

---

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP *ONLINE SHOP*  
YANG  
MELAKUKAN PROMOSI (*ENDORSEMENT*) PADA  
SELEBGRAM DI KOTA MATARAM**

***LEGAL PROTECTION FOR ONLINE SHOPS THAT ENDORSE  
CELEBGRAM IN MATARAM CITY***

**INDAH PERMATA SARI**

Fakultas Hukum Universitas Mataram

Email: [permataindah062@gmail.com](mailto:permataindah062@gmail.com)

**DIANGSA WAGIAN**

Fakultas Hukum Universitas Mataram

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan hukum dan perlindungan hukum yang akan diberikan oleh selebgram kepada online shop dalam perjanjian *endorsement* jika terjadinya wanprestasi. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif empiris. Berdasarkan hasil penelitian bahwa hubungan hukum perjanjian *endorsement* yang dilakukan oleh selebgram di kota mataram dengan online shop termasuk dalam perjanjian jasa-jasa tertentu yang merupakan salah satu jenis perjanjian pekerjaan yang terdapat pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata) pasal 1601 dan pasal 1617. Perlindungan hukum yang diberikan selebgram pada online shop yaitu ganti rugi berupa pengembalian uang dan barang yang berdasarkan pada perlindungan hukum preventif dan represif dan mengenai bentuk ganti rugi yang dapat dimintai diatur dalam Pasal 19 UUPK mengenai tanggung jawab pelaku usaha/pemberi jasa endorse.

***Kata Kunci: Perlindungan Hukum; Hubungan Hukum perjanjian; Endorsement; Online Shop; Selebgram***

**ABSTRACT**

*This study aims to determine how Selebgram will provide legal relationship and legal protection toward the online shop in the endorsement agreement in the event of a default. This research uses the empirical normative legal method. Based on the research results, the legal relationship between endorsement agreements made by celebgram in Mataram with online shops is a form of certain service agreements, which are one type of work agreement regulated in the Civil Code (KUHPperdata) article 1601 and article 1617. The legal protections provided by the program on the online shop is compensation in the form of refunds and goods based on preventive and repressive legal protection, and the form of compensation is regulated in Article 19 of the Consumer Protection Law that regulated responsibilities of business actors/endorsement service providers.*

***Keywords: Legal Protection; Legal Relationship Agreement; Endorsement; Online Shop; Celebgram***

## I. PENDAHULUAN

Negara Indonesia adalah Negara hukum menurut Undang-Undang Dasar 1945 yang tercantum pada Pasal 1 ayat (3), sehingga rakyat wajib mentaati aturan yang berlaku. Segala aspek kehidupan dalam kemasyarakatan, kenegaraan dan pemerintahan harus berdasarkan hukum. Dengan aturan hukum yang telah ada. Jika ada seseorang yang melakukan tindakan melanggar hukum, maka ia berhak untuk mendapatkan sanksi karena dianggap melanggar hukum.

Perlindungan hukum bagi setiap masyarakat dalam berbagai aspek, seperti perlindungan terhadap pedagang-pedagang *Online Shop* dimana para pedagang *Online Shop* dalam memasarkan atau mempromosikan barang-barang jualan dan produk-produknya menggunakan jasa Promosi (*Endorsement*). Jasa *Endorsement* ini dilakukan oleh para tokoh, selebriti, dan selebgram. Instagram menjadi media sosial dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar sampai pada enam bulan terakhir. Menurut data yang dirilis Napoleon Cat, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna.<sup>1</sup> Melihat dengan pesatnya perkembangan media sosial Instagram yang menjadi tempat pelaksanaan *Endorsement* yang dilakukan oleh selebriti Instagram (Selebgram) dimanfaatkan oleh para *Online Shop* untuk memperkenalkan dan mendongkrak produk-produk yang dimilikinya secara luas. Produk-produk yang di *endorse* beragam mulai dari kosmetik, fashion, makanan dan berbagai macam produk lainnya.

