

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

Oleh:

Elisabeth Gloria¹

Putri Triari Dwijyanthi²

Universitas Udayana

Alamat: JL. Pulau Bali No. 1, Dauh Puri Klod, Kec. Denpasar Barat, Kota Denpasar,
Bali (80114).

Korespondensi Penulis: elisabethgloria@gmail.com, putritriari@unud.ac.id.

Abstract. *This study was written with the aims to restore the position of the principle of good faith in commercial transactions conducted through digital social media platforms, with the aim of strengthening its function in achieving justice, trust, and legal stability. The transition from traditional transaction models to digital ecosystems has given rise to a number of new legal challenges, particularly related to information disparities, deficiencies in legal protection, and the escalation of fraudulent practices in online business interactions. The methodological approach used in this study is normative legal research with a conceptual and legislative perspective, integrated with an evaluation of legal literature, judicial decisions, and domestic regulations such as the Civil Code (KUH Perdata) and the Information and Electronic Transactions Law (UU ITE). The analysis findings indicate that the principle of good faith, previously implicit, must be explicitly clarified in the domain of electronic transactions. This principle needs to be applied not only during the execution phase of the agreement, but also from the pre-contractual stage as a protection mechanism for consumers. The proposed reconstruction includes an expansion of normative interpretation that highlights the dimensions of transparency and equity, the establishment of a regulatory framework for algorithms and platform economic models, and the development of rules that are adaptive to technological advances. In this way, the principle of good faith can operate optimally as an ethical and*

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

legal foundation in ensuring justice and legal balance in the digital business arena based on social media.

Keywords: *Principle of Good Faith, Digital Transactions, Legal Reconstruction.*

Abstrak. Kajian ini bertujuan untuk merestorasi posisi prinsip itikad baik dalam transaksi komersial yang dilakukan melalui platform media sosial digital, dengan maksud memperkuat fungsinya dalam mencapai keadilan, kepercayaan, serta stabilitas yuridis. Transisi dari model transaksi tradisional ke ekosistem digital telah memunculkan sejumlah tantangan hukum baru, terutama terkait disparitas informasi, defisiensi perlindungan hukum, serta eskalasi praktik penipuan dalam interaksi bisnis *online*. Pendekatan metodologis yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian hukum normatif dengan perspektif konseptual dan legislasi, yang diintegrasikan dengan evaluasi terhadap literatur hukum, keputusan yudisial, serta peraturan domestik seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Temuan analisis mengindikasikan bahwa prinsip itikad baik, yang sebelumnya bersifat implisit, harus diperjelas secara eksplisit dalam domain transaksi elektronik. Prinsip ini perlu diterapkan bukan hanya pada fase eksekusi perjanjian, melainkan juga sejak tahap pra-kontraktual sebagai mekanisme perlindungan bagi para konsumen. Rekonstruksi yang diajukan mencakup ekspansi interpretasi normatif yang menyoroti dimensi transparansi dan ekuitas, pembentukan kerangka regulasi terhadap algoritma serta model ekonomi platform, serta pengembangan aturan yang adaptif terhadap kemajuan teknologi. Dengan cara ini, prinsip itikad baik dapat beroperasi secara maksimal sebagai fondasi etis dan hukum dalam menjamin keadilan serta keseimbangan yuridis di arena bisnis digital yang berbasis media sosial.

Kata Kunci: Asas Itikad Baik, Transaksi Digital, Rekonstruksi Hukum.

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi yang intensif serta kemajuan pesat Revolusi Industri 4.0, cara pelaku bisnis menjalankan transaksi telah mengalami pergeseran drastis. Interaksi bisnis yang dulunya mengandalkan pertemuan langsung secara fisik, kini mulai ditinggalkan dan beralih ke sistem digital yang terintegrasi dengan teknologi informasi canggih. Perubahan ini tidak hanya menciptakan efisiensi dalam proses jual beli, tetapi juga

membuka peluang baru dalam menjangkau konsumen di berbagai belahan dunia tanpa batas geografis.¹ Berdasarkan laporan terbaru dari *World Trade Organization* (WTO), nilai transaksi perdagangan elektronik secara global terus mengalami peningkatan dari tahun 2022 hingga 2023 dengan menembus angka triliunan dolar Amerika Serikat setelah sempat mengalami pandemi covid di tahun-tahun sebelumnya.² Fenomena ini didorong salah satunya oleh meningkatnya pemanfaatan platform digital, khususnya media sosial seperti *Instagram, Twitter, TikTok, Tokopedia, Shopee, WhatsApp Business, dan Facebook*, yang kini berperan strategis sebagai sarana utama dalam kegiatan pemasaran hingga transaksi penjualan produk. Media sosial tersebut tidak hanya menjadi tempat promosi, tetapi juga telah berkembang menjadi ekosistem perdagangan digital yang dinamis dan interaktif.³ Kemajuan teknologi digital yang mengubah lanskap perdagangan tidak hanya memperluas jangkauan pasar secara signifikan, tetapi juga membawa sejumlah persoalan baru, khususnya dalam hal perlindungan hukum dan penerapan prinsip-prinsip etika dalam transaksi elektronik.⁴ Percepatan ini menuntut adanya adaptasi hukum yang mampu menjawab kompleksitas hubungan bisnis modern, terutama terkait keadilan dalam bertransaksi. Di tengah kemudahan yang ditawarkan, muncul pula risiko pelanggaran akibat ketidaksesuaian antara peraturan yang berlaku dengan implementasi praktis, yang berdampak pada kerugian salah satu pihak dalam hal ini adalah pembeli.⁵

