

ANALISA MINAT BELI YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMBELI BARANG BEKAS OLX

Felicia Vania Poerwanto¹

¹Universitas Widya Kartika

Email : feliciaavaniaa@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui minat yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian barang bekas di OLX. Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian barang bekas di OLX? Metodologi yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dengan mengambil 13 orang sebagai informan, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian kali ini menggunakan analisis naratif. Dari hasil penelitian ini ditemukan 4 faktor yang menjadi alasan mengapa konsumen tertarik untuk melakukan pembelian barang bekas di OLX, yaitu pertama adalah faktor keberagaman pilihan produk, kedua adalah faktor harga dan negosiasi harga, ketiga adalah faktor kemudahan dan kenyamanan, dan yang terakhir adalah faktor transparansi dan kemudahan pengguna.

Kata kunci: konsumen, pembelian, barang bekas, OLX, minat, pertimbangan

ABSTRACT

The background in this study is that researchers want to know the interests considered by consumers in purchasing used goods on OLX. The formulation of the problem in this study is what are considered by consumers in purchasing used goods on OLX? The methodology used by researchers is a qualitative method by taking 13 people as informants, and the data collection technique used is interviews. The data analysis technique in this research uses narrative analysis. From the results of this study, 4 factors were found to be the reason why consumers are interested in purchasing used goods on OLX, namely the first is the diversity of product choices, the second is the price factor and price negotiation, the third is the convenience and comfort factor, and the last is the transparency factor and user convenience.

Keywords: consumer, purchase, secondhand, OLX, interest, consideration

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang sangat makmur. Kekayaan akan sumber daya alam tersebut dapat dijadikan sebagai modal untuk mengembangkan perekonomian negara yang lebih maju. Hal ini dapat dicapai dengan menghasilkan produk yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan. Dunia bisnis saat ini telah berkembang dan menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Dalam mengembangkan usaha, seorang pengusaha harus melakukan dua hal, yaitu kemampuan menghasilkan produk dan kemampuan bersaing dengan pengusaha lain.

Di zaman yang semakin maju ini, setiap negara juga diharuskan mampu untuk bisa menyusul perkembangan teknologi yang semakin maju. Termasuk Negara Indonesia yang telah memasuki era globalisasi. Di mana teknologi semakin dibutuhkan untuk mempermudah pekerjaan masyarakat Indonesia. Mulai dari berbelanja, belajar, bahkan bekerja. Semuanya bisa dilakukan hanya di android, smartphone yang hampir semua orang punya.

Indonesia termasuk sebagai salah satu negara yang menggunakan internet terbanyak di dunia. Dengan adanya teknologi informasi internet, berhasil memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Teknologi internet, berhasil mengubah lifestyle masyarakat Indonesia yang primitif dan tradisional menjadi masyarakat kekinian yang semakin terdepan. Internet merupakan bagian dari media massa yang disajikan secara online. Internet

merupakan penemuan yang paling berpengaruh dalam sejarah manusia. Karena internet berhasil mengubah banyak aspek kehidupan manusia. Berkat kecanggihan teknologi internet ini, dunia seakan terasa kecil karena manusia tidak lagi mengenal batas ruang dan waktu. Mereka bebas menjelajahi apa saja di dunia.

Perkembangan internet telah memunculkan banyak media online yang semakin populer di kalangan masyarakat umum. Salah satunya adalah platform online yang menjual barang bekas, yaitu OLX. Situs ini juga menawarkan segala jenis barang bekas, mulai dari barang kecil seperti aksesoris, dan pakaian hingga barang besar seperti properti dan berbagai macam kendaraan yang masih layak pakai. Pemanfaatan barang bekas adalah usaha atau aktifitas manusia untuk menggubakan benda atau barang yang sudah tidak terpakai lagi untuk dijadikan barang baru yang memiliki nilai yang lebih tinggi (Yuliarti, 2017).

Platform OLX nyatanya banyak diminati oleh masyarakat karena harga yang terjangkau. Walaupun barang di jual adalah barang second, akan tetapi kualitas yang diperjual belikan memiliki kualitas yang cukup bagus. Minat beli adalah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk (Kotler : 2014). Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk

Sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian, ada beberapa poin penting yang kini menjadi pertimbangan konsumen terdapat di antara tujuan pembelian dan pilihan pembelian (Aldoko, Suharyono, & Yuliyanto, 2016). Faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk membeli barang bekas di OLX pertama dikarenakan harganya yang terjangkau, ditambah ketika melakukan transaksi pembeli dapat melakukan penawaran harga terhadap penjualnya. Sehingga bisa ditemukan harga yang pas diantara kedua belah pihak dan saling menguntungkan satu sama lain.