Di Nusa Tenggara Barat khususnya di Kota Mataram penggunaan jasa promosi (*Endorsement*) sangat meningkat dilakukan oleh para pedagang *online*, biasanya sebelum para *Online Shop* melakukan kerja sama *Endorsement* ini para pihak melakukan komunikasi mengenai system *Endorsement* yang akan dilakukan oleh selebgram maupun ketentuan yang diberikan oleh pihak *Online Shop* dalam *Endorsement* tersebut. *System Endorsement* yang ditawarkan beragam dari Gratis (*Free Endorse*) dan berbayar (*Paid Promote*) pada *system FreeEndorse*, *Online Shop* Memberikan Produk secara gratis Kepada *Endoser* beserta *fee* (komisi atau imbalan) yang telah disepakati di awal perjanjian kerjasama.<sup>2</sup> Namun kadang terjadinya masalah pada saat promosi produk tersebut seperti terjadinya barang hilang, terlambat memposting foto/video atau tidak memenuhi prestasi sehingga dalam perjanjian tersebut terjadi wanprestasi.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap *Online Shop* Yang Melakukan Promosi (*Endorsement*) Pada Selebgram Di Kota Mataram.”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan hukum dan perlindungan hukum yang akan diberikan oleh selebgram apabila terjadi wanprestasi dalam perjanjian *endorsement*.

<sup>1</sup>Mustafa Iman, *Pengguna Instagram di Indonesia di dominasi wanita dan generasi milenial* <https://www.google.co.id/amp/s/www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/> Di akses pada tanggal 23 maret 2021

<sup>2</sup>Sri Ayu Wulandari, Skripsi: “Pengaruh Penggunaan *Endorsment* Terhadap Omzet Penjualan Usaha *Online Shop* Di Palangka Raya”, Palangka Raya, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017, Hal. 27

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut diatas, penelitian ini menggunakan hukum normatif-empiris dengan menggunakan tiga metode pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan (*Statue Approach*) dan pendekatan yuridis sosiologis (*sociology Legal Approach*). Jenis dan sumber data/bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer, yang mempunyai kekuatan hukum mengikat berupa peraturan perundang-undangan, peraturan pemerintah dan lain sebagainya, selanjutnya bahan hukumskunder yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang menjelaskan hukum primer maupun hukum skunder, yang berupa kamus hukum dan ensiklopedia, kemudian data primer yaitu yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau lapangan, dan data skunder yaitu data yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya. Teknik pengumpulan data/bahan hukum dilakukan dengan studi kepustakaan, melalui media elektronik, wawancara dan observasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif menggunakan nalar deduktif yaitu menarik kesimpulan dari umum ke khusus.

## II. PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Perjanjian Endorsement

#### 1. Perjanjian Endorsement

Perjanjian endorsement adalah perjanjian yang dibuat oleh Online shop dengan selebgram yang dimana didalam perjanjian ini membahas mengenai proses *endorsement* (promosi) yang akan dilakukan oleh selebgram. Sebelum terjadinya perjanjian endorsement ini pihak Online Shop menghubungi selebgram melalui DM Instagram/ WA untuk melakukan endorsement pada selebgram. Setelah online shop berhasil menghubungi selebgram maka online shop akan memberikan informasi/ penjelasan mengenai barangnya kepada selebgram, jika barang tersebut berupa kosmetik maka online shop akan menjelaskan manfaat, cara pakai, jangka waktu produk tersebut. Begitu pula sebaliknya dengan dengan barang-barang endorse yang lainnya.

Online shop akan menjelaskan secara detail ke selebgram mengenai produk yang akan dipromosikan jika selebgramnya tertarik dengan produk/barang tersebut maka selebgram akan mengirimkan paketan atau rules yang sudah dibuat oleh selebgram. Paketan atau rules biasanya berisi kategori yang akan dipilih oleh online shop. Setelah selebgram mengirimkan rules tersebut maka online shop akan memilih sesuai apa yang dibutuhkan misalnya untuk mempromosikan barang online shop memilih paket b endorse barang yang harga 450 yaitu berisi story tambah foto feed 7 hari. Lalu setelah online shop deal memilih paketan tersebut maka selebgram akan mengirimkan No. rekening tempat tujuan transaksi pembayaran endorse tersebut. Setelah berhasil dilakukannya pembayaran maka online shop akan mengirim barang ke selebgram untuk dipromosikan.

