

**KEDUDUKAN HUKUM MEDIA SOSIAL (WHATSAPP, INSTAGRAM,
DAN FACEBOOK) SEBAGAI SARANA JUAL BELI DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP KEPASTIAN HUKUM PARA PIHAK**

SKRIPSI

Zalfa Islamiyat Putri Santosa

20210090115



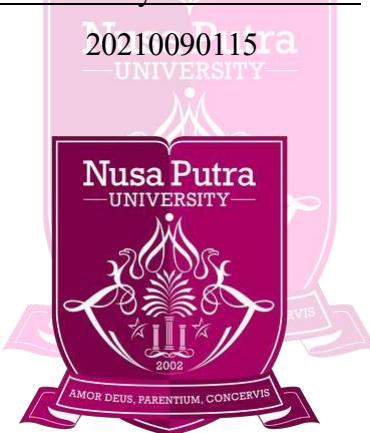
**PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS BISNIS HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
AGUSTUS 2025**

**KEDUDUKAN HUKUM MEDIA SOSIAL (WHATSAPP, INSTAGRAM,
DAN FACEBOOK) SEBAGAI SARANA JUAL BELI DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP KEPASTIAN HUKUM PARA PIHAK**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana
Hukum (S.H).*

Zalfa Islamiyati Putri Santosa



**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS BISNIS HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
AGUSTUS 2025**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : KEDUDUKAN HUKUM MEDIA SOSIAL (WHATSAPP, INSTAGRAM, DAN FACEBOOK) SEBAGAI SARANA JUAL BELI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPASTIAN HUKUM PARA PIHAK.

NAMA : ZALFA ISLAMIYATI PUTRI SANTOSA

NIM : 20210090115

"Saya dengan penuh tanggung jawab menyatakan bahwa penulisan skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali bagian kutipan maupun ringkasan yang telah dicantumkan sumbernya secara jelas. Apabila di kemudian hari terbukti ada pihak lain yang dapat menunjukkan bukti sah bahwa skripsi ini bukanlah karya asli saya, maka saya bersedia menerima konsekuensi berupa pembatalan gelar Sarjana Hukum (S.H) beserta seluruh hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut."

Sukabumi, 04 Agustus 2025



Zalfa Islamiyati Putri Santosa

NIM. 20210090115

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : KEDUDUKAN HUKUM MEDIA SOSIAL (WHATSAPP, INSTAGRAM, DAN FACEBOOK) SEBAGAI SARANA JUAL BELI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPASTIAN HUKUM PARA PIHAK

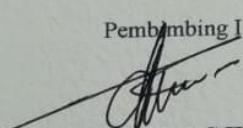
NAMA : ZALFA ISLAMIYATI PUTRI SANTOSA

NIM : 20210090115

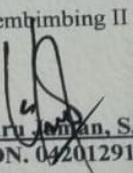
Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji Sidang Skripsi tanggal, 04 Agustus 2025. Menurut pandangan kami skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Hukum (S.H).

Sukabumi, 04 Agustus 2025

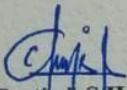
Pembimbing I


Junaidi Tarigan, S.H., M.M.
NIDN. 0403126302

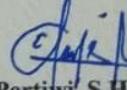
Pembimbing II


Ujang Badru Lesmana, S.H., M.H.
NIDN. 0420129103

Ketua Penguji


Endah Pertiwi, S.H., M. Kn.
NIDN. 0424019501

Ketua Program Studi


Endah Pertiwi, S.H., M. Kn.
NIDN. 0424019501

Plh. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H.
NIDN. 0414058705

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan hukum media sosial sebagai alat transaksi jual beli serta mengkaji implikasinya terhadap kepastian hukum bagi para pihak dalam perspektif hukum perdata Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundangan dan doktrinal, serta dianalisis secara deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi melalui media sosial pada dasarnya sah menurut hukum perdata selama memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Namun, secara administratif, media sosial tidak dapat dikategorikan sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) sebagaimana dimaksud dalam PP No. 80 Tahun 2019 dan Permendag No. 31 Tahun 2023, sehingga tidak memiliki kewajiban perlindungan konsumen, sistem penyelesaian sengketa, maupun tanggung jawab hukum sebagaimana platform e-commerce resmi. Akibatnya, konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi informal melalui media sosial berada dalam ketidakpastian hukum. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan hukum melalui pendekatan teori kepastian hukum dan teori hukum pembangunan untuk memberikan kerangka hukum yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan perdagangan digital di Indonesia.

Nusa Putra

Kata Kunci: Jual Beli, Kepastian Hukum, Media Sosial.



ABSTRACT

This research aims to analyze the legal status of social media as a means of conducting sales transactions and to examine its implications for legal certainty for the parties involved within the perspective of Indonesian civil law. The research method used is normative juridical with a statutory and doctrinal approach, analyzed through descriptive analysis. The findings show that transactions conducted through social media platforms are essentially valid under civil law as long as they fulfill the legal requirements for a valid agreement as stated in Article 1320 of the Indonesian Civil Code. However, from an administrative perspective, social media platforms cannot yet be categorized as Electronic Trading System Providers (PPMSE) as referred to in Government Regulation No. 80 of 2019 and Ministry of Trade Regulation No. 31 of 2023. As a result, they are not bound by obligations related to consumer protection, dispute resolution systems, or legal responsibilities, unlike formal e-commerce platforms. This regulatory gap creates legal uncertainty for both consumers and businesses in informal transactions through social media. Therefore, legal reform is necessary through the application of the theory of legal certainty and the theory of law as a tool of social engineering to establish an adaptive and responsive legal framework that aligns with the development of digital commerce in Indonesia.

