

TRANSAKSI ELEKTRONIK

Gunawan Widjaja

Universitas Tarumanagara, Indonesia

Hansel Kalama

Universitas Tarumanagara, Indonesia

Coresponding author email: widjaja_gunawan@yahoo.com

ABSTRACT

Terms that are often found in society, such as e-commerce, e-business, and e-contract, essentially have differences from one another but are closely related. E-commerce is one way of running an e-business that is secured by an e-contract for the parties to one another. Meanwhile, e-business also has various models to run, each of which has a different way of doing it and different levels of preference from consumers. The issue of e-commerce has also become a concern for the international community with the demonstration of a general assembly resolution from the United Nations which regulates a little about e-commerce.

Keywords: Transactions, Electronics, Hansel Kalama

ABSTRAK

Istilah yang sering ditemukan di masyarakat seperti *e-commerce*, *e-business*, dan *e-contract*, pada hakikatnya memiliki perbedaan satu dengan yang lain namun memiliki kaitan yang sangat erat. *E-commerce* merupakan salah satu cara menjalankan suatu *e-business* yang diamankan dengan suatu *e-contract* bagi para pihak satu dengan yang lain. Sementara, *e-business* juga memiliki berbagai macam model untuk dijalankan yang masing-masing berbeda cara melakukannya dan berbeda juga tingkat kesukaan dari konsumen. Perihal *e-commerce* juga telah menjadi *concern* masyarakat internasional dengan ditunjukkannya adanya *general assembly resolution* dari *United Nations* yang mengatur mengenai sedikit tentang *e-commerce*.

Kata Kunci: Transaksi, Elektronik

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman maka semakin banyak perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat. Dimulai dari

perkembangan ekonomi, sosial, teknologi dan segalanya yang menjadi semakin modern. Hal ini berkaitan juga dengan perkembangan ekonomi global khususnya dalam bidang usaha. Munculnya berbagai macam cara-cara terbaru di dalam menjalankan suatu usaha meningkatkan opsi pilihan bagi para pengusaha atau pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya. Perkembangan teknologi sangat mendukung para pengusaha untuk menjalankan suatu usaha serta meningkatkan kinerja usaha mereka. Jaringan internet dan komputer menjadi salah satu yang berperan penting di dalam perkembangan bisnis masa kini. Koneksi jaringan internet sangat membantu setiap orang dimanapun berada dapat dengan cepat mengakses bisnis atau usahanya serta berkomunikasi dengan pihak lainnya. Jaringan ini yang dimanfaatkan oleh banyak orang untuk menciptakan suatu bisnis baru di dunia *cyber* yang kemudian muncul suatu istilah yang disebut dengan *e-commerce*. Hasilnya, banyak negara-negara di dunia termasuk Indonesia yang ikut berkecimpung di dalam dunia *e-commerce* (Hikmahanto Juwana, 2003) yang akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian “definisi” di artikel ini.

Konsepsi *e-commerce* juga berhubungan erat dengan berkembangnya permasalahan hukum. Dahulu konsep usaha bisnis atau perdagangan yang hanya dikenal di dunia nyata, hingga sekarang bisnis juga dilaksanakan di dalam dunia *cyber*. Beranjak dari hal tersebut, maka penting untuk setiap orang termasuk akademisi maupun praktisi hukum untuk mempelajari mengenai dunia *e-commerce*. Berikutnya artikel ini akan menjelaskan lebih lanjut mengenai apa yang dimaksud dengan *e-commerce* termasuk istilah lain seperti *e-business* dan *e-contract* sehingga kita dapat mengetahui serta tidak ambigu dalam penggunaan istilah-istilah tersebut.

Artikel ini akan lebih menitikberatkan ke dalam pembahasan mengenai *e-business*. Pertama, artikel ini akan menjelaskan mengenai apa saja kelembagaan yang terdapat di dalam *e-business*. Hal ini sangat bermanfaat bagi setiap orang yang ingin mempelajari mengenai dunia *e-business* termasuk bagi akademisi maupun praktisi hukum sehingga mengetahui dengan jelas bentuk dari *e-business* itu sendiri dan fungsi serta organ kelembagaan yang ada di dalamnya.

