

---

## **Penyuluhan hak konsumen dalam transaksi jual beli online pada ABST. Co Group**

**Ahmad Widad Muntazhor, Melia Frastuti, Anuar Puadi, Risma Andini Setia**

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Bisnis Syariah, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia

Penulis korespondensi: Ahmad Widad Muntazhor

E-mail : ahmad\_widad@uigm.ac.id

Diterima: 02 Mei 2025 | Disetujui: 26 Mei 2025 | Online: 31 Mei 2025

© Penulis 2025

### **Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengenai hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli online. Kegiatan dilaksanakan melalui penyuluhan hukum kepada ABST.Co Group dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Materi yang disampaikan mencakup dasar hukum transaksi elektronik, prinsip itikad baik dalam pemenuhan hak konsumen, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta terhadap aspek hukum perlindungan konsumen, termasuk pentingnya transparansi, kejujuran, dan komunikasi responsif dalam transaksi online. Beberapa peserta mulai menerapkan prinsip itikad baik dengan menyusun deskripsi produk yang lebih akurat dan menyusun standar operasional sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan edukatif dalam pengabdian masyarakat dapat membentuk budaya usaha yang lebih profesional dan bertanggung jawab.

**Kata Kunci:** pengabdian masyarakat; hak konsumen; transaksi online; UMKM; itikad baik

### **Abstract**

This community service activity aims to improve the understanding of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) regarding consumer rights in online sales transactions. The program was conducted through legal outreach to ABST.Co Group using lectures, discussions, and Q&A methods. The delivered materials included the legal basis of electronic transactions, the principle of good faith in fulfilling consumer rights, and dispute resolution mechanisms. The results indicate an increase in participants' legal awareness, particularly regarding transparency, honesty, and responsive communication in online commerce. Some participants began applying good faith principles by providing more accurate product descriptions and drafting simple operational standards. This shows that educational approaches in community service can foster a more professional and responsible business culture.

**Keywords:** community service; consumer rights; online transactions; MSMEs; good faith

---

## **PENDAHULUAN**

Internet sebagai sebuah media informasi dan komunikasi elektronik, telah dimanfaatkan secara luas untuk berbagai aktivitas sehari-hari. Mulai dari penelusuran informasi (*browsing*), pencarian data dan berita terkini, pertukaran pesan instan, hingga interaksi melalui jejaring sosial. Namun, salah satu pemanfaatan internet yang paling transformatif adalah dalam bidang perdagangan. Kegiatan jual beli yang memanfaatkan jaringan internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* (*e-commerce*), sebuah konsep yang telah mengubah wajah perdagangan tradisional menjadi lebih dinamis, efisien, dan tanpa

batas geografis. Perkembangan *e-commerce* sendiri tidak terlepas dari kemudahan akses internet yang semakin meluas, serta kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital. Dengan *e-commerce*, baik pelaku usaha maupun konsumen dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, hanya dengan mengandalkan perangkat digital seperti smartphone atau komputer. Fenomena ini tidak hanya memperluas pasar bagi pelaku bisnis, tetapi juga memberikan kemudahan, kecepatan, dan variasi pilihan bagi konsumen. (Ramli, 2004)

Selain menggeser sistem transaksi dari manual ke elektronik, revolusi digital khususnya dalam lingkup teknologi informasi juga mempengaruhi kebiasaan interaksi ekonomi, khususnya dalam lingkup transaksi jual beli yang diramaikan oleh sistem *e-commerce*. (Ridwan, Masrul, & Juhapea, 2018) Hal ini semakin membuktikan bahwa transformasi teknologi merupakan salah satu faktor yang mendukung perkembangan ekonomi. (Ismail & Nugroho, 2022)

Transaksi ekonomi dahulu mengandalkan pola transaksi secara fisik, yang artinya penjual dan pembeli diharuskan untuk bertemu. Akan tetapi pada masa sekarang penjual dan pembeli tidak perlu untuk bertemu secara langsung, sebab saat ini sudah dikenal mekanisme jual beli secara virtual melalui *platform* digital. (Shabrina, 2019)

Transaksi jual beli secara online mengalami lonjakan seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, hal ini merupakan sebuah peluang sekaligus tantangan bagi pelaku UMKM. (Yustiani & Yunanto, 2017) Proses jual beli secara online memberikan banyak kemudahan bagi konsumen. Selain itu, bagi pelaku UMKM, transaksi digital merupakan sebuah efisiensi terhadap biaya pemasaran dan perluasan pasar. (Maulidasaria & Damrus, 2020)