Keywords: social media, buying and selling, legal certainty.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, kasih, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kedudukan Hukum Media Sosial (Whatsapp, Instagram, dan Facebook) Sebagai Sarana Jual Beli Dan Implikasinya Terhadap Kepastian Hukum Para Pihak” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Bisnis Hukum Dan Pendidikan, Program Studi Hukum, Universitas Nusa Putra.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk menganalisis secara mendalam bagaimana kedudukan aplikasi media sosial yang secara fungsional tidak difungsikan untuk jual beli, serta implikasi hukum terhadap kepastian hukum para pihak dalam praktik jual beli via media sosial. Penulisan ini tentu tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Tuhan Yang Maha Mengatur segala perjalanan hidup dan penentu setiap takdir. Hanya dengan limpahan kasih sayang, pertolongan, serta ridha-Nya, penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini hingga tuntas. Tanpa karunia berupa kesehatan, kesempatan, dan kekuatan batin, niscaya skripsi ini tidak akan pernah terwujud. Keterbatasan penulis tidak lain hanyalah bagian kecil dari kebesaran-Nya. Dalam setiap langkah yang penuh keraguan, Allah senantiasa menurunkan ketenangan. Dalam setiap

kebuntuan, Allah membuka jalan. Dan dalam setiap keletihan, Allah menghadirkan kekuatan. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mempersembahkan ucapan syukur ini sebagai bentuk pengakuan bahwa seluruh capaian semata-mata karena izin-Nya.

2. Ayah Asep Santosa, S.M. dan Mama Winda Herniawati selaku orang tua penulis. Terima kasih sedalam-dalamnya untuk ayah dan mama karena telah melahirkan, membesarkan, dan merawat penulis dari kecil hingga saat ini. Terima kasih telah mengajarkan penulis bagaimana arti kehidupan dan mendoakan serta membersamai di setiap langkah-langkah penulis. Semoga penulis dapat membanggakan ayah dan mama dengan selalu berusaha menjadi pribadi yang ikhlas, baik, dan sukses. Doa serta harapan penulis tiada akhir untuk ayah dan mama hingga akhir hayat, ada di setiap langkah penulis. Seluruh perjuangan dan kesuksesan yang penulis raih ditujukan untuk kebahagiaan ayah dan mama.
3. Rektor Universitas Nusa Putra Bapak Dr. Kurniawan, S.T., M.Si., MM.
4. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum, dan Pendidikan Bapak CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H.
5. Ketua Program Studi Hukum Ibu Endah Pertiwi, S.H., M.Kn.
6. Dosen Pembimbing Skripsi I Bapak Junaidi Tarigan, S.H., M.M. dan Dosen Pembimbing Skripsi II Bapak Ujang Badru Jaman, S.H., M.H. M.H. Terima kasih atas arahan, ilmu, waktu, serta ketulusan

bimbingan yang telah diberikan sepanjang proses penyusunan skripsi ini.

7. Ketua Dewan Penguji Sidang Skripsi Sekaligus Ketua Prodi Hukum Ibu Endah Pertiwi, S.H., M. Kn. Dan Dosen Penguji II Bapak Dr. Armansyah, S.H., M.H. Terima kasih atas masukan, kritik, dan saran yang telah diberikan dalam proses ujian sidang. Segala masukan yang diberikan menjadi kontribusi berharga dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Dengan penuh hormat penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Hukum atas ilmu, keteladanan, dan arahan yang telah diberikan sepanjang masa perkuliahan. Setiap pengetahuan dan nilai yang ditanamkan menjadi fondasi berharga yang turut membentuk penyelesaian skripsi ini.
9. Aura Sonia Puja Santosa selaku kakak penulis, Keisha Tri Septi Ramadhani Santosa, Neysa Qurratu Aini Santosa, Dan Muhammad Haziq Wijdan Santosa selaku adik-adik penulis tersayang. Terima kasih telah menjadi bagian terindah dalam perjalanan hidup penulis, yang selalu hadir dengan kasih, tawa, dan kehangatan. Kebersamaan kita adalah sumber kekuatan yang menuntun penulis hingga mampu menuntaskan penelitian ini. Semoga kebahagiaan dan cinta senantiasa menyatukan langkah kita dalam setiap perjalanan.
10. Terima kasih kepada keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan, kekuatan, dan juga nasihat kepada penulis.

11. Kepada sahabat-sahabat terbaik penulis sejak bangku sekolah dasar, menengah pertama, hingga menengah atas: Aneu Novalia, Anggia Jelita, dan Karmenita Kintan Kencana. Terima kasih telah menjadi ruang berbagi tawa, tempat menitipkan air mata, sekaligus bagian berharga yang melengkapi hidup penulis. Semoga persahabatan ini senantiasa dirahmati Allah Subhanahu Wa Ta'ala, tetap terikat oleh kasih dan doa, dan tidak pernah pudar oleh jarak maupun waktu.
12. Untuk rekan sobat seperjuangan di bangku perkuliahan, Maura Nurianti Auliansyah, Hilda Fitriyani, dan Hotli Hayati Nainggolan, terima kasih atas kebersamaan yang penuh warna dan segala kebaikan yang telah kalian hadirkan dalam perjalanan menuju kedewasaan. Semoga langkah kita senantiasa dimudahkan dan karier gemilang menyertai masa depan kita masing-masing.
13. Semua teman-teman penulis yang menemani dalam berproses, dengan kesediaan hati meluangkan waktu, memberi arahan yang berarti, serta menghadirkan kehangatan pertemanan, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya. Semoga kebaikan kalian semua dibalas dengan limpahan rahmat Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan senantiasa dijaga dalam keberkahan hidup.
14. Terakhir, ucapan terima kasih tak terhingga untuk diri sendiri yang tidak menyerah ketika lelah, yang tetap mencoba meski sering merasa tidak mampu. Terima kasih sudah bertahan di hari-hari yang terasa terlalu panjang, di malam-malam yang penuh keraguan, dan di antara

pilihan untuk berhenti atau melanjutkan. Terima kasih karena telah belajar percaya pada proses, karena memilih berjuang dengan cara yang sunyi, tanpa banyak bercerita tetapi terus berjalan. Terima kasih sudah mau mengulang, memperbaiki, dan tumbuh. Semoga kelak, cita-cita serta apapun yang dilakukan untuk masa kini dan masa depan dapat membawa keberkahan dan kebahagiaan tak terhingga. Penulis selalu yakin bahwa Allah Subhanahu Wa Ta'ala akan memberikan jalan yang mudah dan terbaik di depan sana. Perjalanan masih panjang, Zalfa.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zalfa Islamiyati Putri Santosa

