

SKRIPSI

**TANGGUNG JAWAB PIHAK PENJUAL MOBIL BEKAS DALAM
TRANSAKSI SESUDAH JUAL BELI TERJADI YANG TIDAK SESUAI
DENGAN IKLAN *MARKETPLACE* OLX MENURUT UNDANG-UNDANG
NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**



OLEH

NADIA SABRINA

502021175

**Skripsi ini Disusun Untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum**

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

TAHUN 2025

**TANGGUNG JAWAB PIHAK PENJUAL MOBIL BEKAS DALAM
TRANSAKSI SESUDAH JUAL BELI TERJADI YANG TIDAK SESUAI
DENGAN IKLAN MARKETPLACE OLX MENURUT UNDANG-UNDANG
NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program
Strata-1 pada Jurusan/Program Studi Hukum
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang

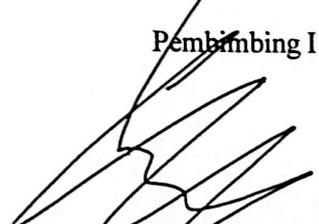
Oleh:

NADIA SABRINA

502021175

Disetujui untuk diajukan dalam Sidang Skripsi

Pembimbing I


Dr. Arief Wisnu Wardhana, S.H., M.H
NBM/NIDN: 19600523/1987031002

Pembimbing II


Helmi Ibrahim, S.H., M.Hum
NBM/NIDN: 858993/223016001

Mengetahui,

Wakil Dekan I Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Palembang



Yudistira Rusyidi, S.H., M.Hum
NBM/NIDN: 1100662/0209066801

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS HUKUM

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : TANGGUNG JAWAB PIHAK PENJUAL MOBIL
BEKAS DALAM TRANSAKSI SESUDAH JUAL BELI
TERJADI YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN
MARKETPLACE OLX MENURUT UNDANG-UNDANG
NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**



NAMA : NADIA SABRINA
NIM : 502021175
PROGRAM STUDI : ILMU HUKUM
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA

Pembimbing,

1. Dr. Arief Wisnu Wardhana, S.H., M.H ()

2. Helmi Ibrahim, SH., M.Hum ()

Palembang, 15 April 2025

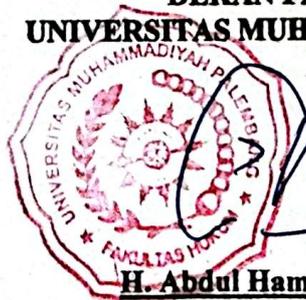
PERSETUJUAN OLEH TIM PENGUJI:

Ketua : Dr. Arief Wisnu Wardhana, S.H., M.H ()

Anggota : 1. Dr. H. Erli Selia, S.H., M.H

2. Dr. Angga Saputra, S.H., M.H

**DISAHKAN OLEH
DEKAN FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



H. Abdul Hamid Usman, S.H., M.Hum ()

NBM/NIDN: 725300/0210116301

PENDAFTARAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah
Palembang Strata I

Nama : NADIA SABRINA

NIM : 502021175

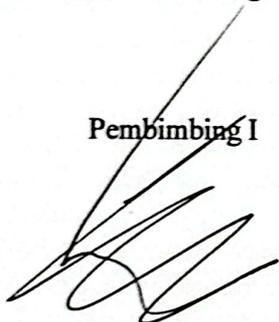
Prodi : Hukum Program Sarjana

Judul : Tanggung Jawab Pihak Penjual Mobil Bekas Dalam
Transaksi Sesudah Jual Beli Terjadi Yang Tidak Sesuai
Dengan Iklan MarketPlace OLX Menurut Undang-Undang No.
8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dengan diterimanya skripsi ini, sesudah lulus dan Ujian Komprehensif, dan
Penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM

Pembimbing I



Dr. Arief Wisnu Wardhana, S.H.,MH
NBM/NIDN: 19600523/1987031002

Pembimbing II



Helmi Ibyahim, S.H., M.Hum
NBM/NIDN: 858993/223016001

Mengetahui,

Wakil Dekan I Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Palembang



Yudistira Rusvidi, SH.,M.Hum
NBM/NIDN: 1100662/0209066801

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NADIA SABRINA
NIM : 502021175
Email : nadiasbrmn@gmail.com
Fakultas : HUKUM
Program Studi : HUKUM-PROGRAM SARJANA
Judul Skripsi : Tanggung Jawab Pihak Penjual Mobil Bekas Dalam Transaksi Sesudah Jual Beli Terjadi Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan *Marketplace* Olx Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di institusi Pendidikan lainnya;
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian;
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing; dan
4. Dalam karya saya ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lainnya yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, 15 April 2025