Kaitan dalam sistem hukum keperdataan di Indonesia, prinsip itikad baik memiliki posisi yang sangat penting sebagai jaminan terciptanya keadilan dalam pelaksanaan perjanjian. Prinsip ini secara tegas diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), yang menyatakan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Konsep tersebut, yang berakar pada tradisi hukum Romawi-Belanda, tidak hanya berfungsi sebagai norma hukum formal, tetapi juga

¹ Nabillah Purba, Mhd Yahya, Nurbaiti, M. Kom “Revolusi Industri 4.0 Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis dan Implementasinya” *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, Vol.9 No.2 (2021): 91 - 98

²World Trade Organization, “World Trade Statistical Review 2023”, https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtsr_2023_e.htm. (Diakses 8 Oktober 2025, Pukul 15.00)

³ Elisabeth Simawartin Putri dan Roza Thohiri, “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM”, *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA* Vol 8 No 2 (2025): 314-327

⁴ Ris Handayani, *Etika dan Hukum Bisnis* (Cikeas:STIE IPWIJA, 2021): 1-18

⁵ Dwi Atmoko dan Noviriska, “Kepastian Hukum dalam Transaksi Online Ditinjau Dari Peran Asas Itikad Baik Berdasarkan Hukum Perdata Indonesia”, *Binamulia Hukum, Volume 13, No 2*, (2024): 421

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

sebagai landasan moral yang menuntut kejujuran, kepatutan, dan tanggung jawab dari masing-masing pihak dalam menjalankan perjanjian.⁶ Selain itu, keberadaan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan penguatan terhadap penerapan prinsip ini dalam konteks digital. Pasal 17 ayat (2) UU ITE menegaskan bahwa setiap transaksi elektronik harus diselenggarakan secara transparan, adil, dan bertanggung jawab. Ketentuan ini mempertegas peran prinsip itikad baik sebagai pedoman hukum dalam memastikan agar aktivitas transaksi berbasis teknologi tetap berjalan sesuai dengan nilai keadilan, kejujuran, dan etika bisnis.⁷ Sementara itu, dalam tataran hukum internasional, prinsip itikad baik juga memperoleh pengakuan yang luas, sebagaimana tercermin dalam *UNIDROIT Principles on International Commercial Contracts*. Prinsip tersebut menempatkan kejujuran dan kepatutan sebagai nilai mendasar untuk membangun kepercayaan dan menjaga stabilitas dalam hubungan perdagangan lintas negara. Dengan demikian, prinsip itikad baik tidak hanya berfungsi sebagai pilar etika universal, tetapi juga sebagai jembatan yang menyatukan perbedaan sistem hukum di berbagai negara dalam praktik kontrak dagang internasional.⁸

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah mengubah secara drastis cara individu maupun pelaku bisnis berinteraksi secara ekonomi. Di Indonesia, jutaan pengguna setiap harinya terpapar iklan digital, ulasan berbayar (*paid endorsement*), maupun promosi *influencer* yang mendorong keputusan konsumen dalam membeli secara instan. Platform seperti Instagram, TikTok, hingga WhatsApp kini tidak hanya menjadi ruang sosial, tetapi juga menjadi kanal utama untuk transaksi jual beli.⁹ Namun, transformasi ini juga memunculkan berbagai tantangan hukum yang kompleks. Praktik penipuan melalui iklan palsu, penyalahgunaan data pribadi, serta kontrak informal atau lisan yang sering kali dilakukan tanpa dokumentasi tertulis, menjadi masalah yang kian marak. Banyak sengketa bermula dari transaksi yang terjadi secara spontan melalui

⁶ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

⁷ UU No. 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

⁸ Edward Koellner, "The UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts: A Keystone in Modern Contractual Practice and Law Development", University of Mississippi School of Law, February 10, 2024, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5215610. (Diakses 18 Oktober 2025. Pukul 15.36)

⁹ Zada Fikri, "Sistem Pemasaran Endorsement Mempengaruhi Niat Beli Konsumen", *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, Vol. 3 No. 2 (2024): 81-90

fitur percakapan singkat, namun berujung pada konflik karena tidak ada kejelasan hukum mengenai kesepakatan para pihak.¹⁰ Meskipun prinsip itikad baik tetap dipandang relevan sebagai landasan etis dalam transaksi digital, implementasinya dalam konteks perdagangan elektronik sering kali tidak berjalan optimal. Hal ini disebabkan oleh minimnya regulasi yang secara eksplisit mengatur dinamika transaksi berbasis media sosial atau platform digital lainnya. Laporan terbaru dari Kementerian Perdagangan bahkan mencatat lonjakan signifikan dalam jumlah pengaduan konsumen terkait transaksi e-commerce, yang mencerminkan belum optimalnya perlindungan hukum dalam ranah ini. Situasi ini menunjukkan pentingnya pembaruan regulasi yang lebih adaptif, agar prinsip dasar seperti itikad baik tidak hanya menjadi norma ideal, tetapi juga dapat diterapkan secara konkret dalam lingkungan digital yang terus berkembang. Prinsip itikad baik telah lama diakui sebagai salah satu fondasi utama dalam hukum perjanjian, keberadaannya dalam konteks transaksi di era media sosial digital masih menimbulkan banyak perdebatan. Ketidakjelasan ini terutama tampak ketika prinsip tersebut dihadapkan pada persoalan kontemporer, seperti penggunaan algoritma yang secara sistematis membentuk bahkan memanipulasi perilaku konsumen, serta transaksi lintas yurisdiksi yang kerap berlangsung tanpa pengawasan atau kejelasan hukum yang memadai.¹¹

