361>
- Iftime, E. (2014). Good Faith in Domestic Sales Law. *Agora International Journal of Juridical Sciences*, 8(4), 68–80. <https://doi.org/10.15837/aijjs.v8i4.1603>
- Kamal Wafda, A. T., & Setyowati, R. (2022). Implementation of the Principle of Good Faith in the Sharia Financial Technology Contract of PT. Qazwa Mitra Hasanah. *International Journal of Social Science And Human Research*, 05(10), 4780–4784. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v5-i10-52>
- Kesuma, I. G. M. J., Widiati, I. A. P., & Sugiarta, I. N. G. (2020). Penegakan Hukum terhadap Penipuan Melalui Media Elektronik. *Jurnal Preferensi Hukum*, 1(2), 72–77. <https://doi.org/10.22225/jph.1.2.2345.72-77>
- Madinah Mokobombang, Zulfikri Darwis, & Sabil Mokodenseho. (2023). Pemberantasan Tindak Pidana Cyber di Provinsi Jawa Barat: Peran Hukum dan Tantangan dalam Penegakan Hukum Terhadap Kejahatan Digital. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(6), 517–525. <https://doi.org/10.58812/jhhws.v2i6.447>
- Maulidiyah, N., & Satriana, Y. N. (2019). Eksistensi Digital Evidence dalam Hukum Acara Perdata. *Jurnal Cakrawala Hukum*, 10(1). <https://doi.org/10.26905/idjch.v10i1.2616>
- Nahlah, Lutfi, M., Lutfi, M., & Nasrullah Bin Sapa. (2022). Islamic Fiqh Views on E-Commerce. *Journal of Business and Management Studies*, 4(4), 231–136.

- <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.4.22>
- Putra, A. H., & Waluyo, W. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pinjaman Online Berkeadilan dan Kepastian Hukum. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 11(1), 118. <https://doi.org/10.20961/hpe.v11i1.68284>
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1280. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.237>
- Sakinah, A., & Hendri Hermawan Adinugraha. (2022). Literature Review on Generation Z's Perception of Product Purchasing Decisions Through E-Commerce From the Perspective of Islam Business Ethics. *Journal of Management and Islamic Finance*, 2(2), 171–183. <https://doi.org/10.22515/jmif.v2i2.4375>
- Sari, S. (2022). Adoption of Enabling E-Commerce Technologies for Indonesian SMEs. *Journal of Enterprise and Business Intelligence*, 89–99. <https://doi.org/10.53759/5181/JEBI202202010>
- Sasmita, N. P. A. B., & Novy Purwanto, I. W. (2020). Penerapan Asas Konsensualisme Dalam Perjanjian Jual Beli Online. *Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum*, 8(8), 1138. <https://doi.org/10.24843/KS.2020.v08.i08.p02>
- Sirait, M. D., Kosasih, J. I., & Arini, D. G. D. (2020). Asas Itikad Baik dalam Perjanjian Sewa-Menyewa Rumah Kantor. *Jurnal Analogi Hukum*, 2(2), 221–227. <https://doi.org/10.22225/ah.2.2.1934.221-227>
- Sugeng, & Fitria, A. (2021). *Legal Protection of E-Commerce Consumers Through Privacy Data Security*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210506.038>
- Suprpti, E., & Tarigan, A. E. (2021). Itikad Baik Dalam Perjanjian Suatu Perspektif Hukum Dan Keadilan. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 8(1), 147–158. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v8i1.19377>
- Suwandono, A., Suparto, S., Yunitasari, D., & Kusmayanti, H. (2024). Review Negatif Garansi Hangus dalam E-Commerce Perspektif Hukum Pelindungan Konsumen. *Al-Adl : Jurnal Hukum*, 16(1), 81. <https://doi.org/10.31602/al-adl.v16i1.12837>
- Wardhana, T. A. N. D. K. (2022). Keabsahan Perjanjian Pinjam Nama (Nominee) Dalam Perjanjian Pinjaman Uang di Indonesia. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 5(1), 21–28. <https://doi.org/10.30996/abdikarya.v5i1.6726>
- Winarni, L. N. (2015). Asas Itikad Baik Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan. *DiH: Jurnal Ilmu Hukum*, 11(21). <https://doi.org/10.30996/dih.v11i21.442>