NADIA SABRINA

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

مَنْ لَمْ يَشْكُرِ الْقَلِيلَ لَمْ يَشْكُرِ الْكَثِيرَ

"Barang siapa yang tidak mensyukuri yang sedikit, maka ia tidak akan mampu mensyukuri sesuatu yang banyak" (HR. Ahmad)

Kupersembahkan Skripsi Ini:

- ❖ *Teruntuk Ayahanda dan Almh.
Ibunda tercinta*
- ❖ *Untuk keluargaku tercinta*
- ❖ *Untuk Sahabat dan teman-teman
seperjuangan*
- ❖ *Untuk Almamaterku*

BIODATA MAHASISWA

Data Pribadi

Nama : Nadia Sabrina
NIM : 502021175
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 21 Mei 2003
Status : Belum Kawin
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Seruni Ir. Kebon Raya Komp. Bank Sumsel
Blok B 2 RT. 03 RW. 01
No. Telp : 083181428284
Email : nadiasbrnn@gmail.com
No. HP : 083181428284
Nama Ayah : M. Iwan Abas
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Alamat : Jl. Seruni Ir. Kebon Raya Komp. Bank Sumsel
Blok B 2 RT. 03 RW. 01
NO. HP : 082131277350
Nama Ibu : Ratna Dewi
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Seruni Ir. Kebon Raya Komp. Bank Sumsel
Blok B 2 RT. 03 RW. 01
NO. HP :-



Riwayat Pendidikan

TK : TK Ananda Palembang
SD : SD Negeri 06 Palembang
SMP : SMP Negeri 18 Palembang
SMA : SMA Negeri 10 Palembang

Mulai mengikuti perkuliahan Program Strata-1 pada Jurusan/Program Studi Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang bulan Juli Tahun 2021.

ABSTRAK

TANGGUNG JAWAB PIHAK PENJUAL MOBIL BEKAS DALAM TRANSAKSI SESUDAH JUAL BELI TERJADI YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN *MARKETPLACE* OLX MENURUT UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

NADIA SABRINA

Keberadaan mobil sebagai produk dari industri otomotif sangat relevan dan penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Banyak orang membeli mobil bekas karena lebih murah dibandingkan mobil baru. Dalam transaksi jual beli mobil bekas melalui *platform* seperti olx memudahkan masyarakat dengan memberikan kemudahan akses, kecepatan, transparansi informasi, serta efisiensi biaya dan waktu. Namun hal ini juga membawa permasalahan hukum, terutama terkait perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli mobil bekas melalui *marketplace* seperti olx yang tidak sesuai dengan iklan yang dilakukan oleh pihak penjual. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana tanggung jawab pihak penjual mobil bekas terhadap ketidaksesuaian barang dalam iklan *marketplace* olx? (2) Bagaimana perlindungan konsumen dalam kasus ketidaksesuaian produk mobil bekas dalam iklan *marketplace* olx Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen? Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, sedangkan pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pihak penjual di *platform* olx memiliki tanggung jawab besar dalam transaksi jual beli mobil bekas. Beberapa temuan penting terkait dengan tanggung jawab penjual, hak-hak konsumen, serta mekanisme perlindungan yang dapat diakses oleh konsumen jika terjadi ketidaksesuaian antara iklan dan kondisi mobil yang sebenarnya. Untuk memberikan informasi yang benar dan sesuai dengan kondisi kendaraan yang dijual. Jika terjadi ketidaksesuaian antara iklan dan kondisi mobil, konsumen berhak mendapatkan perlindungan berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tentang Perlindungan Konsumen. Penjual dapat diminta untuk bertanggung jawab atas kerugian yang timbul, baik dalam bentuk pengembalian dana, ganti rugi, perbaikan, atau kompensasi lainnya.