Penelitian ini menyoroti adanya kesenjangan antara norma hukum perdata tradisional, seperti yang tercantum dalam KUHPerdata, dengan realitas transaksi digital masa kini. Hukum positif yang ada belum sepenuhnya dikembangkan untuk merespons elemen-elemen baru yang muncul dalam lingkungan digital, sehingga menimbulkan potensi ketidakadilan, terutama ketika masih didapati salah satu pihak memiliki keterbatasan dalam hal akses secara informasi maupun kontrol atas teknologi. Dalam kerangka tersebut, kebutuhan untuk merekonstruksi prinsip itikad baik menjadi sangat mendesak. Pembaruan ini dimaksudkan agar prinsip tersebut dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik unik transaksi digital berbasis media sosial yang cenderung cepat, informal, dan dipengaruhi oleh dinamika platform teknologi. Dengan menggunakan pendekatan hukum normatif, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan kembali

¹⁰ Felicia Angelique, Vinza Limantara, Gabriela Gracia, Theodorus Sudimin, "Etika Periklanan pada Era Digital: Hoax dan Penipuan", *Jurnal LOCUS: Penelitian & Pengabdian*, Vol 3 No. 7 (2024): 604-613

¹¹ Krisna Wahyu, Satyayudha Dananjaya, "Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol 6 No. 8 (2018): 1-15

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

kedudukan itikad baik agar mampu menjawab tantangan hukum dalam era digital, serta memberikan kontribusi konkret terhadap pembentukan kerangka regulasi nasional, termasuk dalam penguatan instrumen hukum seperti dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.¹² Dalam penelitian ini mengacu pada analisis mendalam terhadap literatur kontemporer terkait prinsip itikad baik (*good faith*) dalam transaksi bisnis, dengan penekanan khusus pada konteks era media sosial digital. Kajian ini bertujuan untuk merekonstruksi posisi prinsip itikad baik, yang sebelumnya lebih dominan dalam kerangka hukum kontrak konvensional, sehingga menjadi lebih sesuai dengan dinamika transaksi bisnis menggunakan platform-platform jejaring sosial daring, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Inovasi penelitian ini terletak pada pendekatan interdisipliner yang menggabungkan aspek hukum kontrak, etika digital, serta perilaku konsumen, serta fokusnya pada tantangan spesifik media sosial, termasuk anonimitas, viralitas informasi, dan regulasi yang belum optimal.

Berbeda dengan kajian sebelumnya yang umumnya membahas e-commerce atau kontrak elektronik secara luas, penelitian ini menyoroti rekonstruksi prinsip itikad baik sebagai dasar etis dan yuridis untuk mencegah praktik penipuan, disinformasi, dan eksploitasi dalam transaksi bisnis digital yang berkembang pesat.¹³ Dengan demikian, latar belakang penelitian ini menegaskan bahwa tanpa pembaruan konseptual dan normatif, prinsip fundamental tersebut berisiko kehilangan relevansinya dalam menghadapi transformasi besar di bidang teknologi dan komunikasi digital. Rekonstruksi bukan hanya penting untuk menjaga keberlanjutan prinsip hukum lama, tetapi juga untuk memastikan keadilan substantif tetap terwujud dalam wajah baru transaksi bisnis masa kini.¹⁴

Rumusan Masalah

1. Bagaimana kedudukan prinsip itikad baik dalam hukum perdata Indonesia saat ini, khususnya dalam konteks transaksi digital berbasis media sosial?

¹² Sanusi, Transformasi Hukum Perdata Tantangan dan Peluang di Era Digital (Medan: Media Penerbit, 2025):118

¹³ Scolastika Vebriani, Laksmi Danyathi, “Keabsahan Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui E-Commerce di Indonesia: Perlindungan Konsumen dan UU ITE”, *Jurnal Kertha Desa*, Vol 13 No 10 (2025): 1008-1020

¹⁴ *Ibid*, hal. 183-188

2. Bagaimana rekonstruksi prinsip itikad baik dapat dilakukan agar selaras dengan dinamika transaksi bisnis di era media sosial digital dan perkembangan regulasi nasional?

Tujuan Penulisan

Penelitian ini disusun untuk menganalisis, mengidentifikasi, dan merumuskan konsep rekonstruksi prinsip itikad baik yang responsif terhadap kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, sebagai bentuk upaya dalam memperkuat perlindungan hukum terhadap pelaksanaan transaksi bisnis digital.

METODE PENELITIAN

Kajian ini merupakan sebagai penelitian hukum normatif, yakni secara mendalam mengkaji hukum sebagai seperangkat aturan atau fondasi yang berperan penting di tengah kehidupan sosial. Pendekatan utamanya adalah melalui kajian pustaka, dengan memanfaatkan sumber hukum primer seperti undang-undang dan peraturan resmi, serta sumber hukum sekunder yang relevan dengan isu yang sedang diteliti. Temuan dari penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai cara ketentuan hukum tersebut berfungsi dan diimplementasikan dalam konteks masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedudukan Prinsip Itikad Baik Dalam Hukum Perdata Indonesia Dalam Konteks Transaksi Digital Berbasis Media Sosial

Berdasarkan tinjauan terhadap teori hukum yang relevan, penelitian ini mengacu pada dua kerangka teori yang berperan dalam mendukung analisis pembahasan, sebagai berikut:¹⁵

1. Teori Hukum Perjanjian: Ini merupakan kerangka pemikiran yang menguraikan fondasi pembentukan, implementasi, serta konsekuensi yuridis dari suatu kesepakatan antarpihak yang bersangkutan. Dalam lingkup hukum nasional Indonesia, teori ini erat kaitannya dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Pasal

¹⁵ Ady Wiraz Peremana, I Made Sarjana, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Melakukan Transaksi Online Melalui Fitur Marketplace Pada Aplikasi Facebook", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol 12 No 1 (2023): 3176-3186

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

1313, yang mendefinisikan perjanjian sebagai "suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih". Teori ini menyoroti elemen-elemen kunci seperti kesepakatan bersama (konsensus), objek yang spesifik, dan niat tulus (itikad baik), yang menjadi prasyarat agar perjanjian tersebut sah dan memiliki kekuatan hukum yang mengikat.