Nim : 20210090115

Program Studi : Hukum

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"KEDUDUKAN HUKUM MEDIA SOSIAL (WHATSAPP, INSTAGRAM, DAN FACEBOOK) SEBAGAI SARANA JUAL BELI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPASTIAN HUKUM PARA PIHAK"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/Format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : SUKABUMI

Pada Tanggal : 04 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Zalfa Islamiyati Putri Santosa

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	v
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Kerangka Pemikiran.....	7
F. Metode Penelitian	12
G. Sistematika Penulisan dan Outline	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Tinjauan Umum tentang Jual Beli	19
B. Tinjauan Umum tentang Media Sosial	28
C. Tinjauan tentang Teori Kepastian Hukum	35
D. Tinjauan tentang Teori Hukum Pembangunan	37
BAB III DATA PENELITIAN.....	41
A. Aplikasi Yang Dijadikan Sarana Jual Beli.....	41
B. Standar Operasional Prosedur Aplikasi yang Dijadikan Sarana Jual Beli.....	44
C. Syarat dan Alasan Media Sosial dijadikan Sarana Jual Beli	46
D. Peraturan Perundang-Undangan	47

BAB IV PEMBAHASAN.....	56
A. Kedudukan Hukum Media Sosial sebagai Sarana Jual Beli.....	56
B. Implikasi terhadap Kepastian Hukum Para Pihak	65
BAB V PENUTUP	75
A. Simpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada abad ke-21 telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Perdagangan konvensional yang dahulu mengandalkan toko fisik kini perlahan tergantikan oleh sistem perdagangan elektronik (*e-commerce*), di mana penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara fisik untuk melakukan transaksi.¹ *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, merujuk pada pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet atau platform digital lainnya.²

Munculnya media sosial sebagai sarana transaksi jual beli secara pribadi (*peer-to-peer*), seperti melalui aplikasi Instagram, WhatsApp, Facebook dan Tiktok, yang pada awalnya diciptakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, kini telah beralih fungsi menjadi wadah perdagangan informal. Fenomena ini dikenal sebagai *social commerce*, di mana media sosial digunakan sebagai platform *e-commerce* untuk mempromosikan, menjual, dan membeli produk secara langsung antara

¹ Mhd. Rasidin, Imaro Sidqi dan Doli Witro, “*Drop Shipping in Islamic Economic Law Perspective: E-Commerce Study Inter Marketplace Drop Ship in the Industrial Revolution Era 4.0*”, Nurani: Jurnal Kajian Syari’ah dan Masyarakat, Vol. 20, No. 1, 2020, hlm. 97–106.

² Alwendi, “*Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan*” Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 17, No. 3, 2020, hlm. 319.

penjual dan pembeli melalui media sosial tanpa perantara platform *e-commerce* resmi.³

Transaksi jual beli yang dilakukan melalui media sosial saat ini menjadi tren tersendiri di masyarakat karena kemudahan akses, biaya operasional yang rendah, serta jangkauan pemasaran yang luas. Hal ini memungkinkan siapa pun untuk membuka toko virtual tanpa memerlukan infrastruktur besar atau biaya tinggi.

Penggunaan media sosial untuk jual beli tersebut menimbulkan persoalan dari segi hukum. Hal ini dikarenakan media sosial secara fungsional tidak dirancang sebagai platform *e-commerce*, tidak memiliki sistem verifikasi identitas pelaku usaha, sistem keamanan transaksi, atau mekanisme penyelesaian sengketa bawaan sebagaimana *marketplace* resmi seperti Tokopedia atau Shopee.

Pada perspektif hukum positif Indonesia, Pasal 1457 KUH Perdata mendefinisikan jual beli adalah suatu perjanjian di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.⁴ Lalu pengertian jual beli online menurut Joshua Purba yaitu transaksi jual beli online dilaksanakan dengan menggunakan media elektronik dan jaringan internet, di mana penjual dan pembeli tidak melakukan pertemuan tatap muka secara langsung dalam proses transaksinya.⁵

³ Ayatullah Sadali, *Buku Ajar E-Commerce*, Cirebon, Ruang Aksara Media, 2024, hlm. 3.

⁴ Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

⁵ Muhammad Erfan dan Mazrur, *Khiyar Jual Beli Online*, Yogyakarta, Diandra, 2022, hlm. 21.

Transaksi jual beli melalui media sosial tetap dapat dianggap sah sejauh memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), yaitu adanya kesepakatan para pihak, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal.⁶ Maka dari itu, secara normatif hubungan hukum antara penjual dan pembeli yang terjadi secara elektronik melalui media sosial dapat dikualifikasikan sebagai suatu perikatan yang sah.⁷

Transaksi elektronik juga telah diakui keberadaannya dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), di mana Pasal 20 menyatakan bahwa transaksi elektronik dianggap terjadi sejak adanya penawaran dan penerimaan yang dilakukan secara elektronik.⁸ Namun demikian, UU ITE tidak secara spesifik mengatur mengenai aplikasi media sosial sebagai sarana transaksi, sehingga belum adanya regulasi terkait hal tersebut.