Faktor kedua, adalah keberagaman produk yang disediakan oleh platform OLX. Dimulai dari properti, elektronik, otomotif, kendaraan, bahkan berbagai jenis alat rumah tangga. Kemudian faktor ketiganya, adalah kemudahan dan kenyamanan. Ketika melakukan pembelian online di OLX, pembeli tidak perlu membuang waktu, dan hanya perlu membuka dari handphone atau laptop saja, saat akan melakukan pembelian. Dan pembeli bisa melakukan. Faktor terakhir yang menyebabkan masyarakat melakukan pembelian di platform online OLX, yaitu transparansi ulasan para pembeli yang sudah melakukan pembelian di OLX. Hal ini akan menimbulkan rasa percaya terhadap pembeli, sebelum mereka melakukan pembeliannya.

Perkembangan internet telah memunculkan banyak media online yang semakin populer di kalangan masyarakat umum. Jejaring sosial seperti internet sekarang tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi dan komunikasi. Namun juga sebagai tempat jual beli di jejaring sosial. Perkembangan internet telah melahirkan banyak media online yang sudah dikenal oleh masyarakat umum. Gaya hidup baru internet adalah pemasaran online (bisnis online).

2. METODE PENELITIAN

Pada dasarnya metode adalah sebuah cara untuk mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, tujuan umum penelitian adalah untuk memperjelas suatu masalah yang sedang diteliti oleh peneliti. Menurut Sugishirono (2019:18), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari keadaan suatu object yang alamiah (secara nyata, bukan secara eksperimen). Peneliti merupakan wahana utama, teknik pengkoleksian data yang dilakukan dengan cara triangulasi (kombinatorial), analisis data bersifat induktif atau kualitatif. Namun, menurut Hendryadi et al., (2019: 218) metode kualitatif adalah proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena sosial alam. Metode penelitian ini lebih menekankan penulisan kata-kata dalam

bentuk deskriptif daripada menggunakan angka. Metode penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada proses pelaksanaan penelitian itu sendiri daripada pada hasilnya.

Penelitian kualitatif bertujuan pada interpretasi ideografis pemahaman daripada generalisasi. Menurut buku Qomariyatus Sholihah Pengantar Metodologi Penelitian (2020), penelitian kualitatif adalah proses mengamati atau mengamati suatu objek secara mendetail dengan menggunakan pengalaman sebagai dasar analisis. Metode ini sering digunakan dalam penelitian ilmu sosial. Namun di sisi lain, menurut Denzin dan Lincoln (dalam Salam, 2014, hlm. 26) memperjelas bahwa kata 'kualitatif' dalam istilah 'penelitian kualitatif' menitikberatkan pada 'proses' dan 'makna' yang tidak diuji secara rinci dalam hal quantity, jumlah, intensitas atau frekuensi. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model analisis naratif. Mengenai jenis penelitian, kami akan langsung menjelaskan isi penelitian berdasarkan hasil wawancara dari narasumber.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

FAKTOR KEBERAGAMAN PILIHAN PRODUK

Produk pada umumnya adalah central point dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan objek utama dari perusahaan yang dapat dipasarkan kepada masyarakat untuk dikonsumsi, serta merupakan alat bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Pemilihan produk yang baik membantu bisnis membujuk konsumen untuk berkunjung dan membeli. Dengan perkembangan teknologi dan internet di Indonesia, produsen menangkap peluang yang menggiurkan. Internet juga mencakup bentuk distribusi yang semakin modern, seperti penjualan barang di toko online.

Orang-orang sekarang membeli media online dan mengkonsumsinya terutama melalui perangkat seluler. Saat berbelanja, pada dasarnya tidak ada spesifikasi mengenai jumlah dan jenis produk yang ditampilkan di etalase toko online. Tapi pikirkan sejenak tentang pentingnya toko online itu sendiri.