## B. Hubungan hukum dalam perjanjian Endorsement antara online shop dengan selebgram.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari responden dan hasil wawancara narasumber. Dapat diketahui bahwa berdasarkan data diatas hubungan hukum antara Online shop dengan selebgram merupakan suatu perjanjian. Dalam perjanjian endorsement yang dilakukan oleh selebgram di kota mataram dengan online shop termasuk dalam perjanjian jasa-jasa tertentu yang merupakan salah satu jenis perjanjian pekerjaan yang terdapat pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) pasal 1601.

a. Pengertian Perjanjian melakukan jasa tertentu adalah suatu pihak menghendaki dari pihak lawannya untuk dilakukan suatu pekerjaan untuk mencapai suatu tujuan, dimana bersedia membayar upah dan untuk mencapai tujuan tersebut mengikuti dari pihak lawannya. Biasanya lawannya adalah seorang yang ahli dibidang tersebut dan sudah memasang tariff.<sup>3</sup>

b. Pengaturan perjanjian jasa tertentu

Dalam KUHPerdata terdapat pada buku III Bab VII A pasal 1601 KUHPerdata tentang perjanjian melakukan pekerjaan yang terdiri dalam 3 macam yaitu:<sup>4</sup>

- a) Perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu
- b) Perjanjian kerja atau perburuhan
- c) Perjanjian pemborongan kerja

c. Unsur perjanjian jasa tertentu

Berdasarkan syarat-syarat perjanjian diatas bahwa unsur-unsur yang terkandung dalam suatu perjanjian terdiri atas 3 unsur yaitu:

1. Unsur Essentialia
2. Unsur Naturalia
3. Unsur Accidentalialia

Dalam penelitian ini penyusun menemukan bahwa dalam perjanjian antara online shop dengan pihak selebgram memenuhi ketiga jenis unsur tersebut, baik dari segi unsur esensialnya, pihak selebgram menjual jasa berupa jasa endorsement dan menentukan kisaran harga yang harus dibayarkan oleh pihak penerima jasa dalam hal ini para Online Shop sebagai pembeli jasa harus membayar upah/fee sesuai dengan kesepakatan untuk menggunakan jasa endorsement. Sehingga unsur esensialnya sudah terpenuhi.

Kemudian tidak adanya aturan yang mengikat mengenai procedural bagaimana cara promosi yang dilakukan oleh pihak selebgram terhadap barang milik online shop menjadikan proses perjanjian antara pihak online shop dan pihak selebgram memenuhi unsur naturalia yaitu tidak adanya ketentuan umum yang tidak bersifat wajib dalam hal perjanjian endorsement, dan bentuk unsur naturalia antara pihak online shop dengan pihak selebgram yaitu dalam hal jasa mempromosikan (endorsement) barang milik online shop, pihak selebgram akan memberikan pilihan kepada online shop untuk memilih jenis paketan (*pricelist*) yang disediakan, dimana

<sup>3</sup>R. Subekti, *Aneka perjanjian*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hlm 57.

<sup>4</sup>*Ibid*

tiap *pricelist* memiliki harga, bentuk promosi dan jangka waktu promosi yang berbeda-beda tiap *pricelist*-nya. Dan setelah pihak online shop telah memilih salah satu dari *pricelist* yang disediakan oleh selebgram, pihak selebgram memperbolehkan pihak online shop untuk memberikan masukan mengenai barang yang akan di endorse oleh pihak selebgram. Seperti konsep promosi, materi promosi, alur promosi dan hal-hal yang dianggap perlu oleh pihak online shop untuk kepentingan endorse barang yang dimiliki. Hal ini juga akan membantu pihak selebgram dalam mempromosikan barang milik online shop sehingga bisa sesuai dengan keinginan penerima jasa endorse itu sendiri. Alasan inilah yang menjadikan perjanjian tersebut masuk dalam jenis unsur *naturalia*.

