

Penyelesaian Sengketa dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial Terhadap Barang yang Tidak Sesuai Kesepakatan

^ΩDhaluliyah Enalita¹, Sufirman Rahman², Hasbuddin Khalid³

¹Fakultas Hukum, Universitas Muslim Indonesia

²Fakultas Hukum, Universitas Muslim Indonesia

³Fakultas Hukum, Universitas Muslim Indonesia

^ΩSurel Koresponden: dhaluliyahenalitaaa@gmail.com

Abstract:

The purpose of the research is to find out and analyse how dispute resolution in buying and selling transactions through social media against non-conforming goods. This research method uses normative research methods. And the results of this study explain that dispute resolution in online buying and selling agreements through social media can be pursued in litigation and non-litigation. Dispute resolution through non-litigation can be carried out by means of mediation, consolidation or arbitration. The more favourable non-litigation dispute resolution is by way of mediation, where the mediator helps the parties to compromise to find a way out of the dispute according to the agreement of the parties so that the parties can accept it properly. Recommendations in this study, Suggestions to the government, namely that it is necessary to carry out continuous monitoring and evaluation, especially to the Ministry of Trade and the Ministry of Communication and Information, or to form a special commission to supervise online trading with the aim of monitoring in the field of online trading so that fraud or fraud does not often occur in buying and selling transactions online.

Keywords: Dispute, Social Media, Goods

Abstrak:

Tujuan Penelitian untuk untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif. Dan hasil dari penelitian ini menjelaskan Penyelesaian sengketa dalam perjanjian jual beli secara online melalui media sosial dapat ditempuh secara litigasi dan non litigasi. Penyelesaian sengketa melalui non litigasi dapat dilaksanakan dengan cara mediasi, konsolidasi atau arbitrase. Penyelesaian sengketa secara non litigasi yang lebih menguntungkan adalah dengan cara mediasi, dimana mediator membantu para pihak untuk berkompromi untuk mencari jalan keluar dari sengketa sesuai kesepakatan para pihak sehingga para pihak bisa menerima dengan baik.. Rekomendasi dalam penelitian ini, Saran kepada pemerintah yaitu supaya perlu melakukan pemantuan dan evaluasi secara terus menerus khususnya kepada

Departemen Perdagangan dan Departemen Kominfo, atau untuk membentuk komisi khusus pengawasan terhadap perdagangan online dengan tujuan pemantauan dalam bidang perdagangan online supaya tidak sering terjadi kecurangan atau penipuan di dalam transaksi jual beli secara online.

Kata Kunci: *Senketa, Media Sosial, Barang*

PENDAHULUAN

Terlibat dalam transaksi komersial melalui platform media sosial telah menjadi pilihan yang menarik dan disukai banyak konsumen masa kini, tanpa memandang gender. Tren ini diperkuat dengan temuan Pew Research Center yang menunjukkan bahwa konsumen tertarik pada transaksi media sosial karena kemudahan menemukan produk yang diinginkan, kemampuan membandingkan harga, dan kemudahan menyelesaikan pembayaran melalui transfer. Alhasil, konsumen bisa dengan nyaman menunggu datangnya barang pembeliannya tanpa perlu keluar rumah.¹

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat di Indonesia merupakan penopang untuk pertumbuhan ekonomi bagi negara Indonesia. Pengaruh yang sangat kuat yang dimunculkan oleh kemajuan teknologi pada semua aspek kehidupan telah semakin meluas pada beragam tantangan potensial yang dihadapi oleh individu-individu, bisnis dan masyarakat pada umumnya.²

Pengaturan mengenai transaksi jual beli pada umumnya diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata, khususnya Buku III tentang Kewajiban, meliputi Bab I sampai dengan V dan berbagai pasal terkait yang menjadi asas hukum umum. Namun transaksi perdagangan elektronik diatur secara jelas dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.³

Ketentuan tentang perjanjian jual beli yang diatur dalam KUH Perdata, karena sesuai dengan Pasal 1458 KUH Perdata yang berbunyi jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak sewaktu mereka telah mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar. Atas dasar pasal tersebut, terlihat bahwa

¹ Nur Rianto Al Arif, M. *Penjualan Online Berbasis Media Social Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan, 23(1), hlm, 25

² Hasbuddin Khalid, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Pemoangan Saldo OVO Pada Transaksi GRAB-Food Yang Tidak Selesai*, (Juni 2023) Jurnal Tana Mana, 4(1), hlm.1