Kata Kunci: Tanggung Jawab, Jual Beli, Mobil Bekas, Iklan, Perlindungan
Konsumen

ABSTRACT

RESPONSIBILITY OF THE USED CAR SELLER IN THE TRANSACTION AFTER THE SALE AND PURCHASE OCCURS THAT IS NOT IN ACCORDANCE WITH THE OLX MARKETPLACE ADVERTISEMENT ACCORDING TO LAW NO. 8 OF 1999 CONCERNING CONSUMER PROTECTION. 8 YEAR 1999 ON CONSUMER PROTECTION

NADIA SABRINA

The existence of cars as a product of the automotive industry is very relevant and important in people's daily lives. Many people buy used cars because they are cheaper than new cars. In the transaction of buying and selling used cars through platforms such as olx, it makes it easier for the public by providing easy access, speed, transparency of information, and cost and time efficiency. However, this also brings legal problems, especially related to consumer protection in used car buying and selling transactions through marketplaces such as olx that are not in accordance with the advertisements made by the seller. The problems studied in this research are: (1) How is the responsibility of the used car seller for the unsuitability of goods in the olx marketplace advertisement? (2) How is consumer protection in cases of unsuitability of used car products in olx marketplace advertisements according to Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection? The research method used in this research is a quantitative method, while the approach used is normative juridical with a statutory approach. The results of this study indicate that sellers on the olx platform have a big responsibility in buying and selling used cars. Some important findings are related to seller responsibilities, consumer rights, and protection mechanisms that can be accessed by consumers in the event of a mismatch between the advertisement and the actual condition of the car. to provide correct information and in accordance with the condition of the vehicle being sold. In the event of a mismatch between the advertisement and the condition of the car, consumers are entitled to protection under Law No. 8 on Consumer Protection. The seller may be held liable for losses incurred, either in the form of a refund, indemnity, repair, or other compensation.

Keywords: *Responsibility, Sale and Purchase, Used Car, Advertisement, Consumer Protection*

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr.wb

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang tak terhingga. Serta salawat dan salam kita sampaikan kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kearah kebenaran. Berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“TANGGUNG JAWAB PIHAK PENJUAL MOBIL BEKAS DALAM TRANSAKSI SESUDAH JUAL BELI TERJADI YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN MARKETPLACE OLX MENURUT UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

Penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik pada tahap persiapan, penyusunan sangatlah sulit hingga dapat menyelesaikan Skripsi ini. Untuk itulah, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang;
2. Bapak H. Abdul Hamid Usman, SH., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang;
3. Bapak Yudistira Rusydi, SH., M.Hum selaku Wakil Dekan I dan Ibu Dr. Khalisah Hayatuddin, SH., M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang;
4. Bapak Dr. Helwan Kasra, SH., M.Hum selaku Ketua Program Studi dan Ibu Dea Justicia Ardha, S.H., M.H sebagai Sekretaris Prodi pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang;
5. Bapak Dr. Arief Wisnu Wardhana, S.H.,M.H selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Helmi Ibrahim, S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing II yang telah

banyak memberikan petunjuk dan arahan dalam proses penulisan dan penyusunan Skripsi ini;

6. Ibu Sarah S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing Akademik pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang;
7. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang;
8. Ayahanda tercinta, Bapak M.Iwan Abas. Terimakasih atas doa, dukungan, kasih sayang, dan kepercayaan tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga saat ini;
9. Ibunda tersayang, Almh. Ratna Dewi yang sudah bahagia disurga, Terima kasih telah menjadi ibu yang sangat luar biasa disisa umur terakhirnya, terima kasih untuk semua kasih sayang, cinta, pengorbanan, perjuangan dan pelajaran hidup bagi saya;
10. Seluruh keluargaku tercinta yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terlaksanakan dengan baik;
11. Teman-teman seperjuangan Fakultas Hukum yang telah memberikan semangat, hiburan, dan motivasi kepada penulis;

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya, akhirnya segala kritik dan saran penulis terima guna perbaikan dimasa-masa mendatang.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Palembang, 15 April 2025

Penulis,



NADIA SABRINA

NIM. 502021175

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
BIODATA PENULIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Ruang Lingkup.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Konseptual.....	9
F. <i>Review</i> Studi Terdahulu Yang Relevan.....	12
G. Metode Penelitian.....	13
H. Sistematika Penulisan.....	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tanggung Jawab.....	16
B. Pihak Penjual.....	21
C. Mobil Bekas.....	25
D. Transaksi.....	25
E. Jual Beli.....	27
F. Iklan.....	30
G. <i>MARKETPLACE</i>	33
H. OLX.....	34
I. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	35

BAB III PEMBAHASAN

A. Tanggung Jawab Pihak Penjual Mobil Bekas Terhadap Ketidak Sesuaian Barang Dalam Iklan <i>Marketplace</i> OLX.....	40
A. Perlindungan Konsumen Dalam Menangani Kasus Ketidak Sesuaian Produk Bekas Dalam Iklan <i>Marketplace</i> OLX Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999.....	47

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	12
-------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pada produksi barang atau jasa di Indonesia, dalam era digital yang sekarang semakin berkembang pesat. Salah satu sektor yang merasakan dampak besar dari revolusi ini adalah industri otomotif. Masyarakat pasti membutuhkan alat transportasi yang terpenting di antaranya, salah satunya adalah kendaraan mobil.

