

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN AKIBAT KERUGIAN YANG DITIMBULKAN OLEH PELAKU USAHA TOKO ONLINE DI FACEBOOK

I Putu Yogi Krisna, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujianti
Fakultas Hukum, Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia
yogikrisnaputu@gmail.com, budiarthaputu59@gmail.com, puspasutariujianti@gmail.com

Abstrak

E-commerce merupakan suatu kegiatan jual beli melalui media internet. Adanya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik merupakan hal yang sangat penting sebagai jaminan antara pelaku usaha dan konsumen dalam bertransaksi di digital platform khususnya *marketplace facebook*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaturan transaksi jual beli online dan dan menelaah perlindungan hukum bagi konsumen akibat kerugian dalam transaksi jual beli online di facebook. Penelitian ini didesain menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan Perundang-undangan. Sumber data yang digunakan ada dua yaitu data primer dan sekunder. Data diperoleh melalui teknik inventarisasi atau penelusuran bahan hukum lalu diklasifikasikan, didokumentasikan, dicatat, dikutip dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi jual beli *e-commerce* secara umum diatur dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang disingkat dengan ITE khususnya Pasal 28 ayat (1) UU ITE, dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dalam perlindungan hukum bagi konsumen akibat kerugian dalam transaksi jual beli online di facebook dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu perlindungan hukum secara preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum bagi masyarakat yang bertujuan untuk mencegah terjadinya permasalahan atau sengketa. Sedangkan, perlindungan hukum represif adalah bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan dalam penyelesaian sengketa.

Kata Kunci : *E-commerce*, Facebook, Konsumen

Abstract

E-commerce is an activity of buying and selling through internet media. The existence of legal protection for consumers in buying and selling transactions electronically is very important as a guarantee between business actors and consumers in transactions on digital platforms, especially the Facebook marketplace. This study aims to examine the regulation of online buying and selling transactions and examine the legal protection for consumers due to losses in online buying and selling transactions on Facebook. This study was designed using a normative legal research method with a statutory approach. There are two sources of data used, namely primary and secondary data. The data is obtained through the technique of inventorying or tracing legal materials and then classified, documented, recorded, quoted with a qualitative approach. The results show that *e-commerce* buying and selling transactions are generally regulated in Law Number 11 of 2008 concerning amendments to Law Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions or abbreviated as ITE, especially Article 28 paragraph (1) of the ITE Law, and Law No. 8/1999 on consumer protection. In legal protection for consumers due to losses in online buying and selling transactions on Facebook, it can be categorized into two, namely preventive and repressive legal protection. Preventive legal protection is legal protection for the community which aims to prevent problems or disputes from occurring. Meanwhile, repressive legal protection is a form of legal protection which is more aimed at resolving disputes.

Keywords: *E-commerce*, Facebook, Consumer

I. PENDAHULUAN

Kemajuan dalam bidang teknologi dan informasi di Indonesia membantu daam percepatan kegiatan masyarakat. Perkembangan teknologi informasi pada era globalisasi sedikit demi sedikit telah mengubah kebiasaan masyarakat adalah dalam melakukan atau melaksanakan transaksi jual-beli.

Kebiasaan di masyarakat yang sebelumnya memang melakukan transaksi jual beli dengan cara langsung atau dengan bertemu, kini perlahan kian berubah menjadi sebuah gaya baru salah satunya transaksi jual beli lewat internet atau biasa disebut transaksi *online*. *E-commerce* adalah bentuk dari aktivitas jual-beli yang menggunakan perantara internet (Maulana et al., 2015). Dengan pesatnya

perkembangan teknologi informasi maka terjadilah transaksi dengan cara *online* yang bisa mempermudah setiap konsumen serta pengusaha untuk mempromosikan dagangan atau jasanya (Parsaorantua et al., 2017).