Akan tetapi selain kemudahan yang ditawarkan, muncul pula sebuah tantangan terutama yang berkaitan dengan aspek hukum dan itikad baik pelaku usaha. Para konsumen secara umum tidak memahami hak-haknya jika terjadi wanprestasi seperti barang yang dikirim tidak sesuai deskripsi atau terjadi penipuan dalam suatu transaksi jual beli online. (Kakoe, Ruba'i, & Madjid, 2020)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai pelaku dalam jual beli online seringkali tidak sadar akan kewajibannya untuk memenuhi hak konsumen, selain itu pelaku UMKM juga harus mengedepankan prinsip itikad baik sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdara. Peran UMKM dengan mengedepankan prinsip itikad baik menjadi elemen yang krusial dalam transaksi jual beli online. Itikad baik berperan sebagai pondasi untuk membangun kepercayaan konsumen. Implementasi itikad baik UMKM dalam transaksi jual beli online mencakup

1. Transparansi Produk yang meliputi kejelasan deskripsi dan foto barang yang akurat;
2. Komunikasi Responsif dalam memberikan jawaban terhadap pertanyaan konsumen;
3. Pemenuhan Kewajiban dengan mengirimkan barang sesuai dengan waktu yang sudah disepakati;
4. Penyelesaian terhadap Keluhan konsumen.

Itikad tidak hanya memberi perlindungan bagi konsumen namun berperan dalam meningkatkan reputasi bisnis UMKM dalam jangka Panjang. Pelaku UMKM masih cukup banyak yang belum fokus untuk memenuhi prinsip-prinsip itikad baik, hal ini terjadi karena terbatasnya pengetahuan dan sumber daya. (Sudiarti, Evi, Dewi, & Ali, 2024)

Penulis sadar, bahwa dibutuhkan penyuluhan hukum kepada pelaku UMKM tentang pemenuhan hak dan kewajiban dalam praktek jual beli secara online, terlebih lagi penerapan prinsip-prinsip itikad baik guna memberikan keamanan dan kepastian dalam transaksi jual beli secara online.

Pada penyuluhan hukum ini, materi yang akan penulis sampaikan adalah:

5. Dasar hukum transaksi online;
6. Peran itikad baik UMKM dalam pemenuhan hak konsumen.

Dengan memberikan penyuluhan hukum, maka penulis berharap dapat membantu meningkatkan pengetahuan serta kesadaran hukum bagi pelaku UMKM, sehingga dapat menciptakan ekosistem digital yang aman.

## METODE

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema penyuluhan hak konsumen dalam transaksi jual beli online dilakukan pada Hari Minggu tanggal 27 April 2025 yang bertempat di lantai 3 (tiga) ABST.Co Store yang beralamat di Jl. Padang Selasa No. 20 Kelurahan Bukit Lama Kecamatan Ilir Barat I. peserta penyuluhan meliputi *staff* dan kru ABST. Co Group dengan total 11 orang. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi dan tanya jawab dengan materi terkait peran UMKM dalam memenuhi hak konsumen dalam proses jual beli online. Metode ceramah adalah sebuah cara menyampaikan materi secara lisan, tanya jawab adalah metode pembelajaran dengan cara menyampaikan materi dengan menyampaikan pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab, penyampaian pertanyaan tersebut dapat dilakukan baik oleh pemateri maupun oleh peserta penyuluhan. (Latifah, Sulistia, Sajiwo, & lestari br Ginting, 2023) Metode diskusi adalah sebuah interaksi antara peserta baik dengan peserta lainnya maupun dengan pemateri dengan tujuan untuk menganalisis dan memecahkan permasalahan melalui diskusi tersebut. (Aravik, Sopian, & Tohir, 2023) Penulis menilai metode ceramah, tanya jawab dan diskusi cukup efektif untuk digunakan pada penyuluhan hukum, sebab metode tersebut tidak memakan waktu yang lama dan memberikan kemudahan baik bagi pemateri maupun bagi peserta penyuluhan.

### Kesepakatan dengan mitra

Penulis dan *Group Leader* ABST.Co sepakat untuk mewujudkan ekosistem UMKM yang aman melalui kegiatan penyuluhan hukum dengan tema Hak Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online pada ABST.Co Group. Dalam prosesnya, *Group Leader* ABST.Co sebagai mitra sangat terbuka dan bersedia untuk membantu proses kegiatan penyuluhan hukum.