Setiap usaha pasti memiliki pihak-pihak yang menjalankannya serta pihak terkait dalam rangka menunjang jalannya usaha tersebut. Demikian juga dengan usaha di dalam dunia *cyber*, *e-business* juga memiliki pihak-pihak terkait yang akan dibahas pada artikel ini. Terakhir, artikel ini akan membahas mengenai jenis-jenis penyelenggaraan di dalam *e-business*. Dengan artikel ini, diharapkan dapat membantu sedikit banyaknya pengetahuan pembaca untuk dapat mengerti hal-hal seputar dunia *e-commerce*.

E-business merupakan istilah yang paling luas dimana *e-commerce* termasuk ke dalam cakupannya. Sedangkan, *e-contract* merupakan suatu kontrak yang dibentuk para pihak yang berfungsi sebagai perjanjian bagi para pihak yang melakukan *e-commerce* maupun bisnis atau kesepakatan lain bagi para pihak yang dibentuk melalui perangkat elektronik. Maka di sini di dalam melakukan suatu *e-business* yang salah satunya berupa *e-commerce* (transaksi elektronik) sebagai bentuk antisipasi untuk mengamankan maka dibentuk suatu *e-contract* yang berfungsi sebagai perjanjian para pihak yang melahirkan suatu hubungan hukum.

METODE PENELITIAN

Kajian dari penelitian ini menggunakan kajian literatur yang mana literatur yang diambil sesuai dengan pokok pembahasan dan di analisis secara mendalam sehingga dapat diambil kesimpulan dan temuan dalam penelitian. Literatur yang diambil baik dari buku, artikel jurnal baik nasional maupun internasional dan literatur lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah memahami rangkaian istilah tersebut, maka dapat mempermudah pembaca untuk memahami hal-hal seputar dengan *e-business*. Selanjutnya, artikel ini akan membahas mengenai apa saja kelembagaan dan para pihak yang terlibat dengan transaksi elektronik (*e-commerce*) serta jenis-jenis penyelenggara dari *e-business*.

Kelembagaan dan Pihak-Pihak yang Terlibat di dalam Transaksi Elektronik

Dalam menentukan para pihak yang terlibat serta kelembagaan dalam transaksi elektronik, dapat dilihat dari *e-commerce model* itu sendiri. *E-commerce model* dibedakan atas 4 bentuk, yaitu: *Business to Business (B2B) model*; *Business to Consumer (B2C) Model*; *Consumer to Consumer (C2C) Model*; *Consumer to Business (C2B) Model*. (Zorayda Ruth Andam, 2003).

Business to Business Model

Model ini melibatkan transaksi terhadap para pelaku bisnis, dalam hal ini pelaku bisnisnya adalah *manufacturer* dengan *wholesaler*, atau bisa juga antara *wholesaler* dengan *retailer*. Model ini menitikberatkan pada transaksi yang dilakukan antar perusahaan melalui *e-commerce* mengenai persediaan bahan yang ingin dibeli atau produk yang akan dijual kembali, sehingga hubungan para pihak ini adalah sama-sama para pelaku usaha.

Kegiatan ini akan dilakukan melalui e-mail, bukan melalui suatu website dan melakukan transaksi disana.

Business to Consumer Model

Business to consumer e-commerce, dapat juga dikatakan sebagai *commerce* antara perusahaan dengan konsumen. Dalam hal ini konsumen akan mengumpulkan informasi, membeli barang yang diinginkan baik berupa berwujud (seperti *handphone*, buku dan lain-lain) maupun yang tidak berwujud (*software*, *e-books* dan lain-lain). (Zorayda Ruth Andam, 2003) Sehingga para pihak di dalam model ini adalah pelaku usaha dengan konsumen.

Consumer to Consumer Model

Model ini melibatkan antara konsumen dengan konsumen lainnya. (Zorayda Ruth Andam, 2003) Sebagai contoh dalam implementasinya adalah di dalam *olx.com*, perusahaan *olx* berperan sebagai penyedia pasar. Namun, penjual merupakan konsumen itu sendiri yang memanfaatkan pasar yang dimiliki oleh *olx*. Pembeli melalui *olx* itu juga merupakan konsumen. Sehingga dalam hal ini penjual merupakan konsumen termasuk juga pembeli dari suatu barang tersebut. Maka hal ini melibatkan para pihak antara konsumen dengan konsumen.