2. Teori efektivitas hukum: merujuk pada konsep bahwa hukum harus mampu mencapai tujuan sosialnya, yaitu menjaga atau mengawasi, memberikan keadilan, dan sebagai ketetapan hukum bagi kehidupan bersosial. Menurut teori ini, yang dikembangkan oleh ahli seperti Roscoe Pound dan Max Weber, hukum dianggap efektif jika dapat diimplementasikan secara konsisten, dipatuhi oleh masyarakat, dan menghasilkan dampak positif seperti pencegahan pelanggaran dan penyelesaian sengketa. Efektivitas diukur melalui aspek seperti aksesibilitas, penegakan, dan dampak sosial, di mana hukum yang tidak efektif sering kali gagal mencegah masalah seperti penipuan atau kerugian konsumen.

Penelitian ini menyoroti asas-asas hukum perikatan yang saling terkait, termasuk asas itikad baik sebagai inti untuk mencegah kerugian. Dalam konteks transaksi digital berbasis media sosial, asas-asas ini perlu direkonstruksi untuk mengakomodasi dinamika platform digital. Berikut adalah analisis asas-asas utama:¹⁶

1. Asas Itikad Baik (*Good Faith*): Diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, asas ini mengharuskan perjanjian dilakukan dengan itikad baik, menuntut kejujuran, saling percaya, dan tidak mengeksploitasi pihak lain. Dalam transaksi media sosial, kedudukannya sebagai asas utama diperkuat karena risiko tinggi penipuan, seperti jual beli barang bekas melalui grup Facebook tanpa verifikasi identitas. Rekonstruksi asas ini melibatkan integrasi dengan etika digital, di mana platform harus bertanggung jawab atas algoritma yang mempromosikan konten menyesatkan, memastikan keadilan bagi konsumen yang rentan terhadap viralitas informasi.
2. Asas Kebebasan Berkontrak: Tercantum dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memberikan hak kepada para pihak untuk secara bebas menentukan isi, bentuk, dan syarat-syarat suatu perjanjian. Namun, kebebasan

¹⁶ Nita Dewi, Dian Sawitri, "Urgensi Asas Good Faith Dalam Perjanjian Pinjaman Online (Fintech)" *Jurnal Kertha Semaya*, Vol 13 No 3 (2024): 387-399

tersebut tetap dibatasi oleh norma hukum, moral, serta ketentuan dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang mengatur syarat sahnya perjanjian. Dalam praktik transaksi melalui media sosial, hubungan hukum yang terbentuk sering kali bersifat informal dan tidak terikat oleh mekanisme perjanjian tertulis. Oleh karena itu, penerapan asas itikad baik menjadi penting untuk mengontrol kebebasan berkontrak agar tidak disalahgunakan, misalnya oleh influencer yang mempromosikan produk tanpa mengungkapkan adanya konflik kepentingan. Berdasarkan hasil penelitian, kebebasan berkontrak dalam era digital tidak dapat dipandang sebagai hak yang mutlak. Rekonstruksi terhadap asas ini perlu diarahkan pada pembentukan regulasi yang mengatur tanggung jawab platform digital dalam memastikan keterbukaan informasi dan transparansi bagi para pengguna.

3. Asas Konsensualisme: Asas konsensualisme, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, menegaskan bahwa kesepakatan antara para pihak merupakan syarat utama bagi sahnya suatu perjanjian. Dalam konteks transaksi yang berlangsung melalui media sosial, bentuk kesepakatan dapat muncul dalam berbagai cara, termasuk melalui penggunaan emoji, pesan singkat, atau komentar yang menunjukkan persetujuan. Namun, penerapan asas ini harus tetap berlandaskan pada prinsip itikad baik agar kesepakatan tersebut tidak didasarkan pada informasi yang menyesatkan, seperti promosi atau iklan produk kesehatan yang viral tetapi tidak sesuai dengan fakta. Oleh karena itu, rekonstruksi terhadap asas ini perlu dilakukan dengan menekankan pentingnya keberadaan bukti digital yang valid sebagai dasar pembuktian dalam menghindari potensi sengketa antar pihak di ranah transaksi digital.
4. Asas Kepastian Hukum: Asas kepastian hukum, sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, menyatakan bahwa setiap perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Berdasarkan hasil penelitian, asas ini memiliki keterkaitan yang erat dengan prinsip itikad baik karena keduanya berfungsi untuk menjamin pelaksanaan perjanjian secara konsisten dan tanpa pelanggaran. Namun, dalam konteks transaksi yang berlangsung melalui media sosial, kepastian hukum sering kali terancam oleh faktor anonimitas para pengguna. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi hukum yang menempatkan tanggung jawab pada platform digital untuk melakukan verifikasi

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

identitas pengguna. Langkah ini penting agar prinsip itikad baik dapat diterapkan secara efektif dalam mencegah potensi kerugian, seperti pembelian barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau penipuan dalam transaksi daring.