Berbagai aspek kehidupan manusia mengalami perkembangan yang signifikan. Contoh perkembangan diwujudkan dengan semakin meningkatnya kebutuhan hidup di bidang teknologi, termasuk industri otomotif yang kini semakin dianggap sebagai kebutuhan primer dibandingkan kebutuhan sekunder.¹

Banyak orang memilih mobil bekas sebagai solusi ekonomis untuk memiliki kendaraan pribadi. Berdasarkan hal tersebut, banyak masyarakat yang menjajaki peluang bisnis jual beli mobil bekas karena tingginya permintaan mobil bekas. Hal ini juga karena harga mobil bekas relatif murah dibandingkan mobil baru.²

¹ I Gede Candra Kusuma and Dewa Ayu Dian Sawitri, "Informasi Atau Data Spesifikasi Kendaraan," *Jurnal Kertha Negara* 11, no. 8 (2023): hal 882–900.

² Rusniati and Warmiyana Zairi Absi, *Jurnal Hukum Tri Pantang*, "Tanggung Jawab Penjual Pada Cacat Tersembunyi Dalam Perjanjian Jual Beli Mobil Bekas" 6 (2020), <https://doi.org/https://doi.org/10.51517/jhtp.v6i2.265>.

Dalam transaksi perdagangan konsumen mutlak untuk diberi sebagai perlindungan. Perlindungan hukum penting bagi konsumen karena lemahnya daya tawar mereka. Untuk melindungi konsumen secara hukum, kita harus berpihak pada pihak yang lebih lemah (konsumen) dalam negosiasi.³

Di Indonesia sendiri, pengaturan atau hukum yang berfungsi sebagai perlindungan konsumen menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pedagang membutuhkan dukungan konsumen sebagai bagian penting dalam kelangsungan bisnis. Tanpa konsumen, bisnis tidak bisa berjalan lancar.

Tanggung jawab sosial berfokus secara khusus pada pemenuhan hak dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan baik oleh produsen maupun konsumen, serta masyarakat luas secara keseluruhan. Hak bagi konsumen merupakan kewajiban bagi produsen, dan kewajiban bagi konsumen merupakan hak bagi produsen, begitu pula sebaliknya.⁴

Mengingat semakin pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, perlindungan konsumen dinilai semakin penting baik secara material maupun formal. Ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi pendorong produktivitas dan

³ Serlika Aprita. and Lilies Anisah, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Mitra Wacana Abadi), 2021, hal 64.

⁴ Marcelo Leonardo Tuela, "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Diperdagangkan," *Lex Privatum* 2, no. 3 (2014): 56–70.

efisiensi bagi produsen barang dan jasa yang dihasilkannya untuk mencapai tujuan bisnisnya.⁵

Pihak penjual menyadari bahwa mereka harus menghormati hak konsumen dengan menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas. Selain itu, jika produk yang dihasilkan suatu usaha adalah produk terbatas, maka bisa saja pelaku usaha tersebut menyalahgunakan posisinya, dan tentunya hal ini akan berdampak buruk bagi konsumen.⁶

Pengertian konsumen menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) yakni: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Dalam kemajuan teknologi, mobil bekas menjadi pilihan yang lebih menarik bagi banyak pembeli. Meskipun konsumen otomotif tidak selalu memilih untuk membeli kendaraan sesuai keinginan mereka, mereka harus mempertimbangkan beberapa hal. Untuk mengetahui berbagai hal tersebut, diperlukan suatu sistem informasi yang membantu calon pembeli memahami produk yang akan mereka beli.

Periklanan merupakan salah satu kegiatan promosi produsen. Iklan biasanya menyampaikan gambaran sebenarnya tentang kemungkinan penggunaan

⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika), 2021, hal 5.

⁶ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen*, Jakarta, 2011, hal 1.

dan manfaat suatu produk. Pada hakikatnya iklan merupakan sebuah janji untuk mengajak konsumen menggunakan produk yang ditawarkan.⁷

Iklan sangat erat terkait dengan pemasaran produk dan keputusan konsumen. Peran periklanan semakin penting untuk membuat produk kompetitif dipasaran. Iklan yang dibuat oleh perusahaan periklanan diharapkan dapat memuaskan baik pengiklan (produsen, distributor, supplier, dan penjual) maupun konsumen akhir dari barang dan jasa yang diiklankan.