Kemajuan ekonomi dunia serta perkembangan teknologi yang begitu pesat memberi pengaruh tumbuhnya persaingan usaha kepada semua lini. Dunia yang penuh akan persaingan ini menuntut pengusaha untuk menyesuaikan kebutuhan pasar yang perlu tanggapan cepat serta praktis untuk meningkatkan layanan terhadap pembeli. Oleh karena itu, perlu adanya perubahan untuk pengelolaan perusahaan dengan meminimalisir rentan kendala manajemen, memangkas sedemikian rupa sehingga bisa jadi lebih produktif, efektif, serta efisien (Budiartha; 2016: 1).

Adanya *e-commerce* tidak hanya memberi pengaruh positif namun juga memberikan pengaruh negatif. Banyaknya aduan kejahatan siber yang dilaporkan masyarakat membuat meningkatnya kasus penipuan *online* dari tahun ke tahun. Total laporan ada 4.586, pada Tahun 2020. 1.617 diantaranya yaitu penipuan secara *online*. Data tersebut didapatkan berdasarkan hasil laporan polisi yang diterima dan total kasus selesai yang dilaporkan dari Subagbinops Ditreskrimsus semua Polda. Adapun kasus yang paling marak terjadi yaitu di *Facebook*.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini seperti Yahman, (2014) mengungkapkan bahwa kasus penipuan yang terjadi seperti barang yang dipasarkan bukan barang original (KW), barang yang tidak sama dengan yang dipesan, dan barang yang tidak dikirim. Motif utama dari penipuan *online* ini adalah materi yaitu keuntungan pribadi. Pada zaman modern ini ada beberapa media *online* yang bisa dipakai untuk berjualan secara *daring* salah satunya bisa menggunakan *Facebook*. *Facebook* ialah situs yang memberikan pelayanan jejaring sosial yang setiap pemilik akun bisa saling berkomunikasi dengan para pemilik akun yang lain yang berasal dari seluruh belahan dunia (Ridho Azlam Ambo Asse, 2018). Dalam situs *online* ini, penggunaanya dapat mengunggah sesuatu mengenai dirinya dan juga dapat menjual atau bahkan membeli sebuah produk. *Facebook* secara khusus menyediakan layanan yang bernama "*marketplace*", dimana merupakan sebuah fitur dari *facebook* yaitu pasar *online* untuk mewadahi kegiatan jual beli pengguna *facebook* itu sendiri. Penelitian lain, Maulana dkk., (2015) dalam melaksanakan transaksi online dalam bidang ekonomi, banyak terjadi masalah penipuan. Untuk itu perlu pengaturan dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian ini difokuskan untuk pengaturan transaksi jual-beli *online* di *facebook*, dan mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen akibat kerugian dalam transaksi jual beli *online* di *facebook*.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini didesain dengan hukum normatif dengan pendekatan Perundang-undangan dan konseptual. Untuk sumber bahan hukum yang dipakai yaitu berupa Perundang-undangan yang selanjutnya disebut sebagai bahan hukum primer (Hadjon, 1993). Bahan hukum sekunder yakni bahan hukum yang diperoleh melalui kepustakaan seperti jurnal hukum, buku-buku, dan lainnya yang terkait dalam permasalahan. Dalam mengumpulkan bahan hukum di sini menggunakan teknik inventarisasi atau penelusuran bahan hukum lalu diklasifikasi atau dikelompokkan dan didokumentasikan, dicatat, dikutip, dengan pendekatan kualitatif. Analisis bahan hukumnya bersifat sistematis dengan disajikan secara deskriptif-analitis yaitu dengan mendeskripsikan baru dianalisa secara deduktif-induktif. Jika seluruh bahan penelitian hukum terkumpul, maka bahan penelitian hukum tersebut akan dipaparkan dan juga dijelaskan kalimat perkalimat dengan memakai metode pengolahan bahan hukum secara sistematis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaturan Transaksi Jual-Beli Online di Facebook