5. Asas Keadilan dan Kebiasaan: Diatur dalam Pasal 1339 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menegaskan bahwa suatu perjanjian tidak hanya mengikat pada hal-hal yang secara tegas disepakati oleh para pihak, tetapi juga mencakup hal-hal yang dianggap wajar berdasarkan kepatutan dan kebiasaan yang berlaku. Dalam konteks transaksi digital, asas ini mengalami perkembangan untuk menyesuaikan dengan norma yang berlaku di lingkungan media sosial. Misalnya, adanya harapan konsumen agar ulasan produk disampaikan secara jujur dan tidak menyesatkan. Dalam hal ini, penerapan prinsip itikad baik berperan penting untuk mencegah praktik manipulatif, seperti penggunaan algoritma yang menampilkan konten komersial seolah-olah merupakan konten organik, sehingga menjaga keadilan dan kepercayaan dalam interaksi bisnis digital.

Dalam ranah hukum perdata Indonesia, khususnya sebagaimana diatur dalam Pasal 1457 hingga Pasal 1540 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) mengenai jual beli, dijelaskan bahwa suatu perjanjian merupakan hubungan hukum yang menimbulkan perikatan antara para pihak yang terlibat. Perikatan tersebut berfungsi sebagai dasar dan pedoman dalam pelaksanaan hak serta kewajiban para pihak sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Selanjutnya, Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata menegaskan bahwa setiap perjanjian wajib dilaksanakan dengan itikad baik. Ketentuan ini mengandung makna bahwa para pihak harus bertindak secara jujur, terbuka, dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lainnya dalam melaksanakan perjanjian tersebut. Di samping itu, agar suatu perjanjian memiliki kekuatan hukum yang sah, maka pelaksanaannya harus memenuhi empat unsur pokok sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yakni kecakapan para pihak dalam membuat perikatan, adanya kesepakatan, adanya objek atau hal tertentu, serta adanya sebab yang halal dan tidak bertentangan dengan hukum maupun kesusilaan. Dalam konteks transaksi perdagangan digital, penerapan prinsip itikad baik menjadi semakin penting, mengingat kompleksitas interaksi dan potensi sengketa yang muncul akibat keterbatasan fisik dan transparansi dalam transaksi daring. Oleh sebab itu, itikad baik tidak sekadar sebagai prinsip dalam

hukum saja, melainkan juga sebagai bentuk dasar kepercayaan yang menjaga kelancaran dan keamanan dalam transaksi daring.

Dalam ranah hukum internasional, prinsip itikad baik menempati posisi yang sangat penting dan telah diakui secara luas oleh berbagai negara. Pengakuan tersebut tercermin, antara lain, dalam *UNIDROIT Principles on International Commercial Contracts*, yaitu seperangkat prinsip yang disusun sebagai pedoman bagi pelaksanaan perjanjian dagang lintas negara. Hal ini dapat dilihat pada *Article 1.7 UNIDROIT Principles* yang menyatakan bahwa setiap pihak wajib bertindak dengan itikad baik dan adil dalam kegiatan perdagangan internasional, serta tidak diperkenankan untuk mengesampingkan atau membatasi kewajiban tersebut. Fokus prinsip ini yaitu terhadap kejujuran serta kepatutan ditegaskan sebagai nilai dasar yang harus dipegang oleh para pelaku usaha dari berbagai negara.¹⁷ Dalam konteks transaksi digital berbasis media sosial, prinsip itikad baik berimplikasi kuat terhadap pelaku transaksi, terutama penjual dan pembeli. Transaksi yang dilakukan secara daring menuntut adanya keterbukaan informasi, kejujuran dalam penyampaian kondisi dan kualitas barang atau jasa, serta pemenuhan kewajiban sesuai dengan kesepakatan bersama. Pelaksanaan asas ini tidak hanya mengikat secara normatif, tapi juga berfungsi sebagai instrumen kontrol sosial dan moral dalam menjaga kepercayaan serta kepastian hukum dalam ekosistem digital.¹⁸ Di samping itu, regulasi seperti Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, beserta amandemennya (UU No. 19 Tahun 2016), memperkuat kerangka hukum yang mengatur sah dan mengikatnya kontrak elektronik, termasuk transaksi berbasis media sosial. UU ini menegaskan bahwa kontrak digital harus memenuhi unsur kecakapan hukum, kesepakatan para pihak yang dilakukan secara sukarela, serta objek dan tujuan yang halal, yang sejalan dengan pemenuhan asas itikad baik.¹⁹

Sementara itu, tantangan penerapan asas itikad baik pada transaksi digital berbasis media sosial masih terdapat pada aspek verifikasi identitas, keamanan data, dan penegakan hukum atas pelanggaran yang terjadi. Oleh karena itu, asas itikad baik tidak

¹⁷ Edward Koellner, *Loc. Cit*

¹⁸ Zainal Arifin, Pahlefi, "Itikad Baik Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online Melalui Media Sosial", *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, Vol. 3 No. 1 (2022): 92-110

¹⁹ Mulan Kasisty, Alvina Maretia, Rachel Netanya, Rasya Aika, Diana Febri Nauli, Surahmad, "Analisis Hukum Perdata Pada Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Kontrak Digital: Studi Kasus Sengketa Saldo DANA", *Jurnal Media Hukum Indonesia*, Vol. 2 No. 5 (2025): 338-344

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

hanya menjadi norma etik tetapi juga instrumen hukum yang harus diaktualisasikan melalui pemahaman bersama para pihak dan pengawasan regulasi yang adaptif terhadap teknologi informasi terbaru.²⁰ Secara keseluruhan, prinsip itikad baik dalam hukum perdata Indonesia memiliki kedudukan yang sangat fundamental sebagai pilar utama dalam menjamin keadilan, kepercayaan, dan kepastian hukum dalam pelaksanaan transaksi digital, khususnya yang berlangsung melalui media sosial. Prinsip ini menuntut setiap pihak yang terlibat, baik penjual maupun pembeli, untuk berperilaku jujur, transparan, dan bertanggung jawab dalam menjalankan hak serta kewajibannya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Dengan demikian, penerapan asas itikad baik tidak hanya menjadi tolok ukur moral dalam bertransaksi, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen yuridis untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang sehat, beretika, dan berlandaskan pada rasa saling percaya antara para pihak.