### Pembentukan tim

Penulis selanjutnya melakukan persiapan dengan merekrut anggota tim dalam pelaksanaan PkM tersebut, setelah tim terbentuk, penulis melakukan distribusi tugas kepada pada anggota tim dan Menyusun jadwal observasi serta pelaksanaan PkM. Pelaksanaan pengabdian ini melibatkan Penulis sebagai Dosen Prodi Hukum Ekonomi Syariah dan Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah (S1) UIGM yang berkontribusi terhadap keperluan-keperluan administrasi dan dokumentasi kegiatan

### Tahap Observasi Lokasi

Melihat situasi dan permasalahan, selanjutnya tim akan menentukan solusi yang akan dibutuhkan sehingga diharapkan dapat membantu permasalahan mitra.

### Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan penyuluhan hak konsumen dalam kegiatan jual beli secara online pada ABST.Co Group dilakukan dengan metode ceramah, tanya jawab dan diskusi dengan uraian kegiatan seperti yang tersaji pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Susunan Pelaksaan Kegiatan PkM

Tema	Penyuluhan Hak Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online
Peran Mitra	Peserta menerima kegiatan pengabdian
Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Registrasi Peserta</li> <li>2. Pembukaan</li> <li>3. Penyampaian materi tentang zakat harta               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pengertian Hak Konsumen</li> <li>b. Pemenuhan hak-hak konsumen sebagai senerapan itikad baik dalam oraktik jual beli online</li> </ol> </li> <li>1. Tanya jawab dan diskusi</li> <li>2. Penutup</li> </ol>
Pemateri	4. Ahmad Widad Muntazhor

---

Indikator Keberhasilan	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Keaktifan peserta sosialisasi</li> <li>6. Banyaknya pertanyaan peserta sosialisasi</li> <li>7. Bertambahnya pemahaman peserta tentang Pemenuhan hak-hak konsumen sebagai senerapan itikad baik dalam oraktik jual beli online.</li> </ol>
------------------------	---

---

### Evaluasi Kegiatan

Pelaksanaan evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan PkM, tahap evaluasi dilakukas ketika semua rangkaian kegiatan PkM selesai. Tingkat keaktifan peserta selama program berlangsung menjadi salah satu standar keberhasilan, hal-hal lain seperti jumlah pertanyaan yang dilemparkan saat diskusi dan tanya jawab, serta bagaimana mitra menerapkan pemenuhan hak konsumen dalam kegiatan jual beli online.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penyuluhan hak konsumen dalam transaksi jual beli online merupakan sebuah respon atas pertanyaan-pertanyaan yang sempat dibahas antara penulis dengan ABST.Co Group sebagai mitra PkM. ABST.Co Group berupaya melakukan pemenuhan hak konsumen dengan tujuan untuk menghindari risiko sengketa serta agar ABST.Co sendiri memiliki reputasi yang baik sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi jual beli secara online dengan ABST.Co Group.

Penting bagi ABST.Co Group untuk memiliki pemahaman tentang hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli online. Dalam transaksi jual beli online, konsumen memiliki sejumlah hak yang dilindungi oleh undang-undang di Indonesia, terutama berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). *Pertama*, konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf a UUPK. Ini berarti barang yang dibeli secara online tidak boleh membahayakan keselamatan fisik atau menimbulkan kerugian. Kedua, konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang ditawarkan. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 4 huruf c UUPK, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan deskripsi produk secara akurat dan tidak menyesatkan. Ketiga, konsumen berhak memilih dan memperoleh barang sesuai nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan, sebagaimana tercantum dalam Pasal 4 huruf b UUPK.

Selain itu, konsumen juga berhak menyampaikan pendapat dan keluhan terhadap produk atau layanan yang diterima, seperti dijelaskan dalam Pasal 4 huruf d UUPK. Jika terjadi kerugian akibat produk cacat atau tidak sesuai, konsumen berhak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi berdasarkan Pasal 19 ayat (1) UUPK. Dalam konteks transaksi digital, perlindungan data pribadi menjadi sangat penting. Berdasarkan Pasal 26 ayat (1) UU ITE, setiap data pribadi yang dikumpulkan melalui media elektronik hanya boleh digunakan dengan persetujuan dari konsumen yang bersangkutan. Terakhir, apabila terjadi sengketa, konsumen memiliki hak untuk memperoleh penyelesaian secara adil, baik melalui mediasi, arbitrase, maupun pengadilan, sebagaimana dijamin dalam Pasal 4 huruf g UUPK. Perlindungan ini dimaksudkan untuk menjamin agar konsumen tidak dirugikan dalam ekosistem perdagangan digital yang semakin berkembang pesat.