Menurut konsumen iklan sebagai sumber informasi tentang suatu produk berupa barang dan jasa, informasi ini merupakan suatu kebutuhan konsumen sebelum konsumen tersebut menggunakan sumber dananya untuk mengadakan transaksi dengan pelaku usaha. Selain itu informasi ini juga dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen berkaitan dengan produk apakah produk tersebut memang pantas untuk dimiliki konsumen atau tidak, dalam hal ini konsumen memerlukan produk tersebut sehingga dengan informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha melalui iklan menjadikan konsumen tertarik untuk membelinya.

Penjual mobil bekas biasanya memilih untuk menggunakan *marketplace* OLX sebagai platform untuk menjual mobil mereka. Dengan menggunakan platform ini, penjual mobil bekas bisa mendapatkan lebih banyak perhatian dan meningkatkan peluang penjualan.

Pihak penjual sendiri seringkali tidak memberi tahu informasi yang sesuai kepada pembeli mengenai mobil bekas yang disebutkan dalam iklan di

⁷ Ecclisia Sulistyowati and Tri Wisudawati, *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pendekatan Praktis Dan Aplikatif)*, Yogyakarta, Pustaka Baru Press, 2023, hal 134 .

marketplace OLX. Salah satu contoh kasusnya yaitu, penjual mengiklankan mobil bekas dengan ban baru tetapi kenyataannya pembeli telah menemukan bahwa ban mobil itu sudah tidak baru dan bahkan sudah tipis. Akibatnya pembeli mengalami kerugian karena harus mengganti ban yang seharusnya sudah termasuk dalam pembelian.

Pertumbuhan ini, muncul tantangan dalam hal transparansi dan kejujuran dalam transaksi. Masalah sering muncul ketika mobil yang dijual tidak sesuai dengan yang diiklankan, yang dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen diperlukan berdasarkan tujuan mendasar dari hukum yaitu melindungi masyarakat dari tindakan yang melanggar peraturan. Asas perlindungan hukum selaras dengan tujuan umum hukum. Adanya perlindungan hukum sangat penting untuk menjamin hubungan baik antara pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ekonomi.⁸

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab apabila hak-hak konsumen dilanggar dan sejauh mana pihak-pihak yang terlibat dapat dimintai pertanggungjawaban.⁹

Tanggung jawab dalam hukum merujuk pada kewajiban seseorang untuk bertanggung jawab atas tindakan atau kelalaian yang dapat merugikan orang lain.

⁸ Erwin Wahyu Saputra and Diana Tantri Cahyaningsih, "Analisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pembelian Mobil Toyota Avanza Generasi Ketiga Akibat Adanya Cacat Produksi," *Amandemen: Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik Dan Hukum Indonesia* 1, no. 2 (2024): 139–46, <https://doi.org/10.62383/amandemen.v1i2.147>.

⁹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Grasindo), 2000, hal 59.

Dengan demikian, ketentuan ini tidak dimaksudkan supaya persoalan diselesaikan melalui pengadilan, tetapi merupakan kewajiban mutlak bagi produsen untuk memberi penggantian kepada konsumen.

Tanggung jawab pihak penjual dalam transaksi jual beli mobil bekas sangat luas dan mencakup berbagai aspek, mulai dari transparansi informasi hingga pelayanan purna jual. Dengan memenuhi tanggung jawab ini, pihak penjual hanya melindungi hak konsumen, tetapi juga membangun reputasi yang baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Hubungan antara para pihak (orang dengan orang) secara hukum termasuk dalam perikatan yang diatur di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerduta) pada Buku III, perikatan melahirkan tanggung jawab hukum dari kedua belah pihak. Dalam kajian hukum perlindungan konsumen antara konsumen dengan pelaku usaha akan terjadi hubungan yaitu perikatan. Jadi pelaku usaha dengan konsumen adalah subjek hukum utama pada kegiatan ekonomi berupa transaksi konsumsi barang atau jasa.