Consumer to Business Model

Dalam hal ini, sama seperti konsep *B2C Model* tetapi berbeda dalam hal pihak penjual adalah *consumer* sedangkan pihak pembeli adalah *business*. Adapun contohnya adalah www.monster.com, www.nakuri.com, dan lainnya. (Zorayda Ruth Andam, 2003)

Selain keempat model *e-commerce* diatas, telah berkembang 5 model baru, yaitu: (Satish Kumar M. *E-Commerce*, 2017);

1. *Government to Government Model*

Dalam hal ini dapat dicontohkan bahwa pemerintah Indonesia mengimport beras dari Filipina, maka hal ini termasuk kedalam *G2G model*. Sehingga pihak yang terlibat adalah pemerintah dengan pemerintah. Sama halnya pada *Business to Business Model* kegiatan ini akan dilakukan melalui e-mail, bukan melalui suatu website dan melakukan transaksi disana.

2. *Government to Consumer Model*

Model ini melibatkan konsumen dengan pemerintah, sebagai contoh ketika melakukan pembayaran pajak, konsumen melakukan pembayaran melalui online. Maka hal ini sudah termasuk kedalam kategori model ini.

3. *Consumer to Government Model*

Hal ini merupakan kebalikan dari model G2C, bahwa pihak konsumen sebagai penyedia barang sedangkan *Government* sebagai pembeli.

4. *Government to Business Model*

Model ini melibatkan antara pemerintah dengan *business*. sebagai contoh di dalam pembangunan publik maka pemerintah dapat melakukan tender untuk mencari pengusaha yang akan membantu dalam proyek tersebut. Namun, proses tender terkait melewati internet atau *online*.

5. *Business to Government Model*

Hal ini sebaliknya bahwa *business* menyediakan barang atau jasa kepada pemerintah.

Berikutnya dalam bentuk perusahaan, ada berbagai macam tipe perusahaan di dalam *e-commerce* yang memiliki fungsi yang berbeda-beda, antara lain: (Zorayda Ruth Andam, 2003)

1. *Internet Infrastructure*

Perusahaan yang menyediakan *hardware, software, and networking equipment* untuk internet dan jaringan dunia. Berupa *web networking hardware/software, companies line acceleration hardware, manufacturers pc and server manufacturers, internet backbone provider's, internet service providers and security vendors' fiber optics makers*.

2. *Internet Applications Infrastructure*

Perusahaan yang membuat *software* untuk memfasilitasi transaksi website, atau *developing design dan consulting services*. Berupa *internet commerce applications, web development software, internet consultants, online training, search engine software, web-enabled databases multimedia applications*.

3. *Internet Intermediaries*

Perusahaan yang menghubungkan antara pembeli *e-commerce* dengan penjual, atau perusahaan yang menyediakan konten website, atau perusahaan yang menyediakan pasar tempat transaksi *e-commerce* berjalan. Berupa, *market makers in vertical industries online, travel agents online, brokerages content aggregators online, advertisers internet ad brokers portals/content providers*.

4. *Internet Commerce*

Perusahaan yang menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen atau pelaku usaha lainnya. Dapat berupa *e-tailers, online entertainment and professional services, manufacturers selling online airlines, selling online tickets fee/subscription based companies*.

Konsep *e-commerce* sendiri telah disorot oleh badan organisasi dunia yakni Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) atau *United Nations*. Pada tanggal 30 Januari 1997 telah disepakati suatu *Resolution* melalui Majelis Umum PBB bernomor: 51/162 tentang *Model Law on Electronic Commerce*. Dalam resolusi ini ditemukan 3 pihak yang didefinisikan pada Pasal 2, yakni: (*Model Law on Electronic Commerce, 30 January 1997*):

1. *Originator*

“A person by whom, or on whose behalf, the data message purports to have been sent or generated prior to storage, if any, but it does not include a person acting as an intermediary with respect to that data message.”
(orang yang mengirimkan *data message*)

2. *Addressee*

“A person who is intended by the originator to receive the data message, but does not include a person acting as an intermediary with respect to that data message.” (orang yang dituju dikirimkannya *data message*)

3. *Intermediary*

“A person who, on behalf of another person, sends, receives or stores that data message or provides other services with respect to that data message.”