Dalam unsur *accidentalia* perjanjian antara pihak online shop dan pihak selebgram, dalam hal jasa promosi barang, pihak selebgram memberikan kesempatan kepada pihak online shop untuk memberikann materi, konsep dan alur promosi secara khusus mengenai barang yang akan di endorse dengan tujuan agar sesuai dengan keinginan dari penerima jasa, namun apabila pihak online shop tidak memilik ide konsep, materi dan alur untuk memberikan keinginannya kepada pihak selebgram, pihak selebgram akan menjelaskan konsep yang akan dia gunakan dan meminta persetujuan pihak online shop, sehingga tercapai kata sepakat maka setelahnya pihak selebgram akan melakukannya sendiri dengan konsep yang dia miliki mengenai barang yang akan di promosikan di akun instagramnya. Hal ini sesuai dengan penjelasan unsur *accidentalalia* dimana prosedur dalam promosi bergantung pada keinginan para pihak, sesuai dengan kesepakatan dan tanpa ada paksaan yang mengharuskan salah satu pihak harus mengikuti ketentuan pihak yang lain.

#### d. Bentuk perjanjian jasa tertentu

Pada dasarnya bentuk perjanjian jasa tertentu terbagi menjadi dua macam yaitu perjanjian tertulis dan perjanjian lisan. Perjanjian tertulis adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam bentuk tulisan, sedangkan perjanjian lisan adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam wujud lisan (cukup kesepakatan para pihak).<sup>5</sup>

### **C. Perlindungan hukum terhadap online shop apabila terjadi wanprestasi oleh selebgram di Kota Mataram.**

Bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu perlindungan hukum yang bersifat preventif dan perlindungan hukum refresif

#### a) Perlindungan hukum preventif

Dalam hal wanprestasi yang dilakukan oleh pemberi jasa endorse pemerintah telah memberikan perlindungan hukum yang bersifat preventif melalui perundang-undangan. Yang terkait mengenai hak pelaku usaha online shop yang menggunakan jasa endorse, yaitu:

Pada pasal 40 ayat (2) Undang-Undang nomor 9 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik disebut

<sup>5</sup>Salim HS, Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW), Sinar Grafika, Jakarta, hlm 89

dengan UU ITE menyatakan “ pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan peraturan perundang-undangan.”

Dalam pasal 17 ayat (2) UU ITE menyebutkan bahwa “para pihak yang melakukan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung.

Selanjutnya dalam pasal 21 Undang-Undang ini menyebutkan bahwa pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik ialah sebagai berikut:

1. Jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi.
2. Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau
3. Jika dilakukan melalui agen elektronik segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara agen elektronik.
4. Oleh karena dalam hal wanprestasi perjanjian endorsement hanya dilakukan oleh salah satu pihak yaitu pemberi jasa endorse, maka yang harus bertanggung jawab atas segala akibat hukum yang ditimbulkan dalam pelaksanaan wanprestasi atas perjanjian endorsement itu yaitu pemberi jasa endorse/ selebgram.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan selebgram di kota mataram salah satu contohnya lana puspitha, ayu hadiyani dan mayacado bahwa para pihak telah beritikad baik apabila dalam perjanjian endorse tersebut terjadinya kesalahan seperti barang hilang atau melewati batas waktu yang ditentukan maka selebgram akan menghubungi pihak online shop untuk memberitahukan bahwa akan adanya keterlambatan dalam proses promosi barang tersebut. Para pihak akan membicarakan kesepakatan seperti apa untuk mengatasi permasalahan tersebut sesuai yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dan jika barang itu hilang sesuai yang diterangkan oleh selebgram ayu hadiyani jika barang endorse itu hilang maka akan melakukan pemesanan pada online tersebut sesuai dengan barang yang akan di endorse. Maka berdasarkan hasil wawancara selebgram kota mataram telah menerapkan pasal 17 ayat (2) UU ITE yang menyebutkan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik selama proses transaksi berlangsung.

#### b) Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau dilakukan suatu pelanggaran. Sebagaimana mengacu pada pasal 38 dan 39 UU ITE mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui transaksi elektronik dapat melalui gugatan perdata. Selain penyelesaian sengketa gugatan dilakukan penyelesaian sengketa alternatif atau arbitrase.