Hubungan antara pihak penjual dengan konsumen merupakan hubungan yang saling ketergantungan, berjalan secara berkelanjutan sehingga iktikad baik pelaku usaha dan konsumen sangat diperlukan untuk menghindari kerugian yang mungkin terjadi kepada kedua belah pihak ini.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dibentuk sebagai payung hukum bagi konsumen dan pelaku usaha yang tujuannya memberikan

perlindungan kepada konsumen dan mengatur perbuatan pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Karena walau bagaimanapun konsumen dengan pelaku usaha saling membutuhkan sehingga akan lebih baik jika hubungan kedua belah pihak ini adalah hubungan yang saling menguntungkan, konsumen tidak dirugikan dan keperluannya terpenuhi, sedangkan pelaku usaha mendapat keuntungan dan bisnisnya dapat berjalan secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti permasalahan tersebut yang berjudul Tanggung Jawab Pihak Penjual Mobil Bekas Dalam Transaksi Sesudah Jual Beli Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan *Marketplace* OLX Menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas di dalam skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Tanggung Jawab Pihak Penjual Mobil Bekas Terhadap Ketidak Sesuaian Barang Dalam Iklan *Marketplace* OLX?
2. Bagaimanakah Perlindungan Konsumen Kasus Ketidak Sesuaian Produk Mobil Bekas Dalam Iklan *Marketplace* OLX Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999?

C. Ruang Lingkup

Penelitian ini dilakukan mengenai bentuk tanggung jawab pihak penjual mobil bekas dalam transaksi jual beli yang tidak sesuai dengan iklan menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Ruang lingkup ini hanya berpusat kepada pertanggung jawaban pihak penjual mobil bekas dalam transaksi jual beli yang tidak sesuai dengan iklan *marketplace* OLX dan upaya penyelesaian berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang dan perumusan masalah di atas maka dapat dikemukakan tujuan dari penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggung jawab pihak penjual mobil bekas yang tidak sesuai dengan kondisi yang dijual di dalam iklan *marketplace* OLX.
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan konsumen dalam menangani ketidak sesuaian produk mobil bekas dalam iklan *marketplace* OLX menurut UU Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999.

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan kegunaan secara teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan kontribusi terhadap pembelian mobil bekas, dengan informasi yang tidak akurat dalam iklan.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap penjual yang transparan dan jujur, sehingga mereka merasa lebih aman saat melakukan pembelian.

E. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan kerangka yang menghubungkan atau menggambarkan konsep khusus yang merupakan kumpulan dari arti yang berkaitan dengan istilah yang akan dipergunakan. Oleh karena itu, berikut ini akan dipaparkan secara rinci mengenai makna dari pengertian yang berhubungan dengan judul dalam penelitian ini:

1. Tanggung Jawab

Tanggung jawab dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (KBBI), berarti keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau ada sesuatu hal, boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan dan sebagainya). Dalam sistem hukum, tanggung jawab hukum diartikan sebagai kewajiban untuk melakukan sesuatu atau berperilaku tertentu tanpa menyimpang dari aturan yang ada.

2. Pihak Penjual

Pihak penjual adalah individu, perusahaan, atau organisasi yang menawarkan barang atau jasa kepada pembeli dalam suatu transaksi. Penjual memiliki kewajiban untuk memenuhi hak dan kewajiban yang

tercantum dalam perjanjian jual beli atau kontrak yang telah disepakati antara kedua belah pihak. Peran pihak penjual sangat penting bagi pembisnis karena mereka adalah penyedia yang memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar.

3. Transaksi

Transaksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah persetujuan jual-beli dalam perdagangan antara dua pihak.¹⁰ Transaksi dalam hukum merujuk pada perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu atau lebih pihak yang menghasilkan akibat hukum tertentu. Transaksi ini dapat berupa kontrak, perjanjian, atau tindakan hukum lainnya yang diatur oleh ketentuan hukum.

4. Jual Beli

Menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), jual beli adalah suatu perjanjian atau persetujuan atau kontrak di mana satu pihak mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lainnya yang mengikatkan dirinya untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Jual beli ialah Pertukaran barang secara timbal balik atau pengalihan harta benda pengganti yang dapat diterima (dalam bentuk alat tukar yang sah).¹¹

¹⁰ <https://id.wiktionary.org/wiki/transaksi>. Diakses pada 10 Oktober 2024, Pukul 15.00.

¹¹ Gemala Dewi, 2005, *Hukum Perikatan Islam DiIndonesia* (Jakarta: Kencana), hal 101.

5. Iklan

Iklan merupakan informasi yang dimaksudkan untuk membangkitkan dan membujuk minat pemirsa terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Periklanan juga dapat dipahami sebagai promosi publik atas suatu barang atau jasa.¹²

Iklan berfungsi untuk mengenalkan suatu produk kepada para masyarakat, iklan juga digunakan sebagai strategi pemasaran yang bertujuan untuk memberitahukan dan mengenalkan suatu produk kepada masyarakat. Pelaku usaha akan melakukan strategi pemasaran salah satunya dengan cara menggunakan jasa iklan. Dalam konteks hukum, iklan merujuk pada penyampaian informasi mengenai produk, jasa, atau layanan yang dilakukan oleh individu atau perusahaan.