Pada proses transaksi jual beli secara umum diperlukan persetujuan atau perjanjian, sehingga dalam hal ini teori perjanjian memiliki peran yang penting. Perjanjian adalah suatu peristiwa ketika seseorang atau lebih mengikatkan dirinya dalam sebuah janji untuk melaksanakan sesuai hal tertentu, hal ini juga sering dikenal dengan istilah kontrak. Perjanjian adalah peristiwa hukum yang terbentuk karena adanya satu pihak yang mengikatkan dirinya kepada pihak lain, atau dapat dikatakan juga bahwa perjanjian adalah suatu hukum yang terbentuk akibat seseorang berjanji dengan pihak lain. Dalam keadaan ini, kedua belah pihak sama-sama sepakat untuk melakukan suatu hal yang mereka perjanjikan tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak lain. (Subekti, 1998)

Jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian di mana salah satu pihak berkomitmen untuk menyerahkan suatu barang, sementara pihak lainnya berkewajiban membayar harga yang telah disepakati (Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata). Inti dari pengertian ini terletak pada penyerahan barang dan pembayaran sebagai bentuk timbal balik dari kesepakatan tersebut. (H.S., 2014)

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual. Unsur pokok dalam perjanjian jual beli adalah barang dan harga, sehingga antara penjual dan pembeli harus ada kata sepakat tentang harga dan benda yang menjadi objek jual beli.

Dalam jual beli online kesepakatan merupakan hal yang sangat penting karena sifatnya yang tidak bertemu langsung, sehingga diperlukan pengaturan tentang kapan terjadinya kesepakatan tersebut. Adanya empat teori saat terjadinya kesepakatan yaitu; teori ucapan (*uithingsthorie*), teori pengiriman (*verzendtheorie*), teori pengetahuan (*vernemingstheorie*), dan teori penerimaan (*ontvangstheorie*). (Miru, 2014)

Selama sesi penyuluhan, peserta tampak aktif dalam menyampaikan pengalaman mereka selama menjalankan usaha, terutama ketika menghadapi komplain dari konsumen. Simulasi layanan konsumen yang dilakukan memperlihatkan antusiasme yang tinggi, sebagian peserta bahkan mampu menyusun alur komunikasi yang lebih profesional dalam menghadapi keluhan pelanggan. Kegiatan ini membuka pemahaman bahwa komunikasi yang terbuka dan responsif adalah bagian dari prinsip itikad baik.

Para peserta yang sebelumnya berjualan hanya melalui media sosial mulai menyusun deskripsi produk yang lebih lengkap dan jujur. Beberapa dari mereka menyatakan bahwa dulu mereka menghindari memberikan informasi kontak langsung karena takut ditelepon atau dikritik. Namun setelah mengikuti penyuluhan, mereka justru menyadari pentingnya transparansi sebagai jembatan kepercayaan jangka panjang.

Lebih lanjut, tim pelaksana juga mencatat bahwa beberapa peserta secara mandiri menyusun rancangan Standar Operasional Prosedur (SOP) sederhana yang mencakup tahap pemesanan, pengemasan, pengiriman, dan layanan pasca-pembelian. Hal ini menunjukkan adanya kemauan untuk menata usaha dengan lebih profesional, sekaligus menunjukkan bahwa materi yang disampaikan bukan hanya dipahami, tetapi juga diterapkan.

Peningkatan pemahaman dan kesadaran peserta terhadap hak-hak konsumen merupakan indikator keberhasilan utama dari kegiatan ini. Sebagaimana diketahui, secara umum pelaku UMKM sering kali belum memiliki hukum yang mapan, sehingga banyak praktik usaha mereka yang belum sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen. Kegiatan ini membuktikan bahwa dengan pendekatan edukatif yang komunikatif dan kontekstual, perubahan pola pikir bisa dimulai secara bertahap.

Penerapan prinsip itikad baik dalam konteks transaksi daring sangat penting karena hubungan antara pelaku usaha dan konsumen bersifat tidak langsung. Dalam transaksi online, konsumen tidak dapat melihat langsung barang atau bertemu penjual. Oleh karena itu, tanggung jawab pelaku usaha menjadi lebih besar untuk menyampaikan informasi secara jujur, akurat, dan terbuka.

Temuan menarik dari kegiatan ini adalah bahwa sebagian besar peserta merasa bahwa pelayanan yang jujur dan terbuka justru memperkuat loyalitas konsumen. Mereka berbagi pengalaman bahwa konsumen yang puas tidak hanya kembali membeli, tetapi juga merekomendasikan produk secara sukarela. Ini membuktikan bahwa perlindungan konsumen dan prinsip itikad baik tidak sekadar kewajiban hukum, tetapi juga strategi pemasaran yang efektif.