Artinya, jenis produk yang ditawarkan juga harus berubah. Hal ini juga dilakukan melalui OLX, sebuah platform online untuk penjualan barang bekas. OLX menjual barang bekas dalam berbagai kategori dan pilihan. Di era digital sekarang ini, jual beli barang secara online kini sudah menjadi hal yang lumrah. Mengingat nama-nama marketplace online bekas sangat sering berada di ranah publik, seharusnya OLX sudah tidak asing lagi bagi banyak orang. OLX dikenal sebagai situs pre-sale online terbesar dan terlengkap di Indonesia.

OLX mampu menunjukkan komitmennya untuk menjadi marketplace online barang bekas terbesar dan terlengkap hingga saat ini. Menurut Indrasari (2019:29), "Penggolongan produk adalah kumpulan seluruh produk dan objek yang ditawarkan oleh penjual tertentu kepada pembeli." Berdasarkan kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa variasi produk adalah kelengkapan atau pemilihan variasi produk dan komoditas dari kelompok produk yang berbeda yang memiliki identitas produk yang sama.

Kode yang berbeda untuk setiap produk juga melengkapi ketersediaan produk di gerai retail dan dapat menarik perhatian konsumen terhadap pemilihan produk yang akan dijual. Kami juga bertujuan untuk memaksimalkan penjualan dengan memungkinkan konsumen mnyelexi produk mana yang akan dibeli. Konsisten dengan teori yang dikutip di atas bahwa keragaman produk penting dalam distribusi. Berbagai macam produk memungkinkan konsumen untuk menetapkan keputusan berbagai produk yang mereka butuhkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

FAKTOR HARGA DAN NEGOSIASI

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah penetapan harga. Perusahaan dengan harga bagus meningkatkan pembelian konsumen. Harga memainkan peran yang sangat penting dalam bauran pemasaran karena harga menghasilkan pendapatan

perusahaan sementara elemen lain menghasilkan harga. Harga produk yang ditawarkan di OLX cukup murah, oleh karena itu konsumen tertarik untuk membeli barang bekas dari OLX.

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, adalah ketika value yang dinikmati lebih besar atau sebanding dengan uang yang sudah dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. Jika konsumen menganggap bahwa value produk tersebut kurang dari uang yang dikeluarkan, maka konsumen akan berpikir bahwa produk itu mahal. Sehingga memungkinkan untuk konsumen cenderung tidak akan melakukan pembelian lagi. Konsumen seringkali membandingkan suatu harga produk dengan produk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa harga dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam menilai produk yang ditawarkan. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi harga yang ditawarkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:78) mengartikan bahwa indikator harga, ketika konsumen dapat menggapai dan cocok dengan harga yang telah ditetapkan. Biasanya terdapat beberapa jenis produk di dalam sebuah merk, dimana harganya juga beragam, dimulai dari yang termurah hingga yang termahal. Teori ini juga disetujui oleh beberapa informan yang telah diwawancarai. Mereka menjadikan harga sebagai salah satu alasan, dalam membeli barang di OLX.

Selain harga murah, negosiasi juga bisa dilakukan di platform OLX. Jika harga tersebut telah harga yang disetujui dari kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli. Itu artinya proses negosiasi telah berhasil dilakukan. Karena pada dasarnya negosiasi adalah cara bagi kedua belah pihak untuk melakukan komunikasi dari dua arah, yang bertujuan untuk mencapai kesepakatan atas perbedaan pendapat yang timbul dari kesamaan atau perbedaan kepentingan di antara para pihak.

Parmitasari (2019:50-63) berpendapat, bahwa negosiasi adalah salah satu cara perundingan yang dilakukan dua pihak, dan di dalam negosiasi terdapat proses tawar-menawar di antara para pihak. Ada pihak yang melakukan dari sisi tawar-menawar (offer) kepada pihak lain, sedangkan yang satunya menerima (accept) dari pihak yang lainnya.

FAKTOR KEMUDAHAN DAN KENYAMANAN

Hal ini berkaitan dengan bagaimana transaksi pembelian dilakukan secara online. Biasanya pembeli yang awam akan menghadapi kesulitan saat pertama kali melakukan bisnis online, karena terhalang oleh faktor keamanan dan belum mengetahui cara melakukan pembelian secara online. Di sisi lain, ada juga calon pembeli yang akan memiliki inisiatif untuk mencoba, karena tahu cara berbisnis di Internet. Menurut (Park & Kim, 2006) dalam (Furi et al., 2020) mengatakan bahwa keamanan akan dirasakan, jika toko mampu untuk menjaga dan mengontrol data konsumen pada saat melakukan transaksi online.