Banyak pelaku usaha yang beroperasi secara informal melalui media sosial tidak memiliki izin usaha, Nomor Induk Berusaha (NIB), atau identitas legal yang dapat diverifikasi. Hal ini tidak hanya menyulitkan proses penegakan hukum, tetapi juga menimbulkan risiko hukum yang tinggi bagi pembeli dan pelaku usaha itu sendiri. Dalam praktiknya, penyelesaian sengketa akibat transaksi semacam ini sering tidak berlanjut ke jalur hukum karena korban merasa tidak cukup kuat secara pembuktian

⁶ Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

⁷ R. Subekti, *Hukum Perjanjian (Cet. ke-XII)*, Intermasa, Jakarta, 2018, hlm. 45.

⁸ Pasal 20 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

atau karena nilai kerugian yang tidak sebanding dengan biaya proses hukum.

Contoh aktual yang menunjukkan kerentanan hukum dalam praktik *social commerce* adalah penutupan layanan TikTok Shop oleh pemerintah Indonesia pada Oktober 2023. TikTok Shop dihentikan operasionalnya berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pemerintah menilai bahwa TikTok Shop mencampurkan fungsi media sosial *dan e-commerce* dalam satu aplikasi, yang dianggap menimbulkan ketidakseimbangan persaingan usaha dan tidak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.⁹

Kasus tersebut menunjukkan bahwa meskipun praktik perdagangan melalui media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan digital masyarakat, namun dari sisi hukum belum ada payung regulasi yang secara komprehensif mengatur mekanisme, tanggung jawab, dan perlindungan terhadap para pihak. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan yang besar antara pesatnya pertumbuhan *e-commerce* informal dan perlindungan hukum bagi konsumennya.

Perlindungan hukum terhadap konsumen sebenarnya telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang

⁹ Nabila Ayu, dkk, “*Opini Publik terhadap Kebijakan Penutupan TikTok Shop (Studi Literatur dan Analisis Sentimen)*”, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Vol. 10, no. 16, 2024, hlm. 557.

Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Namun, belum ada ketentuan eksplisit yang secara rinci mengatur tentang transaksi pribadi melalui media sosial, termasuk kedudukan hukumnya serta tanggung jawab pelaku usaha yang tidak terdaftar secara resmi.

Ketiadaan pengaturan teknis mengenai penggunaan media sosial sebagai alat transaksi jual beli informal ini berdampak pada ketidakpastian hukum bagi para pihak. Dalam konteks ini, kepastian hukum sebagaimana dikemukakan oleh Satjipto Rahardjo tidak hanya diukur dari adanya norma hukum tertulis, tetapi juga dari seberapa jauh hukum mampu memberikan perlindungan, kejelasan, dan rasa aman kepada masyarakat. Tanpa adanya pengaturan yang jelas mengenai status hukum dari media sosial sebagai sarana jual beli, maka ketika terjadi wanprestasi atau sengketa, proses pembuktian menjadi sulit karena tidak adanya dokumen hukum formal, kontrak tertulis, atau sistem pelaporan transaksi.

Ketiadaan regulasi teknis mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana jual beli, baik dari aspek legalitas pelaku usaha maupun perlindungan konsumen, berdampak pada lemahnya penegakan hukum. Di sisi lain, konsumen yang dirugikan seringkali enggan menempuh jalur hukum karena proses yang rumit, biaya tinggi, dan nilai kerugian yang tidak sebanding.¹⁰

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji oleh masyarakat, serta implikasi hukumnya terhadap

¹⁰ Fazrin, dkk, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce melalui Media Sosial Instagram", *Collegium Studiosum Journal*, Vol. 6. No. 2, 2023, hlm. 616-623.

kepastian hukum para pihak yang melakukan transaksi tersebut dalam kerangka hukum positif Indonesia.

B. Identifikasi Masalah

Sebagai tindak lanjut dari uraian di atas sekaligus untuk mempertegas batasan kajian, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kedudukan hukum aplikasi media sosial via WhatsApp, Instagram, dan Facebook yang tidak difungsikan untuk jual beli?
2. Bagaimanakah implikasi hukum terhadap kepastian hukum para pihak dalam praktik jual beli via media sosial?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang telah disampaikan, tujuan penulisan skripsi ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kedudukan hukum penggunaan media sosial sebagai sarana transaksi jual beli dalam perspektif hukum positif Indonesia.
2. Untuk mengkaji dan menjelaskan implikasi hukum dari praktik jual beli melalui media sosial terhadap kepastian hukum para pihak yang bertransaksi.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan secara umum, serta memperluas wawasan dan pengetahuan dalam pengembangan Ilmu Hukum, khususnya dalam bidang hukum perdata dan perlindungan konsumen, terkait dengan transaksi jual beli online melalui media sosial.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman kepada konsumen, pelaku usaha, dan penegak hukum mengenai perlindungan hukum yang tersedia dalam menghadapi wanprestasi dalam transaksi online via media sosial.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah alur logika konseptual yang menghubungkan antara identifikasi masalah, teori-teori yang digunakan, dan arah penyelesaian permasalahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran dibangun melalui pendekatan teori hukum pembangunan dan teori kepastian hukum, serta pengkajian terhadap unsur-unsur hukum *e-commerce* menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia.

