

**KAJIAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA
ONLINE BAGI BISNIS MAHASISWA (STUDI KASUS
MAHASISWA POLITEKNIK INDONUSA SURAKARTA)**

Indah Wahyu Utami 1^{*}, Widi Nugrahaningsih 1², Mira Erlinawati 2²

¹Teknik Informatika, ²Manajemen Informatika, STMIK Duta Bangsa Surakarta

Jalan Bhayangkara No.55 Surakarta Telp (0271) 719552

*Email : indahprimagama@yahoo.com

Abstrak

Internet terjangkau semua kalangan menjadi salah satu faktor pengembangan bisnis secara online. Kegiatan bisnis online mulai berkembang, terutama dikalangan mahasiswa. Penelitian ini berusaha menggambarkan mahasiswa yang menjalankan bisnis online di kampus dengan memperhatikan kajian hukum perlindungan konsumen. Teknologi informasi, khususnya internet telah mengubah pola berbisnis, salah satunya dengan media online. Tujuan penelitian ini ada tiga (1) memberikan kajian hukum perlindungan konsumen yang didasarkan Undang-undang terhadap penggunaan media online bagi bisnis mahasiswa (2) memberikan kajian hukum terkait penggunaan media online bagi bisnis online (3) mengetahui keterkaitan responden dengan adanya bisnis online. Dengan adanya Undang-Undang tentang perlindungan konsumen, maka konsumen maupun pelaku bisnis online mendapatkan keuntungan berupa kepastian perlindungan hukum. Jika terdapat masalah dalam bisnis online dapat diatasi dengan undang-undang atau hukum perlindungan konsumen tersebut. Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa di Politeknik Indonusa Suarakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara. Pengambilan sampel dengan random sampling merupakan teknik yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan bahwa penjual (produsen) sudah memiliki bisnis online dan telah beroperasi dibidang bisnis online setidaknya satu tahun. Bagi pembeli (konsumen) telah memanfaatkan layanan bisnis online. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teknik simak bebas libat cakap dan teknik catat. Teknik simak dipakai untuk menyimak jawaban yang dituturkan oleh responden yang bersangkutan. Teknik catat dipakai untuk mencatat data-data dari responden. Pendekatan yang digunakan adalah jenis deskriptif kualitatif. Jumlah responden adalah 60 mahasiswa di Politeknik Indonusa Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen terkait transaksi dalam bisnis online telah dilindungi oleh hukum khususnya dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. Media online yang paling sering digunakan oleh responden adalah teknologi Android melalui grup Whatsapp, facebook dan Blackberry messenger. Manfaat utama dari bisnis online bagi pelaku usaha yaitu tumbuh kemandirian dan semangat kewirausahaan. Hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, menerangkan bahwa bisnis online perlu menjelaskan informasi dari barang atau jasa secara rinci dan menunjukkan foto dari item item rinci, pengiriman barang tepat waktu dan sesuai dengan spesifikasi barang selama transaksi. Dengan melakukan pengelolaan informasi bisnis online yang baik dapat memudahkan calon konsumen untuk memperoleh informasi sesuai kebutuhan serta sebagai bahan pertimbangan penentuan keputusan pembelian. Karena dengan adanya bisnis online konsumen tidak mengalami kesulitan dalam mencari keperluan yang ia butuhkan. Karena prinsip utama dalam bisnis online adalah menjual informasi jasa atau barang.

Kata kunci: *bisnis, konsumen, media online, perlindungan*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pengguna internet semakin bertambah. Salah satu dampaknya terhadap sektor ekonomi dan bisnis. Perkembangan era informasi dalam bisnis *online* sangat membutuhkan media internet. Hal ini terlihat dengan adanya kemunculan di berbagai bisnis online yang menawarkan aneka produk dan jasa yang tidak terbatas untuk memenuhi segera kebutuhan. Internet terjangkau oleh semua kalangan menjadi salah satu faktor untuk

mengembangkan bisnis secara *online*. Tidak terkecuali oleh mahasiswa yang mulai menjalankan aktifitas ini. Kebanyakan pelaku jualan *online* dan pembelinya berasal dari kalangan mahasiswa. Bisnis *online* dianggap lebih menguntungkan, tanpa modal yang besar akan menghasilkan lebih besar dibandingkan bekerja sebagai karyawan atau pegawai (dalam entertainment.kompas.com, 2011). Bisnis *online* lebih mudah digunakan pada hakikatnya mahasiswa, karena lebih efisien daripada harus keluar untuk mencari keperluan tersebut. Bisnis *online* ini dapat dilakukan oleh semua masyarakat dan tidak ada ketentuan untuk melakukan bisnis tersebut. Tetapi hal ini lebih difokuskan untuk bisnis *online* mahasiswa dan didasarkan pada observasi ke mahasiswa di Politeknik Indonusa Surakarta.