Situs belanja online yang baik akan memberikan petunjuk untuk melakukan pembelian secara online, mulai dari metode dan fitur pembayaran hingga cara mengisi formulir pembelian. Berkat faktor kemudahan yang tersedia, pelanggan dapat melakukan pembelian produk yang diinginkan selama 24 jam sehari dan di mana saja. Pelanggan yang berbelanja online tidak perlu lagi mengemudi jauh dan membuang waktu untuk mencari dan memeriksa produk yang mereka inginkan tersedia atau tidak. Platform OLX juga memiliki fitur yang memudahkan konsumen dalam mencari produk untuk dibeli dan melakukan pembelian. Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang akan percaya, bahwa dengan menggunakan teknologi akan terbebas dari stres mental dan fisik.

FAKTOR TRANSPARANSI DAN ULASAN PENGGUNA

Transparansi pada hakekatnya adalah membuka akses informasi untuk publik terkait informasi yang diperoleh dengan benar dan tepat. Hak masyarakat untuk menemukan, mendapatkan dan menggunakan informasi sesuai dengan keperluannya telah dilindungi oleh regulasi yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat informasi yang adil. Menurut

Nurhayati (2017) mengatakan bahwa definisi transparansi adalah memberikan sebuah data informasi yang terbuka dan jujur kepada masyarakat luas. Dan masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka (transparasi) sebuah informasi penting. Adanya transparansi dan keterbukaan data kepada konsumen, menjadikan OLX platform penjualan barang bekas secara online yang terpercaya oleh masyarakat umum.

Sedangkan menurut penelitian Ichsan, dkk (2018) consumer review adalah suatu opini atau gagasan yang didapatkan dari pengalaman pribadi seseorang, dan bertujuan untuk diberikan kepada konsumen sebagai bentuk kritik dan saran dari layanan yang didapatkan, maupun terhadap produk yang telah dibeli dari suatu bisnis. Consumer review bisa membantu penjualan dari pihak penjual, dan dapat membantu konsumen dari pihak pembeli untuk mendapatkan gambaran terkait produk yang akan dibelinya. Sehingga penjual bisa mendapatkan bukti respon positif dari salah satu konsumen, dan konsumen lainnya yang akan membeli merasa tidak ditipu, sehingga berani untuk melakukan pembelian.

4. KESIMPULAN

KESIMPULAN

Berdasarkan Kemajuan teknologi saat ini dapat dirasakan karena sudah berhasil mempengaruhi aspek aktivitas kegiatan, mulai dari transportasi, komunikasi, dan ilmu pengetahuan sehingga gaya hidup masyarakat dari yang bergaya tradisional berubah menjadi lebih modern dengan memanfaatkan teknologi yang sudah ada saat ini. Salah satu perkembangan teknologi itu adalah terciptanya dunia maya. Yang mana merupakan beberapa media sosial, aplikasi, berita dan hiburan dapat diakses melalui jaringan internet. Bahkan aktivitas berbelanjapun dapat dilakukan dari rumah hanya dengan menggunakan alat elektronik melalui internet yang dikenal dengan onlineshop. Barang yang dijual di platform online juga berbagai macam jenisnya. Termasuk barang second, juga dijual di sebuah platform, yaitu OLX. Barang bekas yang diperjualbelikan pada umumnya bukanlah barang baru. Akan tetapi barang yang dijual tersebut masih memiliki kualitas dan harga yang terjangkau untuk digunakan.

Dari hasil pembahasan dari penulias di atas dapat disimpulkan, sebagai berikut :