1. Contoh Konkret Kedudukan Prinsip Itikad Baik dalam Transaksi Digital Berbasis Media Sosial

Praktik jual beli secara digital melalui media sosial menuntut penerapan prinsip itikad baik sebagai kewajiban bagi seluruh pelaku transaksi, terutama penjual dan pembeli. Sebagai contoh konkret, di Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo, tercatat berbagai kasus yang berkaitan dengan pelanggaran asas itikad baik dalam transaksi daring. Banyak penjual yang gagal menunjukkan sikap jujur dan transparan, seperti mengirimkan barang tidak sesuai dengan deskripsi, menunda pengiriman, atau bahkan tidak mengirimkan barang setelah pembayaran diterima. Situasi ini memberikan kerugian bagi pembeli akibat ketidakpatuhan penjual terhadap komitmen yang berdasarkan itikad baik. Meski sebagian besar permasalahan diselesaikan di luar jalur hukum, peraturan seperti Pasal 3 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa pelaku usaha wajib menyediakan informasi yang akurat dan lengkap serta melaksanakan transaksi dengan menjunjung tinggi asas itikad baik.²¹

Contoh lain adalah kasus sengketa yang muncul di platform e-commerce Tokopedia. Sebuah perkara di Pengadilan Negeri Medan melibatkan pembeli yang

²⁰ Dwi Atmoko, Noviriska, *Op. Cit*, hal 425

²¹ Rafni Suryaningsih, Weny Dunga, Abdul Hamid, "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online", *Jurnal Legalitas*, Vol. 12 No. 2 (2023): 94-103

dirugikan akibat itikad buruk penjual yang memanfaatkan kurangnya pengetahuan konsumen mengenai prosedur dalam marketplace tersebut. Penjual melakukan wanprestasi dengan tidak mengirimkan barang setelah pembayaran, menyalahgunakan sistem, sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Perkara ini membuktikan pentingnya penerapan asas itikad baik sebagai fondasi dalam transaksi digital agar transaksi dapat berjalan secara adil dan transparan.²²

2. Tantangan Normatif Dalam Penerapan Prinsip *Itikad Baik* Pada Transaksi Digital yang Dipengaruhi Oleh Algoritma dan Praktik Ekonomi Platform

Dalam konteks transaksi digital berbasis platform media sosial dan marketplace, penerapan prinsip itikad baik menghadapi tantangan normatif yang signifikan akibat pengaruh algoritma dan praktik ekonomi platform. Algoritma yang digunakan pada platform digital berfungsi sebagai mekanisme pengolah data dan pengatur rekomendasi produk atau konten yang berdampak pada pola transaksi. Namun, algoritma tersebut kerap menghasilkan bias favoritisme terhadap pelaku usaha tertentu yang membayar untuk promosi, sehingga menimbulkan diskriminasi tidak langsung yang menentang asas keadilan dan transparansi sebagai bagian integral dari prinsip itikad baik dalam hukum perdata.²³ Ketidaktransparanan algoritma menyebabkan hambatan bagi konsumen untuk mengakses informasi yang objektif dan lengkap, sehingga ruang untuk praktik bisnis yang tidak jujur atau manipulatif makin terbuka. Secara normatif, hal ini menyulitkan penerapan asas itikad baik karena kesulitan dalam memastikan kejujuran dan keterbukaan para pihak dalam transaksi digital. Regulasi perlindungan konsumen di Indonesia saat ini belum mengakomodasi secara eksplisit aspek algoritmik tersebut, sehingga mengakibatkan celah hukum yang memungkinkan ketidakadilan terjadi tanpa pengawasan yang memadai.²⁴

Lebih jauh, model bisnis platform yang mengedepankan praktik ekonomi platform (*platform economy*) menempatkan pelaku usaha dan pengguna dalam posisi yang berimplikasi asimetris dalam informasi dan kekuatan tawar, serta

²² Sally, Elfrida Ratnawati, “Perlindungan Konsumen Platform E-Commerce Atas Itikad Tidak Baik Penjual (Studi Kasus Tokopedia)”, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol. 3 No. 2 (2023): 5153-5166

²³ Wayan Suarjana, “Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen dalam Algoritma Rekomendasi Marketplace: Studi Kritis Atas Keberpihakan Sistem AI”, *Journal Scientific of Mandalika*, Vol. 6, No.8 (2025): 2098

²⁴ *Ibid*, hal 2100

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

ketergantungan kepada algoritma platform. Model ini menimbulkan tantangan baru bagi prinsip itikad baik yang selama ini berbasis interaksi langsung antar pihak, sebab kini pihak-pihak dalam transaksi digital harus menyesuaikan diri dengan pengaturan algoritmik yang kadang tidak transparan dan sulit diakses.²⁵ Fenomena tersebut menuntut pembaruan kerangka hukum normatif, khususnya dalam hukum perdata Indonesia, agar dapat mengakomodasi perkembangan teknologi digital dan karakteristik ekonomi platform. Regulasi yang adaptif perlu dirumuskan dengan menekankan pentingnya transparansi algoritma, akuntabilitas pengelola platform, serta perlindungan yang kuat terhadap hak-hak konsumen untuk memastikan prinsip itikad baik dapat dijalankan secara efektif dalam transaksi digital.²⁶ Secara keseluruhan, tantangan normatif ini merefleksikan kebutuhan mendesak bagi hukum perdata untuk melakukan transformasi dan inovasi agar tetap relevan dan efektif dalam mengatur hubungan hukum antar pihak di era digital, khususnya dalam mengaktualisasikan prinsip itikad baik yang harus mencakup aspek teknologi dan ekonomi platform secara holistik dan kredibel.

