

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERJANJIAN ANTARA  
PELAKU USAHA DENGAN KONSUMEN DALAM SISTEM  
MULTI LEVEL MARKETING (Studi PT. Melia Sehat Sejahtera)**

**JURNAL ILMIAH**



**OLEH:**

**M. RANDI**  
**D1A118308**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MATARAM**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERJANJIAN ANTARA  
PELAKU USAHA DENGAN KONSUMEN DALAM SISTEM  
MULTI LEVEL MARKETING (Studi PT. Melia Sehat Sejahtera)**

**JURNAL ILMIAH**



**OLEH:**

**M. RANDI**  
**D1A118308**

**Menyetujui,**  
**Pembimbing Pertama**



**H. Zaenal Arifin Dilaga, SH., M.Hum.**  
**NIP. 196107121989031002**

# **Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen Dalam Sistem Multi Level Marketing (Studi Pt. Melia Sehat Sejahtera)**

**M. RANDI**  
**D1A118308**

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS MATARAM**

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implemmentasi perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen dalam sistem multi level marketing PT. Melia Sehat Sejahtera dan untuk mengetahui dan memahami penyelesaian sengketa antara perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen. Hasil dari penelitian ini meliputi yang pertama pelaksanaan perjanjian pelaku usaha dan konsumen telah terjadi ketika pelaku usaha memberikan janji-janji serta informasi terkait barang atau jasa, karena sejak saat itulah timbul hak dan kewajiban para pihak baik pelaku usaha dan konsumen. Hubungan hukum di dasarkan pada Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerduta), di mana pelaku usaha telah sepakat terhadap apa yang di janjikan pada saat memberikan janji-janji pada sebuah iklan, ataupun selebaran atau brosur, sehingga janji-janji tersebut akan berlaku sebagai Undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Peristiwa hukum yang terjadi terhadap pelaku usaha dengan konsumen tersebut adalah perdagangan baik barang ataupun jasa. Berikut penyelesaian sengketa pelaku usaha dengan konsumen dalam sistem multi level marketing dengan metode mediasi dan melalui penyelesaian sengketa konsumen (BPSK).

**Kata Kunci : Perjanjian Yuridis, Pelaksanaan, Penyelesaian sengketa pelaku usaha dan konsumen dalam MLM**

## ***JURIDICAL REVIEW OF AGREEMENTS BETWEEN BUSINESS DOORS AND CONSUMERS IN A MULTI LEVEL MARKETING SYSTEM (CASE STUDY OF PT. MELIA SEHAT SEJAHTERA)***

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the implementation of agreements between business actors and consumers in PT. Melia Sehat Sejahtera and to know and understand the settlement of disputes between agreements between business actors and consumers. The results of this study include the first that the implementation of agreements between business actors and consumers has occurred when business actors provide promises and information related to goods or services, because since then the rights and obligations of the parties, both business actors and consumers, arise. The legal relationship is based on Article 1320 and Article 1338 of the Civil Code (KUHPerduta), where business actors have agreed on what was promised when they made promises in an advertisement, or in leaflets or brochures, so that the promises it will apply as law for the parties who make it. Legal events that occur between business actors and consumers are trade in both goods and services. The following is the settlement of disputes between business actors and consumers in a multi-level marketing system using the mediation method and through consumer dispute resolution (BPSK).*

***Keywords: Juridical Agreement, Implementation, Settlement of disputes between business actors and consumers in MLM***

## I. PENDAHULUAN

Pemenuhan kebutuhan hidup didalam masyarakat sangatlah penting dan menjadi hal yang sangat utama. Dalam pemenuhan kebutuhan kehidupan masyarakat sering menggunakan transaksi jual beli. Upaya masyarakat untuk memenuhi berbagai kebutuhan kehidupan sehari-hari dalam transaksi jual beli diantaranya adalah diwujudkan dalam bentuk perjanjian. Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) menyatakan bahwa.