1. Kerangka Teoritis

a. Teori Hukum Pembangunan

Teori Pembangunan Hukum yang dikemukakan oleh Prof. Mochtar Kusumaatmadja menekankan bahwa hukum tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menciptakan ketertiban dalam masyarakat, tetapi juga sebagai sarana untuk melakukan pembaharuan sosial (*law as a tool of social engineering*).¹¹

Dalam konteks penggunaan media sosial sebagai sarana jual beli, teori ini menjadi relevan karena transformasi digital telah melahirkan praktik perdagangan yang belum sepenuhnya diakomodasi oleh regulasi yang ada. Platform seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook kini dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk melakukan transaksi langsung dengan konsumen. Namun, regulasi belum secara tegas mengakui media sosial sebagai sarana legal dalam transaksi *e-commerce*. Oleh karena itu, hukum dituntut untuk berkembang menyesuaikan realitas sosial dengan menyediakan perangkat hukum yang adaptif dan responsif agar tercipta perlindungan hukum yang lebih inklusif dan progresif terhadap para pihak dalam transaksi tersebut.

b. Teori Kepastian Hukum

Teori ini menyatakan bahwa hukum harus memberikan ketegasan dan kejelasan agar masyarakat merasa aman dan

¹¹ Fitriah, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial*”, *Solusi*, Vol. 18, No. 3, 2020, hlm. 45-50.

terlindungi dalam menjalankan hak dan kewajibannya. Kepastian hukum memberikan jaminan perlindungan terhadap hak-hak subjek hukum agar tidak dirugikan oleh tindakan yang sewenang-wenang.¹²

Dalam konteks transaksi jual beli melalui media sosial, kepastian hukum dibutuhkan agar pelaku usaha maupun konsumen memiliki landasan yang kuat dalam menyelesaikan sengketa, menuntut hak, atau menegakkan kewajiban. Ketiadaan pengaturan yang eksplisit mengenai status hukum transaksi di media sosial menyebabkan posisi para pihak, terutama konsumen, menjadi rentan. Tidak adanya verifikasi pelaku usaha, sistem penyelesaian sengketa, maupun kewajiban perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam platform marketplace resmi, membuat transaksi melalui media sosial rawan wanprestasi.

Sebagaimana dijelaskan oleh Satjipto Rahardjo, “kepastian hukum itu bukan semata-mata *legal certainty* dalam arti positivistik, melainkan juga harus memberi keadilan dan kemanfaatan dalam masyarakat”. Maka, dibutuhkan kepastian hukum tidak hanya dalam bentuk aturan tertulis, tetapi juga perlindungan efektif yang mengakui bukti digital, memperjelas tanggung jawab pelaku usaha informal, dan memberikan jaminan hukum bagi konsumen dalam ruang digital.

¹² Maria Farida Indrati, *Ilmu Perundang-Undangan*, Kanisius, Yogyakarta, 2017, hlm. 25.

2. Kerangka Konseptual

a. Transaksi Jual Beli via Sosial Media

Menurut Pasal 1 angka 2 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), *e-commerce* atau perdagangan elektronik adalah “transaksi perdagangan yang dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.”

Transaksi jual beli melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook secara substantif memenuhi unsur-unsur *e-commerce*, yakni:

1. Adanya penawaran dan penerimaan barang/jasa secara elektronik.
2. Adanya komunikasi digital antara pelaku usaha dan konsumen.
3. Adanya perbuatan hukum berupa transaksi, meskipun informal.

Sehingga, walaupun tidak menggunakan platform *marketplace* resmi, transaksi tersebut dapat dikategorikan sebagai bagian dari *e-commerce*. Transaksi jual beli melalui media sosial sejatinya merupakan bentuk perdagangan elektronik sebagaimana diatur dalam PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik, hanya saja dilakukan tanpa dukungan sistem formal.¹³ Namun, karena banyak dilakukan secara pribadi (*peer-to-peer*), transaksi ini kurang mendapatkan

¹³ Yanci Libria Fista, dkk, “*Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*”, Jurnal Binamulia Hukum, Vol. 12 No. 1, 2023, hlm. 177-189.

pengawasan dan perlindungan sebagaimana *e-commerce* formal, seperti Shopee, Tokopedia, atau Bukalapak yang memiliki sistem pengembalian dana (*refund*) dan mediasi sengketa.

b. Kepastian dan Perlindungan Hukum Transaksi via Media Sosial

Dalam konteks hukum perdata, transaksi melalui media sosial tetap sah selama memenuhi syarat sah perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan hukum, objek tertentu, dan sebab yang halal. Meski dilakukan secara informal, bentuk komunikasi elektronik seperti pesan WhatsApp atau Instagram DM dapat dikualifikasikan sebagai alat bukti elektronik berdasarkan Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang

Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas UU ITE.¹⁴

Belum adanya pengaturan teknis yang tegas mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana jual beli menyebabkan tidak adanya standar perlindungan hukum yang memadai. Hal ini menimbulkan risiko wanprestasi, kesulitan pembuktian, dan lemahnya posisi konsumen secara hukum.

Kerangka pemikiran dalam skripsi ini difokuskan pada:

1. Pengkajian kedudukan hukum aplikasi media sosial sebagai sarana jual beli berdasarkan peraturan yang ada;
2. Analisis implikasi hukum terhadap kepastian hukum para pihak yang bertransaksi;
3. Penerapan teori hukum pembangunan dan teori kepastian hukum untuk menjembatani kekosongan norma serta mendorong perlindungan hukum yang progresif.

¹⁴ Lihat Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

F. Metode Penelitian

1. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif-analitis, yaitu metode penelitian yang bertujuan mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antarfenomena yang diteliti, untuk kemudian dilakukan analisis lebih lanjut.¹⁵ Metode ini bertujuan memberikan gambaran yang sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta hukum, serta menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku, guna menjelaskan apakah media sosial memiliki dasar legal sebagai sarana transaksi jual beli menurut hukum Indonesia.

2. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif,¹⁶ maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik kajian hukum normatif, yaitu:

- a. Pendekatan Perundang-Undangan, yaitu dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang relevan, seperti KUH Perdata, Undang-Undang ITE, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, PP No. 80 Tahun 2019, dan Permendag No. 31 Tahun 2023, untuk memahami dasar hukum transaksi jual beli melalui media sosial.
- b. Pendekatan Konseptual, yaitu dengan menggunakan pandangan dari para ahli hukum (doktrin) dan teori-teori hukum, seperti teori

¹⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2014, hlm. 10.

¹⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat (Cet. ke-VIII)*, Rajawali Press, Jakarta, 2018, hlm. 13.

hukum pembangunan dan teori kepastian hukum, untuk mengkaji keabsahan dan perlindungan hukum dalam transaksi via media sosial.

3. Tahap Penelitian

Adapun tahapan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Tahap identifikasi dan perumusan masalah, untuk menentukan fokus kajian dan rumusan masalah berdasarkan fenomena penggunaan media sosial sebagai sarana jual beli serta persoalan kepastian hukum bagi para pihak dalam perspektif hukum perdata.
- b. Tahap studi kepustakaan, dengan mengumpulkan bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan), sekunder (literatur hukum, jurnal, skripsi), dan tersier (kamus hukum, ensiklopedia hukum).
- c. Tahap Klasifikasi dan Penafsiran, untuk memilah dan menafsirkan norma hukum yang berkaitan dengan kedudukan media sosial dalam transaksi jual beli serta kepastian hukum bagi para pihak dalam perspektif hukum perdata.
- d. Tahap Analisis Hukum, dengan menggunakan logika hukum dan interpretasi normatif untuk membandingkan antara teori, peraturan, dan praktik di lapangan.
- e. Tahap Penarikan Kesimpulan, yang dilakukan secara deduktif berdasarkan hasil analisis bahan hukum.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai literatur hukum yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, peraturan perundang-undangan, serta putusan pengadilan yang menjadi objek kajian.¹⁷

5. Alat pengumpul data

Alat pengumpul data dalam penelitian yuridis normatif ini menggunakan studi dokumen (*document study*) sebagai instrumen utama. Studi dokumen dilakukan dengan cara menelaah, mengklasifikasi, dan menganalisis berbagai dokumen hukum seperti peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta literatur hukum lainnya yang relevan dengan topik penelitian.¹⁸ Di samping itu, dilakukan juga analisis terhadap berita dan laporan kasus yang diterbitkan oleh media terpercaya sebagai data pendukung fenomena aktual.

Dalam penelitian ini beberapa bahan hukum yang relevan:

- a. Bahan hukum primer, diantaranya:
 - 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata)
 - 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁷ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Cet. ke-IV), Bayumedia Publishing, Malang, 2019, hlm. 47.

¹⁸ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Cet. ke-VI), Sinar Grafika, Jakarta, 2015, hlm. 111.

- 3) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)
- 4) Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- 5) Permendag No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- b. Bahan hukum sekunder: buku, artikel jurnal, skripsi, dan hasil penelitian terdahulu.
- c. Bahan hukum tersier: kamus hukum, ensiklopedia hukum.

6. Analisis data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif, yaitu dengan menelaah isi data hukum secara mendalam tanpa menggunakan rumus statistik atau angka-angka kuantitatif. Data dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan bagaimana kedudukan hukum media social yang dijadikan sarana jual beli, dan secara evaluatif untuk mengkaji sejauh mana kepastian hukum para pihak.¹⁹

7. Lokasi penelitian

Penelitian ini bersifat kepustakaan (*library research*), sehingga tidak dilakukan di lapangan. Namun lokasi referensial saat penelitian ini dilakukan yaitu di perpustakaan Universitas Nusa Putra,

¹⁹ *Ibid*, hlm. 105.

perpustakaan daerah Kabupaten Sukabumi dan perpustakaan umum Kota Sukabumi.

8. Jadwal penelitian

Adapun waktu penelitian dilaksanakan selama bulan Februari 2025 hingga bulan Juli 2025, dengan rincian jadwal sebagaimana tergambar dalam tabel sebagai berikut:

KEGIATAN	BULAN					
	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Penyusunan Usulan Penelitian						
Penyusunan Proposal Skripsi						
Pengumpulan Data						
Analisis Data						
Penyusunan Skripsi						

G. Sistematika Penulisan dan Outline

Penelitian ini disusun secara sistematis dalam lima bab utama, yang saling terintegrasi untuk memberikan pemahaman menyeluruh

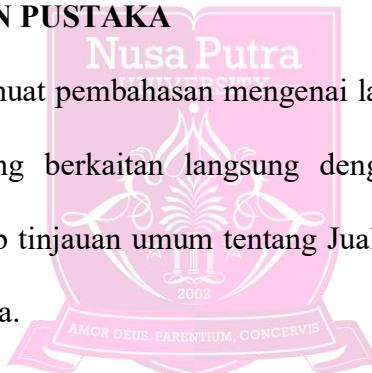
mengenai permasalahan hukum yang diangkat. Penyusunan ini bertujuan agar analisis yang dilakukan dapat tersampaikan secara logis dan terarah, mulai dari latar belakang masalah hingga kesimpulan dan rekomendasi.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama menguraikan secara sistematis mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah yang hendak dijawab, tujuan dan kegunaan dari penelitian, serta pendekatan teoritis dan metodologis yang digunakan. Kerangka pemikiran dalam bab ini didasarkan pada Teori Pembangunan Hukum dan Teori Kepastian Hukum. Pada akhir bab disajikan sistematika penulisan sebagai panduan pembaca.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat pembahasan mengenai landasan teori dan konsep-konsep hukum yang berkaitan langsung dengan topik penelitian. Di antaranya mencakup tinjauan umum tentang Jual Beli dan tinjauan umum tentang Sosial Media.