Rekonstruksi Prinsip Itikad Baik Agar Selaras Dengan Dinamika Transaksi Bisnis di Era Media Sosial Digital dan Perkembangan Regulasi Nasional

Rekonstruksi prinsip itikad baik dalam konteks transaksi bisnis di era media sosial dan digital harus meliputi aspek-aspek berikut:

1. Perluasan Makna Normatif: Prinsip itikad baik tidak lagi dapat dipahami semata-mata sebagai cerminan niat dan kehendak jujur dari para pihak, tetapi juga harus mencakup dimensi yang lebih luas, yaitu transparansi, keadilan, serta keterbukaan informasi. Dalam konteks ini, baik pelaku usaha maupun konsumen dituntut untuk menerapkan standar etika bisnis yang tinggi, dengan menjunjung kejujuran dan tanggung jawab dalam memberikan maupun mengakses informasi terkait produk dan jasa. Selain itu, prinsip ini juga menekankan pentingnya perlindungan terhadap data pribadi sebagai

²⁵ Mar'atul Habibah, Mila Erliana, "Perlindungan Hukum Perdata bagi Pekerja Platform Digital (Gig Economy) dalam Sistem Hubungan Kerja Non-Tradisional", *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No.3, (2025): 453-457

²⁶ Komang Irma Adi, Putu Andika, Gede Agung Indra, "Paradigma Baru dalam Pembaharuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata: Upaya Adaptasi terhadap Dinamika Hukum di Era Digital dan Globalisasi", *Jurnal Yustitia*, Vol. 20 No. 1 (2025): 67-76

bagian dari upaya mewujudkan transaksi yang beretika dan terpercaya dalam lingkungan digital.

2. Penegasan Regulasi yang Mengatur: Perkembangan regulasi nasional, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta peraturan pelaksana terkait perlindungan data pribadi, berperan penting dalam mendukung rekonstruksi asas itikad baik dengan menekankan urgensi pengaturan mengenai transparansi algoritma, keadilan dalam praktik ekonomi berbasis platform, serta perlindungan konsumen. Regulasi tersebut diharapkan mampu mengatasi permasalahan ketidaktransparanan yang selama ini memicu praktik bisnis yang bersifat manipulatif dan tidak adil.²⁷ Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memberikan kepastian dan kejelasan mengenai standar asas itikad baik dalam peraturan perundang-undangan, terutama dalam konteks perjanjian jual beli secara daring. Selain itu, pemerintah juga harus mengambil peran aktif dalam melindungi para pihak yang terlibat dalam transaksi secara *online*. Sebagai langkah preventif, aparat penegak hukum sebaiknya menerbitkan daftar hitam (*blacklist*) bagi pelaku perdagangan online yang terbukti merugikan pihak lain, dengan tujuan memberikan efek jera bagi mereka yang tidak menjalankan itikad baik dalam perjanjian jual beli secara *online*.
3. Penyesuaian terhadap Teknologi: Pemanfaatan teknologi algoritma pada platform digital perlu diintegrasikan secara sistematis ke dalam kerangka hukum yang berlaku. Diperlukan pengaturan melalui regulasi dan standar etika yang jelas untuk menjamin transparansi dalam penggunaan algoritma tersebut. Langkah ini penting agar mekanisme rekomendasi maupun penentuan prioritas produk dapat berjalan secara adil, objektif, dan tidak menimbulkan bentuk diskriminasi ataupun kerugian yang tidak seimbang bagi salah satu pihak dalam ekosistem transaksi digital.
4. Inovasi Hukum dan Regulator: Perlu adanya inovasi hukum berupa regulasi yang mampu mengakomodasi perkembangan teknologi dan ekonomi platform, serta memperkuat perlindungan terhadap hak konsumen dan pelaku usaha. Pengaturan ini harus mampu memperkuat kedudukan prinsip itikad baik dalam konteks digital, termasuk dengan adanya mekanisme pengawasan dan sanksi yang tegas terhadap

²⁷ Ade Surya Savitri, Eka Krisna Yanti, "Keamanan Data Transaksi Elektronik Dalam Konteks Bisnis Digital", *Jurnal Kertha Wicara*, Vol 14 No 01 (2024): 11-18

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

pelanggaran.²⁸ Rekonstruksi prinsip itikad baik harus menyesuaikan diri dengan realitas transaksi digital berbasis media sosial dan perkembangan regulasi nasional. Melalui perluasan makna normatif, penegasan regulasi, penyesuaian terhadap teknologi, serta inovasi hukum, prinsip ini dapat menjadi fondasi yang kokoh dalam menciptakan transaksi yang adil, transparan, dan terpercaya. Upaya ini penting agar hukum Indonesia tetap relevan dan mampu mengatur secara efektif plasmanya perubahan dalam dunia bisnis digital, serta melindungi hak-hak konsumen secara optimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kedudukan prinsip itikad baik dalam hukum perdata Indonesia saat ini tetap sangat penting, terutama dalam konteks transaksi digital berbasis media sosial. Prinsip ini harus mampu menyesuaikan diri dengan dinamika baru seperti penggunaan algoritma dan praktik ekonomi platform yang kompleks. Tantangan normatif yang dihadapi meliputi minimnya transparansi algoritma, ketimpangan informasi, dan praktik bisnis yang tidak adil yang dapat menyalahi asas kejujuran dan keadilan dalam transaksi. Untuk mengatasi masalah tersebut, rekonstruksi prinsip itikad baik perlu dilakukan dengan memperluas makna normatifnya, meliputi aspek transparansi, keadilan, dan perlindungan konsumen yang lebih kuat. Regulasi nasional harus diadaptasi, termasuk penegakan standar transparansi algoritma dan perlindungan data, agar prinsip ini dapat tetap relevan dan efektif serta mampu menjamin kepercayaan dan memberikan rasa adil terhadap seluruh pihak yang terhubung dalam transaksi digital. Dengan inovasi hukum dan regulasi yang menyeluruh, prinsip itikad baik dapat menjadi fondasi yang kokoh dalam menghadapi tantangan era digital yang penuh dinamika.