Selain itu, di dalam pembayaran dan legalisasi suatu perusahaan elektronik ada pihak-pihak yang disebut sebagai:

1. *Acquirer*

Pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara penagihan yang akan melakukan pembayaran kepada penjual. Pihak perantara pembayaran adalah bank dimana pembayaran kredit dilakukan dengan kartu kredit, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).

2. *Issuer*

Perusahaan penyedia jasa kartu kredit.

3. *Certification Authorities*

Pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada penjual, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan pula kepada pemegang kartu kredit. Di dalam UU ITE diatur mengenai Lembaga Sertifikasi Keandalan yang berhak mengeluarkan sertifikasi keandalan sebagai syarat dari penyelenggara Transaksi Elektronik dalam lingkup publik. Pasal 30 UU 82 / 2012 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik mengatur bahwa

dalam hal penyelenggara pelayanan publik wajib memiliki sertifikasi kelaikan elektronik yang dikeluarkan oleh menteri bidang komunikasi dan informatika.

Dalam penyelenggaraan Sertifikasi untuk pelaku usaha *e-commerce* ada terbagi 2 hal yakni, *secured web* and *unsecured web*. Bahwa hal ini berkaitan dengan adanya SSL (secured socket layer) yang memberikan 3 keamanan: Authentication: Memastikan bahwa message yang diterima berasal dari seseorang yang tersurat; Confidentiality: Melindungi pesan dari suatu usaha pembacaan oleh penerima yang tidak berhak disepanjang perjalanannya; Integrity: Memastikan bahwa pesan asli, tidak mengalami perubahan dalam perjalanannya.

Sedangkan, non-secured web adalah website yang belum mendapatkan sertifikasi SSL. Maka berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* terbagi atas kelembagaan yang memiliki pihak-pihak sebagai berikut: (1) Perusahaan / *Business*: Perusahaan *Manufacture*, Perusahaan *Retailer*, Perusahaan *Wholesaler*, Perusahaan sebagai Konsumen, Perusahaan *Infrastructure*, Perusahaan *Application Infrastructure*, Perusahaan *Internet Intermediary*, Perusahaan *Internet Commerce*. (2) Pemerintah/ *Government*: Pemerintah sebagai Penyedia Proyek, Pemerintah sebagai Konsumen, Pemerintah sebagai *Supplier*. (3) *Consumer*; *Consumer* sebagai Penjual, *Consumer* sebagai Pembeli, *Consumer* sebagai *Card Holder* (Pemegang Kartu Kredit), *Acquirer*, *Issuer*, *Certification Authorities*, *Originator*, *Addressee*, *Intermediary*.

Berikut penulis berikan contoh para pihak melalui suatu rangkaian peristiwa untuk memperjelas pihak-pihak tersebut. Ketika seseorang ingin membuka suatu usaha online (e-business) maka ia dapat menjadi usaha yang berjalan untuk Internet Infrastructure (berperan menyediakan hardware, software and networking equipment) contohnya: first media, atau internet applications infrastructure yang membuat software untuk memfasilitasi transaksi website contohnya search engine software, atau internet intermediaries yang berguna sebagai jasa menyediakan tempat bagi penjual dan pembeli (traveloka contohnya), atau internet commerce contohnya mataharimall.

Setelah menentukan jenis usaha online apa yang dijalankan maka perusahaan tersebut harus mendapatkan sertifikasi kelaikan atau sertifikasi keandalan sesuai dengan UU 82/2012 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik dari Certification Authorities (bisa Kemenkominfo atau Lembaga Sertifikasi Keandalan).

Ketika bisnis tersebut bergerak di e-commerce maka perusahaan dapat menjadi Acquirer atau perantara penagihan (contoh tokopedia) yang berfungsi sebagai perantara pembayaran. Atau dapat berbentuk Bank yang menyediakan fasilitas kredit dalam transaksi elektronik tersebut. Ketika memilih menyediakan fasilitas kredit maka perusahaan tersebut harus bekerja sama dengan Issuer (penyedia jasa kartu kredit) biasanya adalah Bank.

Perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce maka dapat bekerja sama dengan perusahaan manufacture (memproduksi barang) untuk kemudian barang itu dijual sehingga pelaksana e-commerce dapat berperan sebagai perusahaan retailer, atau seperti mataharimall yang merupakan wholesaler (pedagang besar).

Jenis-Jenis Penyelenggara *E-Business*

Menjalankan kegiatan usaha tentunya memiliki berbagai macam opsi pilihan untuk melakukannya. Sama halnya dengan kegiatan di dalam *e-business*, *e-business* memiliki berbagai macam bentuk pilihan yang dapat dilakukan bagi para pelaku usaha *e-business*. Antara lain adalah: *Storefront Model*, *Auction Model*, *Dynamic Pricing Model*, *Portal Model*. (LF Baum, Ann Radcliffe, and Johan Wolfgang von Goethe)

Storefront Model

Model ini adalah model paling umum yang ada dipikiran masyarakat ketika mendengar mengenai *e-business*. *Storefront model* menggabungkan antara proses bertransaksi, keamanan, pembayaran online, dan informasi tempat untuk menyediakan lapak bagi mereka yang ingin menjual produknya. (LF Baum, Ann Radcliffe, and Johan Wolfgang von Goethe). Hal ini adalah yang paling umum dimana para pihak antara penjual dan pembeli dapat melakukan suatu transaksi melaluinya. Agar dapat terlaksananya kegiatan ini maka pedagang harus mengorganisir katalog produk, pembelian melalui website, metode pembayaran yang dilakukan, pengiriman barang, dan melakukan pendataan terhadap konsumen. Dalam hal ini teknik *marketing* sangat berperan untuk dapat mendatangkan konsumen pada *market* mereka.

Pelaksanaan *storefront model* ini dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara: (LF Baum, Ann Radcliffe, and Johan Wolfgang von Goethe).

1. *Shopping-cart Technology*

Cara ini merupakan cara dimana konsumen mengakumulasikan semua pembelanjannya di dalam suatu daftar sambil mereka tetap melakukan pemilihan terhadap produk yang akan dibeli (*Shopping Cart*). Pedagang akan membuat suatu katalog produk yang berisikan *item description*, *size*, *avaibility*, *shipping information*, *stock levels and on-order*

information. Cara ini diterapkan oleh beberapa *e-business* antara lain; Amazon.com, etoys.com, webvan.com dan lain-lain.

2. Online Shopping Malls

Cara ini menyediakan banyaknya pilihan produk dan jasa bagi konsumen secara lebih luas. *Shopping malls* menyediakan produk-produk dari berbagai toko dengan dilakukan satu kali transaksi. *Malls* ini sebagai *shopping portal*. Contohnya adalah shopnow.com, mall.com, dealshop.com, dan lain-lain.

Auction Model

Di dalam metode ini penjual dapat menentukan harga minimum produknya dan menentukan *deadline* dari selesainya pelelangan tersebut. Ada beberapa *sites* yang membolehkan kita untuk menambahkan foto produk atau deskripsinya. Sebagai pembeli kita dapat melakukan penawaran harga terhadap produk tersebut. Ada juga yang disebut sebagai *reverse auction model* dimana model ini menyediakan penawaran juga bagi penjual sehingga dapat merubah harganya untuk berkompetisi dengan harga penawaran dari pembeli. *Reverse auction model* ini dilakukan oleh Liquidprice.com salah satunya. Tetapi pada model ini, hanya menyediakan forum jual beli tetapi tidak menyediakan fasilitas untuk pembayaran atau pengiriman produk. Salah satu yang menggunakan *auction model* adalah eBay.com. (LF Baum, Ann Radcliffe, and Johan Wolfgang von Goethe).

Portal Model

Portal model ini menyediakan bagi pengunjung untuk dapat menemukan hampir semua yang mereka butuhkan, dimulai dari berita, olahraga, cuaca, dan juga mencari website lainnya. ketika mendengar mengenai *portal model* maka orang mengira adalah *search engine*, tetapi *search engine* adalah *portal model* yang bersifat *horizontal*. Sedangkan, ada *portal model* lain yang bersifat *vertikal*. Contohnya adalah Yahoo! Sedangkan untuk vertikal adalah www.webmd.com.