BAB III DATA PENELITIAN

Bab ini mengkaji data penelitian di antaranya berupa aplikasi yang sering dijadikan sarana Jual Beli, Standar Operasional Prosedur aplikasi yang sering dijadikan sarana Jual Beli, alasan aplikasi tersebut dijadikan saran jual beli.

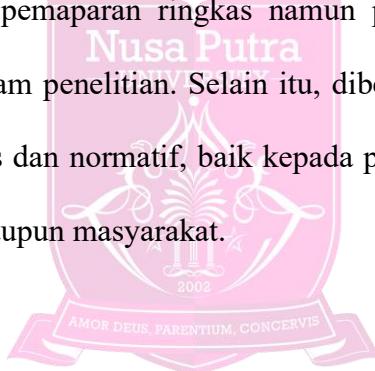
BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan inti dari penelitian, yang menyajikan analisis terhadap permasalahan hukum yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Dalam konteks ini, dibahas kedudukan hukum penggunaan aplikasi media sosial yang dalam praktiknya dimanfaatkan sebagai sarana jual beli oleh masyarakat, serta implikasi hukumnya terhadap kepastian hukum para pihak yang melakukan transaksi tersebut dalam kerangka hukum positif Indonesia. Analisis ini dilakukan dengan mengacu pada norma hukum positif serta pandangan teoritis, dan diperkuat oleh data atau ilustrasi kasus aktual.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian, yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dirumuskan pada bab pertama. Simpulan memuat pemaparan ringkas namun padat mengenai temuan-temuan penting dalam penelitian. Selain itu, diberikan pula saran sebagai rekomendasi praktis dan normatif, baik kepada pembuat kebijakan, aparat penegak hukum, maupun masyarakat.



BAB V

PENUTUP

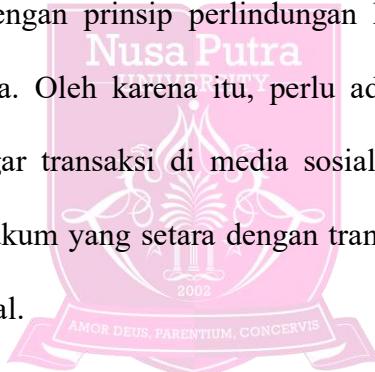
A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan pada bab-bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kedudukan hukum aplikasi media sosial sebagai sarana jual beli, seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook, tidak dapat diakui secara resmi oleh pemerintah sebagai sarana perdagangan elektronik (*e-commerce*). Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 dan PP Nomor 80 Tahun 2019, media sosial tidak dapat dijadikan alat transaksi jual beli secara langsung, kecuali telah mendaftarkan diri sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) dan memenuhi berbagai kewajiban administratif seperti penyediaan sistem pengaduan, perlindungan data konsumen, dan tanggung jawab hukum. Sampai saat ini, media sosial hanya diizinkan untuk fungsi promosi atau periklanan, bukan untuk transaksi langsung. Dengan demikian, media sosial belum dapat secara sah dijadikan alat transaksi jual beli dalam konteks hukum administrasi dan perlindungan konsumen. Namun, dalam perspektif hukum perdata, transaksi jual beli melalui media sosial tetap dianggap sah selama memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yakni adanya kesepakatan, kecakapan hukum, objek tertentu, dan sebab yang halal. Transaksi ini merupakan wujud

pelaksanaan asas kebebasan berkontrak sebagaimana tercantum dalam Pasal 1338 KUH Perdata.

2. Kepastian hukum para pihak dalam transaksi jual beli melalui media sosial masih tergolong lemah. Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook tidak memiliki mekanisme verifikasi pelaku usaha, sistem pengaduan, ataupun penyelesaian sengketa yang dapat melindungi konsumen dan pelaku usaha secara hukum. Akibatnya, dalam kasus wanprestasi, penipuan, atau sengketa, pembuktian hukum menjadi sulit dilakukan dan posisi konsumen maupun penjual menjadi rentan. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidakpastian hukum yang tidak sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen dalam hukum positif Indonesia. Oleh karena itu, perlu adanya penguatan regulasi yang adaptif agar transaksi di media sosial memiliki kepastian dan perlindungan hukum yang setara dengan transaksi melalui platform e-commerce formal.



B. Saran

1. Bagi Pemerintah: Diperlukan regulasi teknis yang secara khusus mengatur jual beli melalui media sosial, baik dalam bentuk peraturan pelaksana, SOP, maupun pedoman yang mewajibkan pelaku usaha informal di media sosial untuk mendaftarkan diri dan tunduk pada ketentuan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik.
2. Bagi Penyedia Platform Media Sosial: Perusahaan penyedia media sosial seperti Meta (Facebook, Instagram) dan WhatsApp, sebagai

fasilitator transaksi digital, perlu dilibatkan dalam kerangka regulasi nasional, misalnya dengan menyediakan sistem verifikasi akun usaha, fitur *escrow* (rekening bersama), serta kebijakan penanganan sengketa dan pengaduan konsumen. Kolaborasi antara pemerintah dan penyedia platform menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem digital yang aman, adil, dan akuntabel.

3. Bagi Konsumen: Konsumen harus lebih berhati-hati dan teliti dalam melakukan transaksi via media sosial, misalnya dengan menyimpan bukti digital transaksi, memverifikasi identitas penjual, dan menggunakan metode pembayaran yang aman.
4. Bagi Pelaku Usaha di Media Sosial: Pelaku usaha yang berjualan melalui media sosial sebaiknya secara sukarela menerapkan standar perlindungan konsumen dan transparansi informasi sebagaimana diatur dalam PP No. 80 Tahun 2019 agar menciptakan kepercayaan dan kenyamanan konsumen.
5. Bagi Akademisi dan Peneliti Hukum: Perlu adanya kajian akademik terkait format regulasi yang tidak hanya adaptif terhadap transformasi digital, tetapi juga selaras dengan prinsip keadilan dan perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2017.