Secara umum, jual-beli yaitu kegiatan menukar benda berharga dengan benda berharga lainnya. Pengertian terminologis, jual-beli yaitu transaksi pertukaran selain menggunakan fasilitas serta kenikmatan. Jual-beli adalah faktor terpenting dari aktivitas perjuangan perekonomian sebab pribadi bekerjasama dengan pelanggan. Jual-beli adalah kontrak memberi satu sama lain atau kontrak saling menguntungkan yang pengusah diharuskan memberi hak milik dari barang ataupun jasa dan pembeli harus membayar menjadi pertukaran atas barang ataupun jasa tersebut (Subekti, 1983). (Sumenge, 2013)

Dari ketentuan Pasal 1 ayat 2 UU ITE, dikatakan bahwa transaksi *online* ialah perbuatan hukum dimana dilakukan yaitu memakai komputer, jaringan komputer atau media elektronika lainnya. Transaksi jual-beli dengan cara *online* adalah salah satu wujud aturan tersebut. Dalam transaksi secara *online* ini, setiap orang yang terikat melakukan korelasi aturan yang dituangkan lewat sebuah perjanjian dan atau kontrak yang pula dilakukan secara *online* serta sinkron dengan ketentuan Pasal 1 ayat 17 UU ITE dikatakan bahwasanya kontrak elektronik yaitu perjanjian dimana dimuat pada dokumen elektronik maupun media elektronika lainnya. *E-commerce* juga mempunyai karakteristik khusus yang tidak sama dengan perdagangan seperti biasa. *E-commerce* tidak mempunyai batasan tertentu dalam melakukan transaksi. Sebelum mengenal *E-commerce*, batas-batas wilayah menjadi salah satu hambatan bagi perusahaan dan orang yang mau memulai go international, maka dari itulah cuma perusahaan yang memiliki modal banyak dan individu yang memiliki modal yang sangat besarlah yang bisa menjual barangnya sampai luar negeri. Adanya *E-commerce*, pedagang kecil sampai menengah dan individu bisa memasarkan barang dagangan mereka ke luar negeri cukup hanya dengan mempunyai akun website atau membuat iklan-iklan di media sosial, tentunya para konsumen seluruh belahan dunia bisa mengakses website tersebut dan dapat melakukan pembelian dengan cara *online*.

Karakteristik transaksi *online* yaitu adanya transaksi dengan penjual dan pembeli, adanya penukaran jasa, informasi ataupun barang, Internet adalah media utama dalam melakukan transaksi. *Facebook* adalah media sosial yang dapat menghubungkan satu orang atau lebih dengan orang lainnya yang ada di seluruh dunia dan jaringan antar teman. Dengan perkembangan pengguna aktif *facebook* yang setiap saat terus meningkat, maka dari itu *Facebook* merupakan sebuah tempat yang potensial guna melakukan aktivitas jual beli secara *online*. *Marketplace*, bisa diartikan sebagai tempat berjualan. Didalam *marketplace* disebutkan bahwa ini adalah tempat jual-beli yang terlengkap dan bisa dikatakan bahwa *marketplace* adalah wadah penyalur dari segala kebutuhan masyarakat dalam urusan jual-beli. *Marketplace Facebook* pada awal mulanya dibuat pada tahun 2007 dan terus dikembangkan ke dalam bentuk fitur yang mulai sempurna pada Tahun 2016 dan tahun 2018 pengunjung dan pengguna *marketplace* seiring waktu mulai bertambah dan semakin menjamur penggunaannya di tahun 2019.

E-Commerce didasari oleh perjanjian jual-beli dengan cara *online* di antara pedagang dan konsumen. Meski transaksi online atau elektronik sudah menerima pembaruan di peraturannya di UU 11 Th 2008 perihal perubahan UU 19 Tahun 2016 perihal Informasi dan Transaksi Elektronik, tetapi tidak mengakomodir perihal syarat sahnya sebuah perjanjian elektronik secara spesifik, aturan tentang transaksi elektronik juga pada UU Perdagangan, PP dan Keputusan Kemendag. Dasar dari prinsip berlakunya sebuah kontrak di negeri ini melihat di Pasal 1320 KUHPerdara, dan juga dapat digunakan di dalam kontrak elektronik.

Umumnya transaksi elektronik itu diatur UU No 11 Tahun 2008 perihal perubahan atas UU No 19 Tahun 2016 yaitu tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau biasa disebut Undang-undang ITE.

Pasal 28 ayat 1 Undang-undang ITE “Setiap orang yang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.” Untuk pelanggar Pasal 28 ayat (1) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dapat dipidana seperti yang disebutkan Pasal 45A ayat (1) Undang-undang 19 Tahun 2016, yakni: “Setiap orang dengan sengaja tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 Tahun dan atau denda paling banyak Rp1 miliar.”

2. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Kerugian dalam Transaksi Jual-Beli Online di Facebook

Prinsip dari perlindungan hukum di Indonesia ialah prinsip tentang pengakuan serta proteksi kepada harkat serta martabat insan yang berasal dari Pancasila. Tentang aturan yang telah diteliti, perlindungan dari hukum adalah perlindungan hukum secara preventif serta perlindungan hukum secara represif. Tujuan dari perlindungan hukum secara preventif adalah mencegah adanya perselisihan dan tujuan dari perlindungan hukum secara represif adalah kebalikannya, berguna menuntaskan suatu perselisihan. Pada transaksi dengan perantara media online situasi paling tak diharapkan ialah saat adanya kerugian di pihak pembeli. Saat pembeli menerima suatu kerugian, pembeli berhak mengklaim ganti rugi. Ketentuan dari ganti rugi tersebut aturannya ada di Pasal 4

huruf h UUPK yang menjelaskan bahwasannya konsumen atau pembeli mempunyai hak mendapatkan sebuah kompensasi, penggantian atau ganti rugi, bila jasa atau barang saat didapat tak seperti sebagaimana mestinya atau tidak sama seperti perjanjian. Pengusaha atau penjual diharuskan bertanggung jawab akibat kerugian yang diterima pembeli. Perihal tanggung jawab penjual atau pedagang kepada pembeli yang rugi aturannya ada pada Pasal 19 UUPK.

[Hadjon \(1993\)](#) mengatakan bahwa perlindungan hukum secara preventif adalah suatu perlindungan hukum yang rakyatnya diberi keleluasaan untuk memberikan pendapatnya maupun keberatannya sebelum putusan dari pihak berwenang mendapatkan bentuk administrasi ([Hadjon, 1993](#)). Perlindungan hukum secara preventif adalah perlindungan kepada rakyat dengan tujuan mencegah sengketa atau permasalahan. Karena itu, sengketa di transaksi *online* perlu sebuah pencegahan agar memberi perlindungan terhadap pembeli. Beberapa pencegahan supaya tak terjadi kerugian terhadap pembeli:

Pertama, pelatihan kepada pembeli. Pemerintah mempunyai kiprah strategis buat melaksanakan pelatihan perlindungan kepada konsumen atau pembeli seperti yang kemukakan Pasal 29 UUPK, dimaksudkan buat membina pembeli untuk memperoleh haknya. Pelatihan tersebut sangat penting untuk dilaksanakan karena melihat taraf kesadaran pembeli terhadap hak-hak dirinya begitu rendah karena dampak dari taraf pendidikan pada warga di negeri ini yang bisa dibilang tertinggal pada umumnya. Karena sebab tersebut, pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) bekerja sama melaksanakan pembinaan dan pendidikan konsumen ([Sunggono & Harianto, 2010](#)). Kedua, pengawasan kepada pembeli. Pengawasan kepada penyelenggara perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan aturan Perundang-undangan dilaksanakan bersama masyarakat, pemerintah serta LPKSM. Pengawasan pemerintah dilaksanakan bersama menteri serta menteri teknis terkait. Sementara itu pengawasan oleh masyarakat serta LPKSM dilaksanakan langsung terhadap jasa serta barang yang tersebar dalam pasar. Oleh karenanya, bila hasil pengawasan menemukan penyimpangan berbahaya bagi pembeli, maka menurut peraturan yang berlaku, pelaku dapat dikenai sanksi.

Perlindungan hukum represif adalah gambaran dari perlindungan hukum yang cenderung ditujukan untuk menyelesaikan perselisihan. Perlindungan hukum secara represif adalah upaya hukum yang ditempuh untuk mengakhiri permasalahan atau sengketa yang terjadi antara pengusaha dan pembeli. Usaha perlindungan hukum secara represif di transaksi *online* bisa ditempuh dengan non litigasi maupun litigasi. Upaya hukum melalui Non Litigasi. Pasal 39 ayat (2) Undang-undang ITE dijelaskan bahwa selain penanganan gugatan perdata seperti maksud ayat (1), maka penyelesaian sengketa para pihak-pihak bisa menggunakan arbitrase, ataupun lembaga penyelesaian sengketa pilihan sebagaimana aturan dari peraturan Undang-undang. Transaksi jual-beli *online* penyelesaian sengketa dari perbuatan yang melanggar hukum dapat juga dilakukan dengan cara non litigasi, yaitu adaptasi dari perjanjian di antara para pihak seperti yang sudah disepakati di perjanjian transaksi yang dilaksanakan secara *online* itu ([Sugeng & Sujayadi, 2012](#)). Maksudnya dari kalimat di atas ialah masing-masing pihak mungkin bisa bekerja sama atau sepakat untuk mengubah perjanjiannya; Negosiasi, bisa dihadiri orang bersangkutan baik dari orang yang bersengketa ataupun perwakilan yang dipercayakan dari setiap pihak. Mediasi, yaitu penyelesaian permasalahan diluar dari pengadilan, yaitu memakai bantuan pihak ketiga atau mediator dimana bertugas menjadi fasilitator, dan tidak mencampuri keputusan yang akan diambil oleh para pihak; konsiliasi, yaitu menyelesaikan sengketa tidak di pengadilan, tetapi hampir sama seperti pengadilan yang sesungguhnya, yang disana ada pihak yang disebut dengan hakim semu; arbitrase, yaitu menyelesaikan sengketa dengan cara non litigasi, yang dibantu arbiter, biasanya dipilih para pihak sesuai dengan bidangnya.

Keputusan dari cara ini kekuatan hukumnya tidak berbeda yaitu seperti putusan majelis hakim sebuah pengadilan, dan hasil keputusan ini tidak bisa melakukan banding ataupun upaya hukum kasasi. Upaya hukum melalui jalur Litigasi. Upaya hukum melalui litigasi yaitu gugatan ke pengadilan dan ketentuannya ada pada UUPK Pasal 48, penyelesaian atas perselisihan konsumen menggunakan jalur pengadilan merujuk di ketentuan perihal pengadilan umum yang berlaku dan memperhatikan aturan Pasal 45. Pasal 45 berbunyi: "Tiap konsumen yang merasa merugi bisa menggugat pengusaha tersebut melalui lembaga yang ditugaskan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen ataupun melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum". Penyelesaian sengketa konsumen bisa ditempuh jalur pengadilan maupun diluar peradilan tergantung dari yang dipilih sukarela oleh pihak-pihak bersangkutan. Penyelesaian sengketa diluar dari

pengadilan seperti yang dimaksud oleh ayat (2), tidak menghilangkan tanggung jawab pidana seperti yang diatur dalam Undang-undang. Bila sudah terpilih upaya dari penyelesaian sengketa konsumen di luar dari peradilan, maka gugatan menggunakan peradilan hanya bisa dilakukan jika usaha menyelesaikan sengketa diluar peradilan diputuskan tidak berhasil dari pihak terkait dan oleh para pihak yang saling berselisih.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa pengaturan transaksi jual-beli *online* di *facebook* merupakan ilustrasi dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana aturan bisa memberi perlindungan berupa kepastian, ketertiban, keadilan, kemanfaatan khususnya untuk konsumen akibat ditimbulkan dari pelaku usaha toko *online* (*e-commerce*) khususnya di *facebook*. *E-Commerce* didasari oleh perjanjian jual-beli yang dilakukan *online* diantara pedagang serta konsumen. Pengaturan mengenai transaksi *online* sudah menerima pembaruan di peraturannya di UU 11 Tahun 2008 perihal perubahan UU 19 Tahun 2016 perihal Informasi dan Transaksi Elektronik. Transaksi jual-beli *E-commerce* secara umum itu diatur UU 11 Tahun 2008 perihal perubahan UU 19 Th 2016 perihal Informasi dan Transaksi Elektronik atau biasa disebut dengan Undang-undang ITE, khususnya Pasal 28 ayat (1) Undang-undang ITE, dan UU 8 Th 1999 tentang perlindungan konsumen. Perlindungan hukum bagi konsumen akibat kerugian dalam transaksi jual beli *online* di *facebook* dapat dikategorikan menjadi 2 perlindungan hukum, yaitu perlindungan hukum secara preventif serta perlindungan secara represif.

1. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, dikemukakan kesimpulan sebagai yaitu Kepada pemerintah, diharapkan pemerintah lebih gencar mensosialisasikan tentang transaksi *online* (*e-commerce*) di masyarakat agar masyarakat mengerti mekanisme dan permasalahan tentang transaksi elektronik serta pemerintah juga harus terus berkoordinasi antara lembaga atau instansi yang mempunyai peran besar dalam pengeluaran regulasi-regulasi *e-commerce* seperti Kominfo, Kemendag, Kemenkeu, dan OJK sebagai pengambil kebijakan serta pembentukan regulasi-regulasi *e-commerce*. Dalam pembentukan regulasi-regulasi tersebut sebaiknya pemerintah melibatkan beberapa pihak lagi seperti konsultan ataupun asosiasi pemerhati *e-commerce* di setiap pembahasannya. Kepada konsumen atau masyarakat, agar tidak takut untuk segera melaporkan semua tindakan yang merugikan di internet terkait dengan transaksi *online*. Diharapkan pelaku usaha toko *online* dapat lebih bijak dan tertib terhadap hukum terutama dalam melakukan kegiatan di dunia maya dan dapat mempertimbangkan risiko sebelum melakukan tindakan yang merugikan masyarakat dan banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadjon, P. M. (1993). *Penghantar Hukum Administrasi*. University Press. Jakarta.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Parsaorantua, P. H., Pasoreh, Y., & Rondonuwu, S. A. (2017). Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Jurnal Acta Diurna*, 6(3), 1–14.
- Ridho Azlam Ambo Asse. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar). *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 219–231.
- Subekti. (1983). *Hukum Perjanjian*. PT. Intermedia: Jakarta.
- Sugeng, B., & Sujayadi. (2012). *Pengantar Hukum Acara Perdata dan Contoh Dokumen Litigasi*. Kencana: Jakarta.
- Sumenge, M. M. (2013). Penipuan Menggunakan Media Internet Berupa Jualbeli Online. *Jurnal Lex Crimen*, 2(4), 102–112.
- Sunggono, B., & Harianto, A. (2010). *Bantuan Hukum dan Hak Asasi Manusia*. Bandung. Mandar Maju.
- Yahman. (2014). *Karakteristik Wanprestasi & Tindak Pidana Penipuan*. Jakarta. Kencana.