6. Marketplace

Marketplace adalah *platform* atau tempat di mana pembeli dan penjual dapat bertemu untuk melakukan transaksi. *Platform* ini menawarkan kemudahan dalam membandingkan produk dan harga, serta kenyamanan dalam berbelanja tanpa batasan waktu dan tempat.

7. OLX

OLX adalah *platform marketplace* yang memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual berbagai barang dan layanan secara online.

¹² <https://www.ruangguru.com/blog/pengertian-teks-iklan-dan-contohnya>. Diakses pada 10 Oktober 2024, Pukul 15.30.

Didirikan pada tahun 2006, OLX telah menjadi salah satu situs iklan baris terbesar di banyak negara, termasuk Indonesia.

F. Review Studi Terdahulu yang Relevan

Penulis menemukan bahwa ada banyak penelitian yang berkaitan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Meskipun topik penelitian serupa, penelitian ini tetap berbeda dari studi sebelumnya. Berikut adalah ringkasan penelitian terdahulu yang relevan yang berkaitan dengan topik ini:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Isna Nurrosyidah dan HR Adianto Mardijono (Jurnal 2024)	Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Jual Beli Mobil Bekas Terkait Keamanan Mobil Yang Tidak Sesuai Standart Karena Tidak Melakukan Uji Emisi	Penelitian isna dan adianto dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu sama terfokus pada tanggung jawab pihak penjual/pelaku usaha	Penelitian ini membahas mengenai mobil bekas yang belum melakukan uji emisi sebelum diperjual belikan	Pelaku usaha yang lalai dalam melakukan uji emisi pada mobil bekas yang dijualnya harus melakukan kewajiban sebagai pelaku usaha dan memberikan hak konsumen yaitu pada ganti rugi
2.	Ayub A.Utomo (Jurnal 2019)	Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Produk Cacat Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	Penelitian Ayub dengan penelitian yang akan di teliti oleh peneliti menjelaskan tentang bentuk tanggung jawab pelaku usaha	Peneliti ini membahas mengenai penggunaan produk cacat yang dibeli oleh konsumen	Tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan akibat mengonsumsi produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. baik berupa pengembalian uang/ganti rugi

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum diluar Undang-undang, yang terdiri seperti buku-buku, jurnal, laman atau website, yang relevan dengan objek penelitian.
- c. Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap sumber hukum primer dan sekunder.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dititik beratkan pada penelitian kepustakaan (library research) dan studi kepustakaan yang diperoleh melalui bahan-bahan tertulis seperti buku-buku,

peraturan perundang-undangan, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data yang dihasilkan (bahan hukum) terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data. Artinya, mengolah data sedemikian rupa sehingga data dan bahan hukum diproses secara konsisten dan sistematis untuk memudahkan penyelidikan peneliti. Data yang dikumpulkan melalui kegiatan pengumpulan data tidak berhubungan dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, setelah pengumpulan data, peneliti melakukan pengolahan data.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan ini terdiri dari empat bab, yang masing-masing dibagi dalam beberapa sub bagian antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka konseptual, review studi terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai tentang Tanggung Jawab, Pihak Penjual, Hak dan Kewajiban Pihak Penjual dan Konsumen, dan Perlindungan Konsumen.

BAB III PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai Tanggung Jawab Pihak Penjual Mobil Bekas Dalam Transaksi Jual Beli Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen.

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Abdul Halim Barkatullah. *Hak Hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media, 2010.
- Aditya, Citra. *Perihal Kaedah Hukum*. Bandung: Purbacaraka, 2010.
- Adrian Sutedi. *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Ahmadi, Mini, and Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Alam S. *Ekonomi Makro*. Jakarta: Agro Media, 2016.
- Alo Liliweri. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya, 2014.
- Aprita., Serlika, and Lilies Anisah. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2021.
- Aulia Muthiah. *Hukum Perlindungan Konsumen (Dimensi Hukum Positif San Ekonomi Syariah)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023.
- Az. Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)*. Jakarta: Diadit Media, 2011.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2021.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Ecclisia Sulistyowati, and Tri Wisudawati. *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pendekatan Praktis Dan Aplikatif)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023.
- Gemala Dewi. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Miru, Ahmadi. *Indonesia, Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen Di*. Jakarta, 2011.
- Miru, Ahmadi dan, and Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grafindo Persada, 2015.
- Peter Mahmud Marzuki. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Prenada Media Grup,

2012.

Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian Jilid II*. Jakarta: Erlangga, 2012.

Puwardi, Ari. *Perlindungan Hukum Konsumen Dari Sudut Periklanan*. Fakultas Hukum Universitas Trisakti. Jakarta: Majalah Hukum Trisakti, 2018.

Ridwan Khairandy. *Itikad Baik Dalam Kebebasan Berkontrak*. Jakarta: Pasca Sarjana UI, 2004.

Satjipto Rahardjo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.

Sofyan Assauri. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, Dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.

Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.

Wirdjono Prodjodikoro. *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*. Bandung: Sumur, 2015.

Yanuardin. *Sistem Transaksi Dan Keuangan Islam*. Edited by Andri Nurwandri. Bandung: Widina Media Utama, 2024.

B. UNDANG UNDANG

Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

C. JURNAL

Ariawan, Gede Adhitya, and Ni Made Ari Yuliantini Griadhi. "Tanggung Gugat Product Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia." *Kertha Semaya* 01, no. 06 (2013).

Aruan, Jonathan Elkana Soritua. "Perlindungan Data Pribadi Ditinjau Dari Teori Perlindungan Hukum Dan Teori Perlindungan Hak Atas Privasi." *Jurnal Globalisasi Hukum* 1, no. 1 (2024): 1–22. <https://doi.org/10.25105/jgh.v1i1.19499>.

Bahreysi, Budi. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online." *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (2018): 131–42. <https://doi.org/10.30596/dll.v3i2.3157>.

- Erwin Wahyu Saputra, and Diana Tantri Cahyaningsih. "Analisis Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pembelian Mobil Toyota Avanza Generasi Ketiga Akibat Adanya Cacat Produksi." *Amandemen: Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik Dan Hukum Indonesia* 1, no. 2 (2024): 139–46. <https://doi.org/10.62383/amandemen.v1i2.147>.
- Felly Yanti Sheilli Lumempouw. "Kedudukan Hukum Pihak Pembeli Terhadap Pihak Penjual yang Melakukan Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian Jual Beli Tanah Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Lex Crimen* VI No. 4, no. 42301–8569 (2017).
- Jabat, Dameria Esterlina Br, Lennaria L. Tarigan, Megaria Purba, and Mardaus Purba. "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace." *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi* 2, no. 2 (2022): 16–21.
- Johanis F. Mondoringin. "Tinjauan Hukum Tentang Hak Dan Kewajiban Penjual Dan Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Menurut KUH-Perdata." *Lex Privatum* XII, no. Vol. 12 No. 3 (2023): *Lex Privatum* (2023): 1–2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/52460>.
- Kemalasari, Luh Putu Dian, and I Ketut Artadi. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pengiklan Jika Terjadi Kerugian Yang Dialami Oleh Konsumen," 2016, 1–5.
- Kusuma, I Gede Candra, and Dewa Ayu Dian Sawitri. "Informasi Atau Data Spesifikasi Kendaraan." *Kertha Negara* 11, no. 8 (2023).
- Lawra Rifqi Devi, Mulyeni Yulfa, and Yulfa Mulyeni. "Prespektif Hukum Perdata Dan Ekonomi Syariah." *Riset Dan Pengetahuan Inovasi* 1, no. 8 (2022): 544.
- Magdalena Peggy Pantouw. "Peran Dan Fungsi Lembaga Pengawasan Dalam Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Lex Crimen* 5 (2016): 2.
- Rusniati, and Warmiyana Zairi Absi. *Jurnal Hukum Tri Pantang*. "Tanggung Jawab Penjual Pada Cacat Tersembunyi Dalam Perjanjian Jual Beli Mobil Bekas" 6 (2020). <https://doi.org/https://doi.org/10.51517/jhttp.v6i2.265>.
- Tuela, Marcelo Leonardo. "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Diperdagangkan." *Lex Privatum* 2, no. 3 (2014).
- Tuteko, HJB. "Kewajiban." *E-Journal.Uajy*, 2018, 17–40. <http://e-journal.uajy.ac.id/15022/3/MIH019852.pdf>.

D. WEBSITE

- "Iklan: Pengertian, Struktur, Ciri, Jenis & Contohnya | Bahasa Indonesia Kelas 8." Accessed August 6, 2024. <https://www.ruangguru.com/blog/pengertian-teks-iklan-dan-contohnya>.

“Transaksi- Wikikamus Bahasa Indonesia.” n.d.
[https://id.wiktionary.org/wiki/transaksi.](https://id.wiktionary.org/wiki/transaksi)