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.<sup>1</sup>

Pada kenyataanya penulis lebih cenderung pada pendapat yang tidak membedakan antara istilah perjanjian dan kontrak, karena memang pada kenyataannya pengguna kedua istilah tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dalam lalu lintas bisnis. Sudah barang tentu istilah mana yang dipilih untuk transaksi bisnis tertentu disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.<sup>2</sup>

Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan/atau jasa. Dalam pengertian ini termasuk dalam pembuat, grosir,

---

<sup>1</sup> Desi Ary Setiawati, Dahlan, Nur Rasyid, *Perlindungan Bagi Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*, Jurnal Fakultas Hukum Syiah Kuala, Vol 1 No 3, Desember 2017, hlm. 33.

<sup>2</sup> Irawan Soerodjo, *Hukum Perjanjian Dan Pertahanan*, Yogyakarta, Laksbang Pressindo, 2016 hlm. 18.

*leveransi*, dan pengecer professional yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan/atau jasa hingga hingga sampai ketangan konsumen. Sifat professional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggungjawaban dari produsen.<sup>3</sup>

Pengertian secara khusus konsumen, konsumen menurut pasal 1 ayat (2) Undang-Undang no 8 Tahun 1999 diartikan sebagai.

“Setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun mahluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan”.

Konsumen memiliki beberapa hak dan kewajiban yang sudah di atur dalam Undang-Undang tersebut. Salah satu variasi bisnis jual-beli yang sedang berkembang saat ini dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap perekonomian nasional adalah bisnis *Multi Level Marketing* atau yang biasa di singkat dengan MLM.

*Multi Level Marketing* Sebagaimana yang di jelaskan dalam keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998 Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan Pasal 1 angka 49 mendefinisikan.

“*Multi Level Marketing* adalah suatu cara atau metode penjualan secara berjenjang kepada konsumen melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh perorangan atau badan usaha yang memperkenalkan barang dan/atau jasa tertentu kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut yang bekerja berdasarkan komisi atau iuran keanggotaan yang wajar”.

---

<sup>3</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 42.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1). Bagaimanakah implementasi perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen dalam sistem *multi level marketing*. (2). Bagaimanakah upaya penyelesaian sengketa perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen dalam sistem *multi level marketing*. (a). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi terhadap perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen dalam sistem *multi level marketing* dan untuk mengetahui maupun memahami penyelesaian sengketa perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen dalam sistem *multi level marketing*. (b). Manfaat dalam penelitian ini antara lain manfaat akademis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan hukum pada umumnya, dan untuk mengetahui secara konkrit sejauh mana perkembangan mengenai perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen dalam sistem *multi level marketing*. Sedangkan manfaat teoritis di harapkan dapat memberikan bahan masukan bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dan langkah-langkah dalam perjanjian pelaku usaha dan konsumen yang berkaitan dengan MLM di Indonesia. Jenis penelitian ini normatif-empiris. Metode pendekatan yang digunakan antara lain, pendekatan konseptual, pendekatan perundang-undangan dan pendekatan sosiologis. Sumber dan jenis data yang digunakan antara lain berupa data lapangan dan peraturan perundang-undangan melalui studi kepustakaan berupa literatur-literatus dan situs internet yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Teknik

pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara dan studi dokumentasi. Serta analisis data kualitatif.

## **II. PEMBAHASAN**

### **A. Bentuk Implementasi Perjanjian Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen Dalam Sistem Multi Level Marketing Pada PT. Melia Sehat Sejahtera**

Hubungan hukum adalah hubungan antara dua subjek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban disatu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain. Hubungan hukum dapat terjadi antara sesama subjek hukum dan antara subjek hukum dengan benda. Hubungan antara sesama subjek hukum dapat terjadi antara orang, dengan badan hukum, dan antara sesama badan hukum.

Dalam bisnis jaringan MLM PT. Melia sehat Sejahtera terdapat hubungan hukum antara para pihak yang melakukan bisnis penjualan berjenjang. Yaitu hubungan hukum antara perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera dan agen pada dasarnya tidak memiliki hubungan langsung (kontraktual), karena agen adalah seorang yang diberi wewenang oleh perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera menjual barang atau jasa untuk dan atas nama pihak prinsipal. Kemudian hubungan hukum antara agen dengan distributor pada dasarnya adalah hubungan hukum kontraktual, agen diartikan sebagai suatu hubungan hukum dimana seseorang mendapatkan kuasa (petunjuk) dari pihak lain (prinsipal) untuk menjual barang atau jasa dalam menjalankan usahanya, sementara distributor tidak bertindak untuk



dan atas nama pihak prinsipal melainkan bertindak untuk dan atas nama sendiri.

PT. Melia Sehat Sejahtera memasarkan dua produk kesehatan dengan sistem pemasaran penjualan berjenjang melalui para anggota/member sebagai distributor resmi. Produk tersebut meliputi propolis dan melia biyang yang lengkap dengan izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Adanya bonus yang dijanjikan untuk para anggota/member sesuai dengan pendapatan omset yang akan diberikan kepada perusahaan dengan ketentuan bonus yang didapat oleh anggota sesuai marketing plan yang ditawarkan yakni bonus retail, bonus sponsor dan bonus perkembangan jaringan dan bulanan yang ditetapkan oleh perusahaan. Dalam hal ini setiap calon anggota terlebih dahulu memahami sistem yang diterapkan, sehingga pada pelaksanaannya calon anggota ahli dalam sistem pemasaran yang ada di tetapkan perusahaan.

Dalam hal ini perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera bertindak sebagai pemberi pekerjaan dan para anggota sebagai penerima pekerjaan. Dimana akan mendapatkan keuntungan/bonus sesuai dengan jumlah omzet yang dicapai sesuai dengan sistem marketing plan yang ditetapkan PT. Melia Sehat Sejahtera.

Hubungan hukum yang terjadi antara Agen dengan member memiliki hubungan hukum kontraktual. Dimana hubungan ini ditandai dengan adanya

surat pernyataan antara agen dengan member, yang berisi kesediaan member untuk menanggung semua resiko ketika member tidak menjalankan isi dari surat pernyataan tersebut.

Apabila terjadi kerusakan produk atau wanprestasi konsumen atau member dapat meminta pertanggung jawaban terhadap para agen dengan cara meminta ganti rugi atau menyelesaikan sengketa diluar pengadilan atau dipengadilan.

1. Bentuk Perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen (Berdasarkan Study Kasus PT. Melia sehat sejahtera)

Berdasarkan sistem kemitraan yang dijalankan oleh Melia Sehat Sejahtera, maka terdapat dua bentuk perjanjian yaitu:

- a. Sebagai konsumen bentuk perjanjian jual beli paket produk yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen adalah perjanjian tertulis. Hal ini disimpulkan dari fakta adanya suatu dokumen yang disebut formulir pendaftaran konsumen atau member yang dibaliknya terdapat klausula perjanjian dengan nama peraturan perusahaan yang berisi dengan ketentuan yang harus dipenuhi oleh para pihak dimana didalamnya dinyatakan bahwa dengan ditandatangani formulir pendaftaran anggota berarti konsumen dinyatakan telah mengerti dan tunduk pada perjanjian tersebut.

- b. Perjanjian kerja sama yang dilakukan dengan konsumen jika akan menjadi mitra PT. Melia Sehat sejahtera adalah perjanjian baku dalam bentuk tertulis.

## 2. Pertanggung Jawaban Hukum

Tanggung jawab merupakan kewajiban menanggung segala sesuatu bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan. Bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa seseorang memikul tanggung jawab hukum, artinya seseorang tersebut bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan dengan peraturan yang berlaku. Pertanggungjawaban dibagi menjadi dua macam, yaitu kesalahan dan resiko.

Di Indonesia hak-hak konsumen diatur didalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Terutama huruf b yang menyatakan.

“Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”

Dan huruf c menyatakan bahwa

“Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa”.

Dengan menggunakan kedua Ayat pada Pasal 4 UUPK ini, maka dapat diketahui bahwa konsumen berhak atas segala janji yang dijanjikan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan barang atau jasa serta berhak

atas segala informasi dengan barang/jasa. Untuk itu dapat dikatakan bahwa pelaku usaha disini lain berkewajiban untuk menepati janji-janji serta memberikan segala informasi terkait barang dan atau jasa. Selain pengaturan hak-hak konsumen, diatur juga mengenai kewajiban dari pelaku usaha pada sebagaimana Pasal 7 UUPK menyatakan bahwa.

“Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan, dimana kewajiban dari pelaku usaha tersebut dapat dilihat juga sebagai hak dari konsumen”.

Perjanjian distribusi adalah perjanjian jual beli barang atau jasa dari produsen ke distributor kemudian dari distributor langsung ke konsumen, distributor disini tidak terikat tanggung jawabnya kepada produsen, karena distributor berdiri sendiri. Hal ini berbeda dengan perjanjian pelaku usaha yang berupa pemberian kuasa dari produsen kepada pelaku usaha untuk memasarkan produknya kepada konsumen, jadi disini pelaku usaha terikat tanggung jawabnya kepada produsen.

### 3. Wanprestasi

Wanprestasi artinya tidak memenuhi kewajiban sebagaimana yang ditetapkan dalam perikatan atau perjanjian. Dalam bisnis *multi level marketing* melia sehat sejahtera adanya antara salah satu pihak pelaku usaha ataupun konsumen tidak memenuhi kewajiban sesuai dengan

perjanjian. Tidak terpenuhinya kewajiban dalam suatu perjanjian, dapat disebabkan dua hal yaitu :

1. Karena kesalahan pelaku usaha (perusahaan, distributor), baik dengan sengaja tidak dipenuhi kewajiban maupun kelalaian.
2. Karena keadaan memaksa, di luar kemampuan konsumen, artinya pelaku usaha tidak bersalah.

Kode etik adalah salah satu kontrak yang mengikat antara perusahaan dengan member yang juga kerap disebut distributor, dalam hal tersebut ada beberapa hal yang diatur mengenai apa yang dilarang dan boleh dilakukan oleh distributor dan kemudian diketahui adanya pelanggaran maka distributor lain akan mengadakan hal yang menyimpang tersebut, seperti kode etik PT. Melia sehat sejahtera, pada Pasal 1, yaitu:

“Setiap distributor berhak mengadakan segala tindakan distributor lain yang menyimpang dari ketentuan yang digariskan oleh perusahaan dengan melampirkan data distributor, uraian singkat yang ditanda tangani oleh pelapor dan identitas diri pelapor bila (dikehendaki dapat dirahasiakan)”

## **B. Penyelesaian Sengketa Perjanjian Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen Dalam Sistem *Multi level Marketing* Pada PT. Melia Sehat Sejahtera.**

Terjadinya sengketa akibat adanya perbedaan pandangan atau pendapat antara para pihak tertentu mengenai hal-hal tertentu. Sengketa akan timbul apabila salah satu pihak merasa dirugikan hak-haknya oleh pihak lain, sedangkan pihak lain tidak merasa demikian. Dalam ruang lingkup perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen.<sup>4</sup> Dalam upaya mewujudkan hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, perlu ditingkatkan suatu penyelenggara perlindungan konsumen, pemerintah perlu menuangkan perlindungan konsumen dalam suatu produk hukum.

Perlindungan konsumen adalah upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Pasal 1 Ayat (1) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.<sup>5</sup>

Kepastian hukum itu meliputi segala upaya memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku usaha sebagai penyedia kebutuhan konsumen. Dalam Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

---

<sup>4</sup> Az. Nasution, *Konsumen Dan Hukum*. Jakarta:Pustaka Sinar Harapan, 1995 hlm. 221

<sup>5</sup> Undang-Undang, *Perlindungan Konsumen*, Nomor 8, Tahun 1999.

Pembentukan undang-undang yang melindungi kepentingan konsumen serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat sangat dibutuhkan walaupun kemampuan hukum sendiri itu terbatas, disamping kemudahan dalam proses penyelesaian perkara sengketa konsumen yang timbul karena kerugian yang bersifat materiil maupun bersifat immaterial sebagai akibat pemakaian, penggunaan dan pemandatan produk oleh masyarakat konsumen.<sup>6</sup>

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 membagi penyelesaian sengketa pelaku usaha dan konsumen menjadi 2 bagian yaitu:

1. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan

Penyelesaian sengketa secara mediasi oleh para pihak sendiri dan penyelesaian sengketa melalui lembaga yang berwenang, yaitu melalui BPSK dengan menggunakan mekanisme melalui konsiliasi, mediasi atau arbitrase. Penyelesaian sengketa konsumen proses melalui litigasi. Pasal 45 Ayat (1) UUPK menyatakan setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga BPSK atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Wijaya dan ahmad yani, *hukum tentang perlindungan konsumen*, perbit PT gamedia pustaka utama, jakarta, 2003. hlm 98

<sup>7</sup> Usman, Rachmadi, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, Cetakan Pertama, (Jakarta: Djambatan, 2000). hlm. 224

### III. PENUTUP

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1). Bentuk implementasi perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen dalam sistem multi level marketing yaitu dimulai dari Hubungan hukum dapat terjadi antara sesama subjek hukum dan antara subjek hukum dengan benda. Dalam bisnis jaringan MLM PT. Melia sehat Sejahtera terdapat hubungan hukum antara para pihak yang melakukan bisnis penjualan berjenjang. Yaitu hubungan hukum antara perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera dan agen pada dasarnya tidak memiliki hubungan langsung (kontraktual), karena agen adalah seorang yang diberi wewenang oleh perusahaan PT. Melia Sehat Sejahtera menjual barang atau jasa untuk dan atas nama pihak prinsipal. Kemudian hubungan hukum antara agen dengan distributor pada dasarnya adalah hubungan hukum kontraktual, agen diartikan sebagai suatu hubungan hukum dimana seseorang mendapatkan kuasa (petunjuk) dari pihak lain (prinsipal) untuk menjual barang atau jasa dalam menjalankan usahanya, sementara distributor tidak bertindak untuk dan atas nama pihak prinsipal melainkan bertindak untuk dan atas nama sendiri.

(2). Penyelesaian Sengketa Perjanjian Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen Dalam Sistem *Multi level Marketing*. Terjadinya sengketa akibat adanya perbedaan pandangan atau pendapat antara para pihak tertentu



mengenai hal-hal tertentu. Berikut penyelesaian sengketa konsumen dengan metode mediasi : (a). Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak sendiri dan penyelesaian sengketa melalui lembaga yang berwenang, yaitu melalui BPSK dengan menggunakan mekanisme melalui konsiliasi, mediasi atau arbitrase. Penyelesaian sengketa konsumen proses melalui non litigasi. Pasal 45 Ayat (1) UUPK menyatakan setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga BPSK atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka dapat disarankan Aparatur penegak hukum perlu mengikuti perkembangan hukum, baik berkenaan dengan regulasi ataupun yang berkenaan dengan perkembangan kejahatan bisnis yang tersamarkan. Disamping itu dalam lingkup substansi hukum, regulasi melalui perundang-undangan yang membatasi praktik bisnis MLM yang menyimpang belum cukup memadai, dan diperlukan implementasi lebih serius dan profesional, selain itu dalam lingkup budaya hukum aparaturnegak hukum harus bekerja sama secara totalitas dan Pemerintah perlu menegaskan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengenai tanggung jawab pelaku usaha dengan jenis usaha seperti MLM..

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Az. Nasution, *Konsumen Dan Hukum*, Jakarta, PT Pustaka Sinar Harapan.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.

Irawan Soerodjo, 2016, *Hukum Perjanjian Dan Pertahanan*, Yogyakarta, Laksbang Pressindo.

Kusuma Atmadja Mochtar, *Fungsi Hukum Dalam Pembangunan*, Bina Cipta.

Usman, Rachmadi, 2000, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, Jakarta Djambatan

Wijaya dan ahmad yani, 2003, *hukum tentang perlindungan konsumen*, PT gramedia pustaka utama, jakarta.

### Jurnal

Desi Ary Setiawati, Dahlan, Nur Rasyid, *Perlindungan Bagi Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*, *Jurnal Fakultas Hukum Syiah Kuala*, Vol 1 No 3, Desember 201.

### Perundang-Undangan

Undang-Undang, *Perlindungan Konsumen*, Nomor 8, Tahun 1999.

Undang-Undang, *Tentang Arbitrase Dan Alternatif*, No 30 Tahun, 1999