DAFTAR REFERENSI

Buku:

Ris Handayani, “Etika dan Hukum Bisnis”, *Edisi Pertama* (Cikeas:STIE IPWIJA, 2021)

²⁸ Dwi Atmoko, Noviriska, *Loc. Cit*

Sanusi, “Transformasi Hukum Perdata Tantangan dan Peluang di Era Digital”, (Medan: Media Penerbit, 2025)

Jurnal:

Ade Surya Savitri, Eka Krisna Yanti, “Keamanan Data Transaksi Elektronik Dalam Konteks Bisnis Digital”, *Jurnal Kertha Wicara*, Vol 14 No 01 (2024)

Ady Wiraz Peremana, I Made Sarjana, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Melakukan Transaksi Online Melalui Fitur Marketplace Pada Aplikasi Facebook”, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol 12 No 1 (2023)

Bambang Fitrianto, “Kajian Perdata Itikad Baik Dalam Hukum Perjanjian”, *Jurnal Pancabudi*, Vol. 16 No. 1 (2023)

Dwi Atmoko dan Noviriska, “Kepastian Hukum dalam Transaksi Online Ditinjau Dari Peran Asas Itikad Baik Berdasarkan Hukum Perdata Indonesia”, *Binamulia Hukum, Volume 13, No 2*, (2024)

Elisabeth Simawartin Putri dan Roza Thohiri, “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM”, *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA* Vol 8 No 2 (2025)

Felicia Angelique, Vinza Limantara, Gabriela Gracia, Theodorus Sudimin, “Etika Periklanan pada Era Digital: Hoax dan Penipuan”, *Jurnal LOCUS: Penelitian & Pengabdian*, Vol 3 No. 7 (2024)

Komang Irma Adi, Putu Andika, Gede Agung Indra, “Paradigma Baru dalam Pembaharuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata: Upaya Adaptasi terhadap Dinamika Hukum di Era Digital dan Globalisasi”, *Jurnal Yustitia*, Vol. 20 No. 1 (2025)

Krisna Wahyu, Satyayudha Dananjaya, “Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online”, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol 6 No. 8 (2018)

Mar'atul Habibah, Mila Erliana, “Perlindungan Hukum Perdata bagi Pekerja Platform Digital (Gig Economy) dalam Sistem Hubungan Kerja Non-Tradisional”, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No.3, (2025)

Mulan Kasisty, Alvina Maretia, Rachel Netanya, Rasya Aika, Diana Febri Nauli, Surahmad, “Analisis Hukum Perdata Pada Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak

REKONSTRUKSI KEDUDUKAN PRINSIP ITIKAD BAIK DALAM TRANSAKSI BISNIS ERA MEDIA SOSIAL DIGITAL

- Dalam Kontrak Digital: Studi Kasus Sengketa Saldo DANA”, *Jurnal Media Hukum Indonesia*, Vol. 2 No. 5 (2025)
- Nabillah Purba, Mhd Yahya, Nurbaiti, M. Kom “Revolusi Industri 4.0 Peran Teknologi Dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis dan Implementasinya” *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, Vol.9 No.2 (2021)
- Nita Dewi, Dian Sawitri, “Urgensi Asas Good Faith Dalam Perjanjian Pinjaman Online (Fintech)” *Jurnal Kertha Semaya*, Vol 13 No 3 (2024)
- Rafni Suryaningsih, Weny Dungga, Abdul Hamid, “Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online”, *Jurnal Legalitas*, Vol. 12 No. 2 (2023)
- Sally, Elfrida Ratnawati, “Perlindungan Konsumen Platform E-Commerce Atas Itikad Tidak Baik Penjual (Studi Kasus Tokopedia)”, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol. 3 No. 2 (2023)
- Scolastika Vebriani, Laksmi Danyathi, “Keabsahan Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui E-Commerce di Indonesia: Perlindungan Konsumen dan UU ITE”, *Jurnal Kertha Desa*, Vol 13 No 10 (2025)
- Wayan Suarjana, “Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen dalam Algoritma Rekomendasi Marketplace: Studi Kritis Atas Keberpihakan Sistem AI”, *Journal Scientific of Mandalika*, Vol. 6, No.8 (2025)
- Zada Fikri, “Sistem Pemasaran Endorsement Mempengaruhi Niat Beli Konsumen”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, Vol. 3 No. 2 (2024)
- Zainal Arifin, Pahlefi, “Iktikad Baik Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online Melalui Media Sosial”, *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, Vol. 3 No. 1 (2022)

Website:

Edward Koellner, “The UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts: A Keystone in Modern Contractual Practice and Law Development”, University of Mississippi School of Law, February 10, 2024, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5215610 (Diakses 18 Oktober 2025)

World Trade Organization, “World Trade Statistical Review 2023”,
https://www.wto.org/english/ress_e/publications_e/wtsr_2023_e.htm(Diakses 8
Oktober 2025)

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

UU No. 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang No. 11 Tahun
2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik