

RINGKASAN

**SAID FATURRAHMAN
190510167**

**ANALISIS YURIDIS MENGENAI
PERJANJIAN JUAL BELI YANG
DIBUAT MELALUI MEDIA
ELEKTRONIK
(Dr. Marlia Sastro, S.H., M.Hum dan
Muhibuddin, S.H., M. Hum)**

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi telah menyebabkan dunia menjadi bebas dan menyebabkan terjadinya berbagai dinamika sosial sehingga kehidupan yang dijalani oleh manusia terasa semakin mudah. Hal yang saat ini sangat berkembang pesat adalah terjadinya jalinan transaksi serta perjanjian jual beli yang tidak memerlukan tatap muka secara langsung. Menurut Pasal 1457 KUHPerdara, perjanjian jual-beli yaitu kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang objek atau barang yang diperjanjikan dengan membayar sejumlah uang kepada penjual sebagai hak yang harus diberikan. Menurut Pasal 1313 KUHPerdara, perjanjian jual-beli adalah persetujuan antara seorang dengan orang lain yang saling mengikatkan diri. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kekuatan hukum perjanjian jual beli dalam transaksi *e-commerce* menurut perpektif hukum perdata.

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menggunakan pendekatan normatif. Penelitian ini bersifat deskriptif yakni memberikan gambaran secara rinci dan jelas tentang masalah yang diteliti. Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum tersier. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka (*library research*). Studi pustaka dilakukan guna mengklarifikasikan permasalahan yang sedang dikaji, yaitu dengan mencari dan menganalisis peraturan perundang-undangan serta sumber bacaan seperti buku-buku yang berkaitan dengan jual beli secara elektronik, doktrin, surat kabar, artikel, kamus hukum, dan juga berita yang diperoleh dari internet.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa Perjanjian jual beli yang dibuat melalui media elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian jual beli yang dibuat secara langsung. Akibat hukum perjanjian jual beli dalam transaksi *e-commerce* yang dibuat melalui media elektronik yaitu melibatkan hak, kewajiban, serta tanggung jawab para pihak yang terlibat, baik sebagai penjual maupun pembeli.

Diharapkan pemerintah untuk dapat meningkatkan kekuatan hukum perjanjian jual beli elektronik, perlu dilakukan analisis lebih lanjut mengenai syarat sahnya perjanjian jual beli elektronik dan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UU ITE dan KUHPerdara.

Kata Kunci : *Perjanjian, Jual Beli, dan Elektronik*

SUMMARY

SAID FATURRAHMAN
190510167

***JURIDICAL ANALYSIS OF SALE
AND PURCHASE AGREEMENTS
MADE THROUGH ELECTRONIC
MEDIA***
**(Dr. Marlia Sastro, S.H., M.Hum dan
Muhibuddin, S.H., M. Hum)**

The development of information technology in the globalization era has made the world more open, leading to various social dynamics and making life easier for people. One rapidly growing aspect is the emergence of transactions and sales agreements that do not require face-to-face interaction. According to Article 1457 of the Indonesian Civil Code, a sale and purchase agreement is an agreement between the seller and the buyer concerning the agreed-upon object or goods, with payment of a sum of money to the seller as a right to be given. According to Article 1313 of the Indonesian Civil Code, a sale and purchase agreement is an agreement between one person and another who mutually bind themselves.

The aim of this research is to determine the legal strength of sales agreements in e-commerce transactions from a civil law perspective. The research method used in this study is quantitative, using a normative approach. This research is descriptive, providing a detailed and clear picture of the issue being investigated. The legal sources used in this study are divided into three categories: primary legal sources, secondary legal sources, and tertiary legal sources. This research uses the library research technique to collect data. Library research is conducted to clarify the issues being studied by searching for and analyzing laws and regulations as well as reading sources such as books related to electronic sales, doctrines, newspapers, articles, law dictionaries, and news obtained from the internet.

Based on the discussion outlined above, it can be concluded that a sale and purchase agreement made through electronic media holds the same legal force as a sale and purchase agreement made in person. The legal consequences of the sale and purchase agreement in e-commerce transactions conducted through electronic media involve the rights, obligations, and responsibilities of the parties involved, both as sellers and buyers.

To strengthen the legal force of electronic sales agreements, further analysis is needed regarding the validity requirements of electronic sales agreements and the provisions stipulated in the Information and Electronic Transactions Act (ITE Law) and the Indonesian Civil Code

.Keywords : Agreement, Sale and Purchase, and Electronic