Semakin banyaknya pengguna internet untuk tujuan bisnis, memungkinkan pula banyak konsumen untuk membeli barang melalui media *online*. Karena secara umum perempuan yang lebih mengutamakan tentang bisnis *online*. Sehingga pada saat dari rumah mereka sudah bisa memesan barang yang ingin mereka pesan. Dan dengan jaminan yang ada, serta ketentuan yang berlaku dalam melakukan bisnis *online*.

Beberapa pengalaman pentingnya penggunaan media online menjadikan perlindungan hukum bagi konsumen sangat diperlukan. Terkait jual beli *online*, salah satu hukum yang perlu diperhatikan yaitu hukum perlindungan konsumen. Cakupan perlindungan konsumen menurut Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha diantaranya yaitu mengenai kepastian informasi dan spesifikasi produk yang ditawarkan, serta kepastian mengenai kualitas dan jaminan produk yang sesuai dengan yang telah ditawarkan pada saat transaksi berlangsung. Dengan adanya Undang-Undang tentang perlindungan konsumen, maka konsumen maupun pelaku bisnis *online* mendapatkan keuntungan berupa kepastian perlindungan hukum.

Mengingat beragam keuntungan yang ditawarkan dalam bisnis *online*, peneliti ingin mengetahui bagaimana para mahasiswa mengelola bisnis *online* terkait hukum perlindungan konsumen. Mulai dari pengumpulan informasi produk dan jasa yang dijual, menyeleksi produk dan jasa, membuat deskripsi produk berupa foto dan informasi yang detail serta menampilkannya dalam bentuk katalog *online* yang dimudah diakses calon konsumen.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ada tiga (1) memberikan kajian hukum perlindungan konsumen yang didasarkan Undang-undang terhadap penggunaan media *online* bagi bisnis mahasiswa (2) memberikan kajian hukum terkait penggunaan media *online* bagi bisnis *online* (3) mengetahui keterkaitan responden dengan adanya bisnis *online*.

1.3. Tinjauan Pustaka

Media Online untuk Bisnis

Transaksi *e-commerce* berbeda dengan transaksi perniagaan konvensional yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang bersifat langsung (*face to face*), sebab transaksi *e-commerce* berlangsung di dunia maya (*cyberspace*), tidak mempertemukan secara langsung pembeli dengan penjual serta barang yang ditawarkan (*faceless nature*). Menurut Latifulhayat (2000), karakteristik *e-commerce* menempatkan konsumen pada posisi dirugikan misalnya.

1. Perusahaan di internet (*the internet merchant*) tidak memiliki alamat secara fisik di suatu negara tertentu, menyulitkan konsumen mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan.
2. Konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan “*Local follow up service or repair.*”
3. Produk yang dibeli konsumen berkemungkinan tidak sesuai dengan persyaratan lokal (*local requirement*).

Hukum Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disebut UUPK), Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan bagi konsumen. Dalam bisnis *online*, ketika terjadi suatu transaksi, maka timbul suatu perjanjian. Yaitu bahwa pembeli berjanji untuk membayar harga dari barang yang dipesan, dan penjual berjanji untuk mengirimkan dan memberikan barang yang telah dipesan oleh pihak pembeli. Perlindungan hukum terhadap

konsumen yang dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dapat dilakukan dengan cara antara lain.

1. *Legislation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan kepada konsumen melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat.
2. *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dimana pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya. Menurut Pasal 4 UU PK menyebutkan bahwa hak konsumen adalah.
 - a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
 - c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
 - d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
 - e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 - f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
 - g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 - h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
 - i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.
 Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (penjual *online*), sesuai Pasal 7 UU PK adalah
 - a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
 - b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
 - c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
 - d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
 - e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
 - f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.
 - g. Memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.

2. METODOLOGI

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Politeknik Indonusa Surakarta. Politeknik Indonusa beralamat di Jl. KH Samanhudi 31, Surakarta, Jawa Tengah. No Telp, : 0271-743479. Alasan mengambil lokasi penelitian tersebut, karena letak kampus cukup strategis dan mempunyai banyak mahasiswa. Selain itu belum pernah diadakan penelitian dengan kajian yang sama sebelumnya. Penelitian ini dilaksanakan pada awal bulan Desember 2015 sampai akhir bulan.

2.2. Jenis dan Sampel Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, penelitian ini mengkaji data kualitatif yaitu data yang berupa uraian atau pernyataan-pernyataan. Secara umum objek penelitian ini adalah responden pengguna bisnis *online* (penjual dan pembeli). Subjek dalam penelitian ini adalah tanggapan terhadap kegiatan dan penggunaan media *online* untuk berbisnis. Pengambilan sampel sebanyak 60 mahasiswa (penjual dan pembeli *online*) berdasarkan pertimbangan bahwa penjual (produsen) sudah memiliki bisnis *online* dan telah beroperasi dibidang bisnis *online* setidaknya satu tahun. Bagi pembeli (konsumen) telah memanfaatkan layanan bisnis *online*.

2.3. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil jawaban dan tanggapan kuesioner yang dibagikan pada mahasiswa pengguna bisnis *online*. Sedangkan data sekunder berupa dokumen dan kajian materi terkait.

Sumber data diperoleh melalui observasi, kuesioner responden dan studi pustaka (dokumen). Kajian atau Dokumen yang digunakan yaitu hukum perlindungan konsumen.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

2.5.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak. Metode simak adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa pada objek yang diteliti. Di samping metode simak digunakan juga metode dokumenter. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teknik simak bebas libat cakap. Teknik simak dipakai untuk menyimak jawaban yang dituturkan oleh responden bisnis *online*. Setelah menyimak apa yang telah dituturkan oleh responden peneliti mencatat semua jawabannya.

2.6. Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Jenis teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teori karena peneliti menggunakan perspektif lebih dari satu teori dalam membahas permasalahan yang dikaji.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada responden yaitu mahasiswa Politeknik Indonusa Surakarta dalam bisnis *online* barang yang sering ditawarkan oleh responden penjual antara lain: *fashion* dan *non fashion*. Pelaku usaha bisnis *online* memilih untuk menjual barang (non jasa) secara *online*. Alasan responden (penjual) memilih transaksi *online* berupa barang (non jasa) karena lebih mudah dan praktis. Responden (penjual) cukup memiliki kemampuan bidang IT dan memiliki jaringan pasar yang cukup potensial. Responden (penjual) mengatakan tidak memerlukan modal besar, berbeda jika berjualan tanpa media *online* yang mengharuskan untuk menyediakan barang. Sedangkan barang yang paling banyak dijual oleh responden (penjual) yang sering melakukan bisnis *online* khususnya di kampus Politeknik Indonusa Surakarta adalah produk *fashion* misalnya pakaian, jilbab, sepatu, tas, dan beberapa aksesoris wanita. Pembeli mendapatkan kemudahan memilih barang yang diinginkan sesuai dengan jenis, karakteristik dan spesifikasi yang ditawarkan penjual.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan konsumen terkait transaksi dalam bisnis *online* telah dilindungi oleh hukum khususnya dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik. Media *online* yang paling sering digunakan oleh responden untuk transaksi bisnis adalah teknologi Android melalui grup *Whatsapp*, *facebook*, *Blackberry messenger* dan *Instagram*. Manfaat utama dari bisnis *online* bagi pelaku usaha yaitu tumbuh kemandirian dan semangat kewirausahaan. Hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, menerangkan bahwa bisnis *online* perlu menjelaskan informasi dari barang atau jasa secara rinci dan menunjukkan foto dari item item rinci, pengiriman barang tepat waktu dan sesuai dengan spesifikasi barang selama transaksi. Dengan melakukan pengelolaan informasi bisnis *online* yang baik dapat memudahkan calon konsumen untuk memperoleh informasi sesuai kebutuhan serta sebagai bahan pertimbangan penentuan keputusan pembelian.

Suka dan duka menjalankan bisnis *online*, menurut responden (penjual), cukup praktis tidak perlu tatap muka dengan pembeli. Dukanya, rentan terhadap kejahatan penipuan yang merugikan salah satu pihak. Akan tetapi dengan adanya bisnis *online* konsumen tidak mengalami kesulitan dalam mencari keperluan yang ia butuhkan tanpa harus keluar rumah. Proses negosiasi dan pengiriman pesanan tidak menunggu waktu lama.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen tersebut penjual memiliki kewajiban untuk memberikan produk yang berkualitas baik sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan. Menurut

Boetsh dan Denis dalam Tjiptono (2000) definisi kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pendapat di atas dapat dimaksudkan bahwa seberapa besar kualitas barang dan atau jasa yang diberikan berhubungan dengan kualifikasi barang atau jasa beserta faktor pendukungnya dapat memenuhi harapan konsumen atau penggunanya. Penjual dituntut untuk dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat dalam mendeskripsikan informasi barang dan atau jasa yang dijual serta menampilkan gambar barang yang detail. Memberikan deskripsi informasi barang atau jasa secara lengkap semakin memudahkan konsumen memperoleh informasi barang atau jasa yang akan dibeli, sehingga mereka tidak dirugikan. Konsumen juga harus mendapatkan ganti rugi terhadap barang pesanan yang tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Karena calon konsumen tidak dapat melihat barang fisik yang akan dibeli, sehingga unsur kejujuran dan kepercayaan menjadi hal yang penting dalam menjamin kelangsungan bisnis *online*.

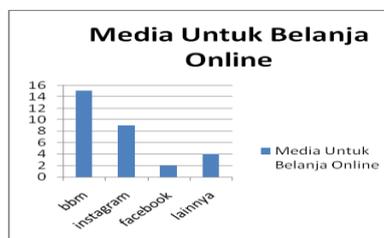
Hasil jawaban kuesioner pada responden (penjual) yang menjalankan bisnis *online* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jawaban Kuesioner Responden (Penjual) *Online*

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana awalnya Anda memulai bisnis <i>Online</i> ?	Sebelumnya sering berbelanja <i>online</i> , membantu mencari uang tambahan, konsumen menginginkan barang tanpa harus keluar rumah, dan adanya kemudahan fasilitas internet
2	Siapa sajakah sasaran bisnis <i>online</i> yang Anda jalankan?	Anak muda, dan anak sekolah dari berbagai jenjang, Ibu rumah tangga, karyawan dan pegawai kantor dan pembeli lainnya
3	Apakah suka dan duka berjualan <i>online</i> ?	Suka: Praktis, tanpa tatap langsung dengan konsumen. Duka : rentan terhadap penipuan
4	Apakah media yang digunakan untuk berjualan <i>online</i> ?	FB, twitter dan Instaggram, Grup BBM dan grup WA dan Lain-lain
5	Apakah manfaat berjualan <i>online</i> ?	Mempermudah promosi, komunikasi dengan pelanggan, berbelanja tanpa keluar dan mendapatkan keuntungan yang diharapkan
6	Bagaimana proses negosiasi dilakukan ketika berjualan <i>online</i> ?	BBM, sms dan media sosial lainnya dengan menunjukkan jenis, karakteristik dan harga produk melalui gambar dan atau foto.

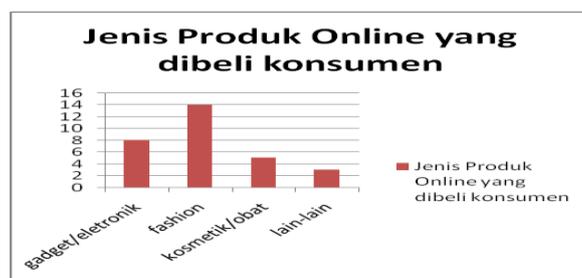
Hasil jawaban kuesioner yang diberikan pada responden (pembeli) yang menjalankan bisnis *online* adalah sebagai berikut:

1. Jawaban pertanyaan no 1. : Media yang biasanya digunakan oleh responden (pembeli) dalam melakukan transaksi pembelian secara *online* yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Media yang digunakan untuk transaksi bisnis *online*

2. Jawaban pertanyaan no. 2 : Jenis produk yang biasa dibeli oleh responden (pembeli) dalam pembelian secara *online* yaitu:



Gambar 2. Jenis Produk yang dibeli dalam pembelian *online*

3. Jawaban kuesioner pertanyaan responden (penjual) no 3 s.d 12 hasil kuesioner dari pihak responden (pembeli), dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Jawaban Kuesioner Responden (Pembeli) *Online*

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Penjual memberikan informasi yang lengkap atas produknya	13	17
2.	Penjual memberikan informasi komposisi produk (khusus produk makanan, kosmetik dan obat)	6	2
3.	Penjual memberikan informasi mengenai dampak yang timbul dari produk yang dijual	5	3
4.	Penjual memberikan informasi tanggal kadaluwarsa terhadap produk yang dijual	7	1
5.	Penjual memberikan informasi mengenai panduan penggunaan produk yang dijualnya	6	14
6.	Produk yang dipesan secara online tersebut, ketika sampai kepada pembeli telah sesuai dengan pesanan dan kesepakatan saat memesan serta telah sesuai dengan spesifikasi dan informasi produk	13	17
7.	Produk yang dibeli <i>online</i> bergaransi	8	22
8.	Pernah mengalami keluhan atas produk yang dibeli melalui online	12	18
9.	Keluhan ditanggapi dengan baik	20	9
10.	Ada ganti kerugian atas adanya keluhan barang yang dibeli melalui <i>online</i>	16	14

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas yang mengenai media *online* untuk bisnis oleh mahasiswa dalam kajian Hukum Perlindungan Konsumen di kampus Politeknik Indonusa Surakarta dapat disimpulkan bahwa pendeskripsian informasi barang atau jasa dalam bisnis *online* sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis *online* harus sesuai dengan Pasal 1 UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dalam perlindungan konsumen terdapat kebijakan komplementer yaitu kebijakan yang mewajibkan pelaku usaha khususnya penjual memberikan informasi yang memadai kepada pembeli (konsumen) berupa hak atas informasi tentang jenis, karakteristik, spesifikasi dan harga dengan jujur. Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen tersebut penjual memiliki kewajiban untuk memberikan produk yang berkualitas baik sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan. Hasilnya sampel mahasiswa yang kami jadikan responden penelitian di kampus Politeknik Indonusa Surakarta sudah sering melakukan transaksi bisnis *online*. Mereka menggunakan media online dalam mendukung kegiatan bisnis onlinenya. Media yang paling sering digunakan oleh responden adalah teknologi Android melalui grup *Whatsapp*, *facebook*, *Instagram* dan *Blackberry messenger*. Manfaat utama dari bisnis *online* bagi pelaku usaha yaitu tumbuh kemandirian dan semangat kewirausahaan. Hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, menerangkan bahwa bisnis *online* perlu menjelaskan informasi dari

barang atau jasa secara rinci dan menunjukkan foto dari item item rinci, pengiriman barang tepat waktu dan sesuai dengan spesifikasi barang selama transaksi. Dengan melakukan pengelolaan informasi bisnis *online* yang baik dapat memudahkan calon konsumen untuk memperoleh informasi sesuai kebutuhan serta sebagai bahan pertimbangan penentuan keputusan pembelian. Karena dengan adanya bisnis *online* konsumen tidak mengalami kesulitan dalam mencari keperluan yang ia butuhkan. Karena prinsip utama dalam bisnis *online* adalah menjual informasi jasa atau barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Atip latifulhayat. 2000. *Cyberlaw dan Urgensinya bagi Indonesia*. PT. Refika Aditama, Bandung.
- Badan Pusat Statistik. 2012. *Data Strategis Biro Pusat Strategik. 2010*. www.bps.go.id/65tahun/data_strategis_2012.pdf Diakses pada 14 Oktober 2015.
- Darwin, Waizly. 2011. *Anxieties/Desires: 90 Insights fow Marketing to Youth, Women, Netizen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Entertainment.kompas.com. 2011. *Belanja dan Jualan Online Dunianya Perempuan*. <http://entertainment.kompas.com/read/2011/05/20/13024473/Belanja.dan.Jualan.Online.Dunianya.Perempuan> . Diakses pada 14 Oktober 2015.
- Female.kompas.com. 2011. *Bisnis Online Modal Minimal Keuntungan Maksimal*. [http:// female.kompas.com/read/2011/11/01/16170771/Bisnis.Online.Modal.Minimal.Keuntungan.Maksimal](http://female.kompas.com/read/2011/11/01/16170771/Bisnis.Online.Modal.Minimal.Keuntungan.Maksimal) Diakses pada 14 Oktober 2015
- Female.kompas.com. 2012. *Ingin Berbisnis Online Baca ini*. <http://female.kompas.com/read/2012/09/17/17075599/Ingin.Berbisnis.Online.Baca.Ini>. Diakses pada 14 Oktober 2015
- Female.kompas.com . 2011. *Belanja Online Indonesia Rp. 2Triliun, Peluang Masih Besar*. <http://female.kompas.com/read/2011/12/13/18014276/Belanja.Online.Indonesia.Rp.2.Triliun.Peluang.Masih.Besar> . Diakses pada 14 Oktober 2015
- Subekti, R. 2008. *Hukum Perjanjian*. PT. Intermasa, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.