- a) Barang bekas yang diperjual belikan di OLX sangat beragam jenisnya. Sehingga hal ini yang membuat informan tertarik untuk mengunjungi platform online OLX daripada konvensional store. Banyak dari informan yang membeli barang bekas, sebagai alternatif atau barang substitusi yang sudah mereka miliki sebelumnya. Sehingga para informan bisa membeli berbagai jenis barang yang mereka inginkan atau butuhkan dalam waktu yang sama dan cepat. Hal ini dikarenakan antisipasi konsumen akan ketiadaan barang yang akan mereka beli saat sampai di konvensional store. Karena bisa saja barang yang mereka cari tidak ada setelah mereka sampai di tempatnya, dan hanya akan menghabiskan waktu dan tenaga.
- b) Barang bekas yang dijual di OLX biasanya akan lebih murah dibandingkan dengan platform online lainnya. Banyak dari informan yang sudah membandingkan harga di platform OLX dengan platform lainnya, dan terbukti OLX menawarkan harga yang lebih terjangkau. Hal ini dikarenakan, OLX menjual barang bekas atau second hand, yang sudah terpakai dengan orang lain sebelumnya. Alasan yang membuat harga barang bekas tersebut murah, sebagian besar karena penjual di OLX adalah pemilik asli dari barang yang dijual tersebut. Sehingga wajar, jika pemiliknya memberikan harga yang murah, dikarenakan penjualan dilakukan tanpa adanya perantara. Selain itu, Ketika melakukan transaksi di OLX, informan bisa melakukan negosiasi harga sebelum melakukan pembelian, sehingga informan bisa mendapatkan harga terbaik yang sesuai dengan budget mereka.

- c) Fitur dalam platform OLX juga sangat mudah digunakan dan dipahami. Membeli barang bekas di OLX lebih mudah dan menghemat waktu, dibandingkan dengan membeli barang bekas secara langsung di konvensional store. Hal ini membuat informan tidak perlu keluar rumah, mereka hanya perlu melakukan pembelian melalui ponsel kapanpun dan dimanapun sambil bersantai di rumah. Jika mereka ingin tahu bentuk dan model dari barang tersebut, informan hanya perlu melihatnya melalui foto dan deskripsi. Atau bisa juga menggunakan fitur chat yang tersedia untuk langsung berkomunikasi dengan penjual, tanpa harus tatap muka. Tidak hanya kemudahan saja yang dilihat oleh informan, melainkan kenyamanan dalam belanja barang bekas. Baik dari segi pelayanan dan karakteristik aplikasi yang mudah digunakan. Selain itu platform OLX ini sangat terpercaya yang sudah diketahui oleh masyarakat luas.
- d) Walaupun OLX menjual barang bekas, akan tetapi kualitasnya tidak bisa diremehkan. Kualitas barang yang tersedia di OLX cukup bagus, dan membuat informan puas. Karena bagusnya kualitas, meningkatkan kepercayaan konsumen pada OLX. Begitu juga dengan review dan transparansi informasi barang bekas yang diberikan oleh OLX. Hal ini juga memungkinkan informan untuk mengecek keaslian dan kebenaran informasi yang diberikan oleh penjual dari keterbukaan deskripsi barang tersebut.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut : OLX perlu meningkatkan dan mempertahankan terus kualitas barang bekas, harga, serta kemudahan fitur aplikasi pada platform OLX, dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Serta melakukan ekspansi informasi (iklan), agar semakin banyak masyarakat yang menggunakan OLX sebagai sarana jual beli barang bekas secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, Z., Februadi, A., Senalajari, W., & Kunci, K. 2021. Mengukur Tingkat Persepsi Risiko Konsumen Terhadap Produk Pakaian Bekas. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 4–5.
- Faozi, I., & Handayani, S. 2019. Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, hal 44–52. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/354>
- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. 2022. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, Jilid 1 (edisi 2), hal 256–271.
- Gofur, A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Jilid 4 (edisi 1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Haque, M. G. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, Jilid 21 (edisi 134), hal 31–38.

- Hayati, S. 2019. Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Barang Bekas Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, Jilid 7 (edisi 2), hal 259–278.
- Kristianto, A. H., & Usman. 2020. Kemudahan Aplikasi Dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *Jurnal Maneksi*, Jilid 9 (edisi 2), hal 389–395.
- Meylani, N. D. 2017. Pengaruh Kemudahan Belanja Onlinedan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei pada pembeli yang tergabung di grup Facebook OLX Malang). *Jurnal Sketsa Bisnis*, Jilid 4 (edisi 2), hal 97–107.
- Parmitasari, I. 2019. PERAN PENTING NEGOSIASI DALAM SUATU KONTRAK Oleh : Indah Parmitasari , Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Negotiations are an important element in the preparation of contracts , negotiations occur at the precontractual . In negotiations , the part. *Jurnal Literasi Hukum*, hal 50–63.
- Pradnyaning Putri, N. M. N., & Mayasari, I. D. A. D. 2022. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Barang Bekas (Preloved) Melalui E-Commerce. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, Jilid 10 (edisi 5). <https://doi.org/10.24843/ks.2022.v10.i05.p16>