Achmad Ali, *Menguak Teori Hukum (Legal Theory) & Teori Peradilan (Judicialprudence) Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legisprudence)*, Jakarta, Kencana, 2012.

Ari Styaningrum, dkk, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta, Andi Offset, 2015.

Ayatullah Sadali, *Buku Ajar E-Commerce*, Cirebon, Ruang Aksara Media, 2024.

Imam Sjahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung, PT. Alumni, 2021.

Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif (Cet. ke-IV)*, Bayumedia Publishing, Malang, 2019.

Lukman Santoso AZ, *Hukum Perikatan Teori Hukum Dan Teknis Pembuatan Kontrak Kerja Sama Dan Bisnis*, Malang, Setara Press, 2016.

Maria Farida Indrati, *Ilmu Perundang-Undangan*, Kanisius, Yogyakarta, 2017.

Muhammad Erfan dan Mazrur, *Khiyar Jual Beli Online*, Yogyakarta, Diandra, 2022.

Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, Bandung, Simbiosa Rekatama Media, 2015.

Oetnil Kowandi, *Cyberpreneur*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo, 2017.

Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum Cet. ke- 13*, Jakarta, Kencana, 2021.

R. Subekti, *Hukum Perjanjian (Cet. ke-XII)*, Intermasa, Jakarta, 2018.

Scout Strarten, *Unmarketing*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2016.

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat (Cet. ke-VIII)*, Rajawali Press, Jakarta, 2018.

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2014.

Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum (Cet. ke-VI)*, Sinar Grafika, Jakarta, 2015.

Sumber Perundang-Undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.



Sumber Jurnal, Skripsi dan Karya Ilmiah lainnya:

Alwendi, “*Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan*” Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 17, No. 3, 2020.

Any Farida dan Nasichin, “*Teori Hukum Pancasila Sebagai Sintesa Konvergensi Teori-Teori Hukum di Indonesia*,” Jurnal Perspektif, Vol. 21, No. 1, 2018.

Asmaya Fela, “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Prososial Remaja Di Kenagarian Koto Bangun*”, Jom FISIP, Vol. 2 No. 2, 2015.

Audina, “*Implikasi Jual Beli Online Oleh Anak di Bawah Umur menurut Pasal 1320 KUHPerdata di Instagram*”, Skripsi Fakultas Hukum, Universitas Islam Riau, Pekanbaru, 2021.

Budihardjo, *Panduan Praktis Menyusun SOP Standar Operating Procedure*, Jakarta, Swadaya Grup, 2014.

Fazrin, dkk, “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce melalui Media Sosial Instagram*”, Collegium Studiosum Journal, Vol. 6. No. 2, 2023.

Fitriah, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial*”, Solusi, Vol. 18, No. 3, 2020.

Mhd. Rasidin, Imaro Sidqi dan Doli Witro, “*Drop Shipping in Islamic Economic Law Perspective: E-Commerce Study Inter Marketplace Drop Ship in the Industrial Revolution Era 4.0*”, Nurani: Jurnal Kajian Syari’ah dan Masyarakat, Vol. 20, No. 1, 2020.

Mira Ziveria, “*Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Efektif Pendukung Kegiatan Perkuliahan di Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis Kalbe*”, Jurnal Sains dan Teknologi, Vol. 4 No. 2, 2017.

Nabila Ayu, dkk, “*Opini Publik terhadap Kebijakan Penutupan TikTok Shop (Studi Literatur dan Analisis Sentimen)*”, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Vol. 10, No. 16, 2024.

Nahrowi, “*Penentuan Dewasa Menurut Hukum Islam dan Berbagai Disiplin Hukum*”, KORDINAT Vol. 15, No. 2, 2016.

Sofia Miranda dan Evawani Elysa, “*Pengaruh Instagram sebagai Media Online Shopping Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*”, Jurnal JOM FISIP, Vol. 4 No. 1, 2017.

Viola Annisa Ikhsan, “*Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli melalui Platform E-Commerce di Indonesia*”, Dharmasiswa: Jurnal Magister UI, Vol. 2 No. 2, 2022.

Yanci Libria Fista, dkk, “*Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*”, Jurnal Binamulia Hukum, Vol. 12 No. 1, 2023.



Sumber Elektronik:

Melalui: <<https://ditjenpktn.kemendag.go.id/berita/terbitkan-permendag-nomor-31-tahun-2023-mendag-zulkifli-hasan-pemerintah-bangun-ekosistem-perdagangan-digital-adil-dan-sehat>> diakses pada tanggal 11 Juli 2025 Jam 15.10 WIB

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



ZALFA ISLAMIYATI PUTRI SANTOSA, lahir di Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia. Pada tanggal 17 Februari 2003. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Asep Santosa, S.M. dan Ibu Winda Herniawati. Riwayat pendidikan penulis dimulai dari Play Group Suci Hati Kabupaten Sukabumi, kemudian melanjutkan ke TK PGRI Bina Putera Kabupaten Sukabumi pada tahun 2008–2009. Pendidikan dasar ditempuh di MIN 3 Sukabumi pada tahun 2009–2015, dilanjutkan ke jenjang pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 3 Kota Sukabumi pada tahun 2015–2018, dan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Kota Sukabumi pada tahun 2018–2021 dengan peminatan Ilmu Pengetahuan Sosial. Pada tahun 2021, penulis melanjutkan studi ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Nusa Putra, Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, untuk jenjang Strata Satu (S1). Penulis berhasil menyelesaikan studinya dan dinyatakan lulus sebagai **Sarjana Hukum (S.H.)** pada tanggal 4 Agustus 2025.