Dynamic Pricing Model

Model ini menyediakan beberapa penawaran dari berbagai *retailers* atau penjual, hanya dengan sedikit klik maka kita sudah dapat melihat rangkaian harga dimulai dari yang terendah sampai lebih tinggi disediakan oleh situs tersebut dari berbagai *retailers* atau *wholesalers*. Sehingga dibentuk suatu pembandingan harga antara suatu produk di satu penjual dengan produk yang sama atau berbeda dengan penjual lainnya.

Di dalam pelaksanaan bisnis *e-commerce*, biasanya para pelaku akan menyediakan fasilitas pembayaran melalui kredit yang mana berkaitan dengan perusahaan penyedia fasilitas kredit. Adapun proses penyediaan

jasa kredit dalam e-commerce, pertama tentu perusahaan e-commerce harus memiliki kerjasama dengan perusahaan issuer terkait contoh BCA, Mandiri dan lainnya untuk dapat menggunakan kartu kredit bank terkait sebagai metode pembayaran. Ketika hal itu telah ada kerjasama maka dalam web perusahaan ketika melakukan transaksi barang pengguna (pembeli) akan ditawarkan opsi untuk melakukan pembayaran dengan cara kredit dengan memunculkan kolom untuk mengisi nomor kartu kredit dan data lainnya untuk kemudian diproses. Sistem proses tersebut tentunya sudah secara otomatis terhubung dengan bank yang bersangkutan sehingga pihak bank sebagai perantara pembayaran telah membayar barang tersebut kepada penjual. Berikutnya, sebagaimana proses kredit pada umumnya, maka pengguna kartu kredit akan membayar secara berangsur sesuai dengan metode kartu kredit yang digunakannya.

KESIMPULAN

Sebagai kesimpulannya, artikel ini telah menjelaskan bahwa ada berbagai istilah yang ditemukan di dalam masyarakat seperti *e-commerce*, *e-business*, dan *e-contract* yang sebenarnya memiliki perbedaan satu dengan yang lain namun memiliki kaitan yang sangat erat. *E-commerce* merupakan salah satu cara menjalankan suatu *e-business* yang diamankan dengan suatu *e-contract* bagi para pihak satu dengan yang lain. Sebagaimana telah diuraikan diatas bahwa *e-business* memiliki pihak yang tidak hanya terdiri dari penyedia barang dan pembeli tetapi juga penyedia jasa pembayaran sampai dengan yang lainnya. Selain itu, *e-business* juga memiliki berbagai macam model untuk dijalankan yang masing-masing berbeda cara melakukannya dan berbeda juga tingkat kesukaan dari konsumen. Perihal *e-commerce* juga telah menjadi *concern* masyarakat internasional dengan ditunjukkannya adanya *general assembly resolution* dari *United Nations* yang mengatur mengenai sedikit tentang *e-commerce*. Maka dalam hal ini, semakin berkembangnya teknologi maka juga semakin meningkatnya metode di dalam melakukan suatu usaha, yang juga meningkatkan tingkat kompleksitasnya. Sehingga hukum juga harus semakin berkembang untuk dapat mengejar ketertinggalan untuk dapat menjaga ketertiban serta menjaga kesejahteraan setiap orang dalam melakukan setiap usaha dan bertransaksi khususnya di dalam *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andam R. Zorayda, 2003. E-Commerce and E-Business.*
- Baum LF, Radcliffe Ann, and Goethe Johan, E-Business Models. E-Contracts: An Overview.*
- Introduction to E-Commerce General Assembly Resolution on the report of the Sixth Committee (A/51/628) 51/162 Model Law on Electronic Commerce, 30 January 1997.*
- Juwana Hikmahanto. 2003. Legal Issues on E-Commerce and E-Contract in Indonesia.*
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.*
- Zwass Vladimir. 2003. Electronic Commerce and Organizational Innovation: Aspects and Opportunities.*
- European Initiative in Electronic Commerce, COM (97) 157 at I(7), <ftp://ftp.cordis.europa.eu/pub/esprit/docs/ecomcom/pdf>
- US Legal Definition, at <http://definitions.uslegal.com/e/e-contract/>
- Satish Kumar M. *E-Commerce. Slide Presentation on* <http://www.slideshare.net/SatishKumar53/e-commerce-15934300>