Meski demikian, tantangan tetap ada. Beberapa peserta belum memiliki fasilitas digital memadai untuk mendokumentasikan transaksi, dan sebagian masih kesulitan dalam menyusun SOP secara tertulis. Oleh karena itu, kegiatan ini perlu dilanjutkan dengan pendampingan lanjutan yang lebih teknis, seperti pelatihan digitalisasi UMKM dan manajemen layanan pelanggan berbasis online.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa penyuluhan hukum yang sederhana, namun relevan dan aplikatif, mampu membentuk budaya usaha yang lebih adil, jujur, dan bertanggung jawab di kalangan UMKM. Hal ini sekaligus menjadi kontribusi penting dalam memperkuat

perlindungan konsumen di era ekonomi digital. Berikut Gambar 1 dan Gambar 2 adalah dokumentasi penyuluhan hukum.



**Gambar 1.** Penyampaian Materi (sumber: Widad)



**Gambar 2.** Diskusi Peserta (sumber: Widad)

## SIMPULAN DAN SARAN

Penyuluhan hukum kepada ABST.Co Group telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli online. Penerapan prinsip itikad baik menjadi aspek penting dalam membangun kepercayaan konsumen serta menciptakan transaksi yang aman dan adil. Partisipasi aktif peserta, mulai dari penyusunan SOP hingga perbaikan komunikasi layanan pelanggan, menunjukkan bahwa edukasi hukum dapat mendorong perubahan pola pikir dan praktik usaha yang lebih baik. Kegiatan ini membuktikan bahwa perlindungan konsumen bukan hanya kewajiban hukum, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang mendukung keberlanjutan dan reputasi usaha. Kegiatan penyuluhan hukum semacam ini perlu dilanjutkan dengan pendampingan teknis yang lebih mendalam, seperti pelatihan digitalisasi UMKM, penyusunan SOP yang baku, dan pengelolaan layanan pelanggan berbasis digital. Pemerintah, akademisi, dan komunitas UMKM diharapkan dapat bersinergi dalam membangun ekosistem perdagangan online yang berlandaskan pada kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab hukum. Dengan demikian, UMKM dapat tumbuh sebagai pelaku usaha yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga berorientasi pada perlindungan dan kepuasan konsumen.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada ABST.Co Group selaku mitra yang telah memberikan ruang dan dukungan penuh terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh peserta penyuluhan yang telah berpartisipasi secara aktif serta kepada mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah UIGM yang turut membantu dalam pelaksanaan dan dokumentasi kegiatan. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata dan menjadi langkah awal dalam membangun usaha berbasis prinsip hukum dan etika bisnis yang kuat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aravik, H., Sopian, A., & Tohir, A. (2023). Pemanfaatan Aplikasi ResearchGate Sebagai Sumber Literasi Karya Ilmiah. *Karya Ilmiah. AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(2), 187–206.
- H.S., S. (2014). *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak Cet. Sepuluh*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ismail, D. H., & Nugroho, J. (2022). Kompetensi Kerja Gen Z di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4).
- Kakoe, S., Ruba'i, M., & Madjid, A. (2020). Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi sebagai Pidana Tambahan "Legal Protection for the Fraudulent Victims of Online Tradingtransactions Trought Recoupment As Additional Pinalty." *Jurnal Legalitas*, 13(2).
- Latifah, D., Sulistia, D., Sajiwo, B., & Iestari, B. (2023). Penerapan Metode Ceramah dan Tanya Jawab pada Pembelajaran Al-Qur'an Hadis dalam Memahami Tujuan dan Fungsi Al-Qur'an. *Jurnal Pendidikan Islam*, 2(1). Retrieved from <https://jurnal.islahiyah.ac.id/index.php/jgt>
- Maulidasaria, C. D., & Damrus. (2020). DAMPAK PEMASARAN ONLINE DI ERA COVID-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2).
- Miru, A. (2014). *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: Rajawali.
- Ramli, A. M. (2004). *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, . Jakarta: Refika Aditama.
- Ridwan, H., Masrul, & Juhapea. (2018). Komunikasi Digital pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1). Retrieved from [www.gamedia.com](http://www.gamedia.com).
- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16>
- Subekti. (1998). *Pokok – Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: PT. Intermedia.
- Sudiarti, E., Evi, E., Dewi, Y. F., & Ali, N. (2024). PENYULUHAN HUKUM JUAL BELI ONLINE GUNA MENINGKATKAN LITERASI TRANSAKSI E-COMMERCE SISWA DI KOTA PALANGKA RAYA. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 38. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v7i1.49755>
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). PERAN MARKETPLACE SEBAGAI ALTERNATIF BISNIS DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI. *Ilmiah Komputer Dan Informatika (KOMPUTA)*, 6(2).