Dalam pasal 19 UUPK telah disebutkan tanggung jawab yang wajib dipenuhi oleh pihak pelaku usaha dalam hal ini yaitu pemberi jasa endorse, yaitu:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau serupa nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud ayat (1) dan ayat(2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Apabila pelaku usaha dalam hal ini pihak pemberi jasa endorse melakukan wanprestasi, maka pelaku usaha bertanggung jawab dan menjalankan sanksi sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan yang telah dijelaskan di atas bahwa selebgram di Kota Mataram dalam menjamin perlindungan hukum untuk konsumennya ( Online Shop) telah menerapkan perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum Represif yang dimana selebgram telah ber itikad baik untuk melakukan ganti rugi atas kesalahan yang dilakukan pada saat endorsement tersebut. Ganti rugi yang diberikan oleh selebgram yaitu Refund ( pengembalian uang dan barang) mengenai ganti rugi tersebut berdasarkan musyawarah antara kedua belah pihak penyelesaiannya seperti apa. Namun selebgram di Kota Mataram telah memberikan jaminan ganti rugi berupa Refund apabila terjadinya wanprestasi dalam perjanjian.

### III. PENUTUP

#### Kesimpulan

Berdasarkan Pembahasan yang telah penulis terangkan, maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

1. Hubungan hukum

Dalam perjanjian endorsement antara online shop dengan selebgram dikota mataram Yaitu Hubungan Hukum Dalam Perjanjian Jasa-Jasa Tertentu yang terdapat pada buku III Bab VII A pasal 1601 KUHPerdara tentang perjanjian melakukan pekerjaan. Perjanjian endorsement yang dilakukan oleh selebgram dan online shop termasuk dalam Perjanjian Jasa-Jasa Tertentu karena menggunakan jasa selebgram untuk mempromosikan barang/produk jualannya agar produk tersebut dapat dikenal oleh banyak orang dan memiliki peminat yang tinggi. Selebgram pun sebagai orang yang ahli dalam melakukan endorsement tersebut sudah menentukan upah

(fee) yang harus dibayarkan oleh pihak Online Shop yang menggunakan jasanya. Berdasarkan perjanjian tersebut dapat dilihat hubungan hukum dalam perjanjian antara online shop dan selebgram yaitu hubungan hukum para pihak didasarkan pada Pasal 1601 huruf (c) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu suatu perjanjian untuk melakukan pekerjaan, yang termasuk di dalam kategori perjanjian untuk melakukan jasa-jasa tertentu yang didasarkan pada Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

## 2. Perlindungan Hukum

Bentuk Perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah untuk memberikan jaminan kepada pelaku bisnis online dan Selebgram dibedakan menjadi 2 macam yaitu perlindungan hukum preventif yaitu Dalam hal wanprestasi yang dilakukan oleh pemberi jasa endorse pemerintah telah memberikan perlindungan hukum yang bersifat preventif melalui perundang-undangan. Yang terkait mengenai hak pelaku usaha online shop yang menggunakan jasa endorse. dan perlindungan hukum yang kedua yaitu perlindungan hukum represif yaitu, perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau dilakukan suatu pelanggaran.

## Saran

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat oleh penulis dalam perjanjian endorsement antara online shop dan selebgram di kota mataram masih kurang dalam hal perjanjian karena perjanjiannya hanya langsung memilih dan menetapkan perjanjiannya namun tidak memberikan penjelasan apabila terjadinya kesalahan ataupun wanprestasi bagaimana jaminan yang akan diberikan oleh online shop maupun selebgram. Jadi andaikan terjadinya masalah hukum dalam perjanjian harus mencari bagaimana hubungan hukumnya dan bagaimana perlindungan yang akan didapatkan. Jadi seharusnya untuk selebgram dan online shop untuk mengenai perjanjian kerjasama ini alangkah lebih baiknya juga menambahkan dalam perjanjiannya lampiran berupa ganti rugi apabila terjadi kesalahan atau wanprestasi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

R. Subekti, *Aneka perjanjian*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hlm 57.

Salim HS, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm 89

### Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Indonesia, Undang-Undang Nomor 9 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik

### Website/Internet

Mustafa Iman, Pengguna Instagram di Indonesia di dominasi wanita dan generasi milenial <https://www.google.co.id/amp/s/www/goodnewsfromindonesia.id.2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan0generasi-milenial/ampDi>



akses pada tanggal 23 maret 2021

**Artikel**

Sri Ayu Wulandari, Skripsi: *“Pengaruh Penggunaan Endorsment Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Ray”*, Palangka Raya, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017, Hal. 27