³ Sautunnida, Lia, (2008), *Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Kajian Menurut Buku III KUPerdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Universitas Syiah Kuala: Fakultas Hukum. Hlm. 35

perjanjian dianggap telah ada sejak tercapai kata sepakat, meskipun barang yang diperjanjikan belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.⁴

Menurut Pasal 1457 KUH Perdata, perjanjian jual beli diartikan sebagai “perjanjian dimana salah satu pihak mengikatkan diri untuk mengalihkan suatu benda dan pihak yang lain mengikatkan diri untuk membayar harga yang telah disepakati”. Dalam konteks transaksi elektronik, Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) menjelaskannya sebagai “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”⁵

Pemahaman ini menunjukkan adanya kesamaan: kedua situasi tersebut menimbulkan adanya hubungan hukum antara pihak-pihak yang bertransaksi. Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE merespons perkembangan KUH Perdata dan menjawab kebutuhan masa kini masyarakat yang berteknologi maju. Seiring dengan pemanfaatan media internet dalam transaksi tersebut, maka perjanjian atau kontrak yang terbentuk juga dilakukan secara online. Pasal 1 ayat (17) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE memperjelas hal tersebut dengan menyatakan, “kontrak elektronik adalah perjanjian antar pihak yang dilakukan melalui sistem elektronik.” Sama seperti perjanjian jual beli tradisional, perjanjian yang dilakukan melalui Instagram dimulai dengan penawaran dan penerimaan.⁶

Penawaran adalah tindakan dimana seseorang mengajukan ajakan untuk mengadakan suatu perjanjian. Dalam kasus Instagram, penjual menyajikan penawaran dengan menampilkan barang dagangan di timeline Instagram mereka, yang dapat dilihat oleh calon pembeli. Diikuti dengan penerimaan dari pembeli. Penjualan yang dilakukan di platform media sosial mendapat manfaat dari sistem penawaran dan interaksi yang mudah, sehingga menarik banyak peminat yang tertarik untuk melakukan transaksi melalui saluran ini.⁷

Pada zaman perkembangan teknologi yang sudah maju seperti saat ini, kita sering mendengar mengenai jual beli melalui media sosial atau online atau kita sendiri pernah melakukan transaksi jual beli melalui media sosial atau *online* tersebut, jual beli yang dilakukan secara media sosial atau online atau biasa juga disebut melalui jaringan internet, Hal tersebut datang dikarenakan

⁴ Sufirman Rahman dan Ilham Abbas, (2023), *Hukum Dalam Jual Beli Tanah*, Aceh Utara: Sefa Media Utama, hlm. 2

⁵ Sautunnida, Lia, (2008), *Op.Cit. hlm. 35*.

⁶ *Ibid.* hlm, 43

⁷ Sirait, Ningrum, (2008), *Makalah Hukum Bisnis Kontrak Internasional*, Medan: Fakultas Hukum USU, hlm.22

semakin berkembang pesatnya suatu teknologi yang ada hingga saat ini yang semakin lama semakin berkembang dengan cepat yang bertujuan untuk semakin memudahkan kegiatan masyarakat dalam bertransaksi jual beli, sejalan dengan semakin berkembangnya pesatnya teknologi yang hadir sampai saat ini, transaksi jual beli dapat dilakukan tanpa mengenal tempat, cara pembayaran dan waktu dan yang lain-lain karena yang paling terpenting pelaku jual beli membawa network komputer yang memiliki dengan media internet tersebut.

Transaksi secara *online* di Indonesia berpijak pada Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun untuk keabsahannya tetap berdasar pada aturan dalam KUHPdata khususnya pengaturan mengenai syarat sahnya perjanjian yaitu Pasal 1320 KUHPdata. Dalam penelitian ini pihak-pihak yang terlibat didalam transaksi jual beli online atau disebut sebagai subjek hukum yaitu : Pelaku Usaha yaitu penjual atau pihak yang menyediakan dan menjual barang dan/atau jasa.

Media Sosial saat ini menjadi alat transaksi jual beli online yang pada dasarnya sama dengan jual beli secara konvensional yang membedakan hanya media yang digunakan seperti, Facebook, Instagram, Tiktok dan masih banyak lagi. Platform ini dimaksimalkan oleh para pelaku usaha untuk membrending produk-produk yang bermacam-macam sehingga hal ini dapat mempermudah konsumen dalam melakukan aktivitas jual beli secara *online*. Akan tetapi menggunakan media elektronik ini sangat diperlukan rasa kepercayaan dan ketelitian yang tinggi karena pelaku usaha dan konsumen tidak saling bertatap muka, sehingga pada platform-platform tersebut sudah memiliki fitur yang mendukung terkait dengan keamanan identitas konsumen maupun para pelaku usaha dan kesepakatan terkait dengan besar kecilnya nominal harga produk yang sudah ditentukan.⁸

Jual beli melalui media *online* memberikan ketergantungan yang sangat luar biasa pada pembeli, dikarenakan jika pembeli ingin berbelanja tidak usah repot untuk keluar rumah, selain itu banyak pilihan barang atau jasa dengan harga yang lebih murah. Bisa dibayangkan ada juga hal yang negatif maupun positif. Dikatakan negatif karena menempatkan konsumen pada posisi yang lebih lemah dari pelaku usaha, yang dapat menimbulkan kekecewaan dan kerugian.

Suatu bidang usaha harus dapat mengenalkan diri dari produk-produk yang mereka jual sehingga konsumen yang belum tahu akan dapat mengenalnya dan yang sudah mengetahui akan

⁸ Dedi Harianto, (2010), *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, hlm 141

semakin percaya. Sehingga dengan begitu bidang usaha tersebut akan mudah mendapatkan perhatian dari masyarakat. Dari adanya pembelian secara online, timbul masalah-masalah yang dialami konsumen seperti di dalam pembeliannya terdapat barang yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan, atau terdapat kecacatan pada barang tersebut. Hal ini yang dapat merugikan pihak konsumen.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum atau Yuridis Normatif (*Legal Reserch*), yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder.⁹ Disebut juga penelitian doktrinal, dimana hukum seringkali dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.¹⁰

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Sosial

Secara umum pengaturan suatu tindak pidana penipuan terdapat dalam Pasal 378 KUHP. Pasal ini tidak spesifik mengatur tentang penipuan dalam online, melainkan mengatur penipuan secara keseluruhan (dalam bentuk pokok). Pasal 378 KUHP mengatur tentang tindakan yang dimaksudkan untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan menggunakan nama atau martabat palsu, dengan tipu muslihat atau dengan kebohongan untuk menyerahkan sesuatu yang bernilai kepadanya, maka diancam karena melakukan tindakan penipuan dengan pidana paling lama 4 (empat) tahun.

Subyek hukum dalam jual beli secara online adalah penjual (produsen) dan pembeli (konsumen). Para pihak dalam jual beli secara online melakukan transaksi perdagangan melalui teknologi informasi berupa internet sehingga melahirkan perjanjian. Dalam perjanjian tersebut terdapat dokumen elektronik yang dapat dijadikan sebagai alat bukti elektronik untuk menghindari adanya penyalahgunaan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab yang berupa kejahatan perdagangan secara elektronik. Untuk itu diperlukan perlindungan hukum untuk melindungi para subyek hukum yang melakukan transaksi perdagangan melalui internet. Wanprestasi adalah suatu sikap dimana seseorang tidak dapat memenuhi atau lalai

⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, (2013), *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm 13

¹⁰ Amiruddin dan Zainal Asikin, (2006), *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm 118

melaksanakan kewajiban sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dan debitur.¹¹

Dalam hal jual beli maka debitur dan kreditur dianggap sebagai produsen dan konsumen. Wanprestasi juga berarti kelalaian, kealpaan, cidera janji, tidak menepati kewajibannya dalam perjanjian.¹² Wanprestasi yang dibahas dalam tulisan ini adalah wanprestasi yang dilakukan oleh produsen. Konsumen yang mendapatkan perlakuan tidak menyenangkan, barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijelaskan di iklan, berhak atas perlindungan.

Wujud wanprestasi dapat berupa:¹³

1. Tidak melaksanakan prestasi sama sekali; Dalam hal ini sama sekali tidak memberikan prestasi. Hal ini dapat disebabkan karena produsen /konsumen tidak mungkin berprestasi lagi atau secara subjektif tidak ada gunanya lagi untuk berprestasi.
2. Produsen /konsumen melaksanakan tetapi tidak seperti yang diperjanjikan; Dalam hal ini produsen /konsumen berpikiran sudah melaksanakan prestasinya namun pada kenyataannya yang diterima oleh kreditur tidak sama seperti pikiran penjual/pembeli.
3. Produsen /konsumen melaksanakan tetapi tidak tepat waktu (terlambat); Dalam hal ini produsen /konsumen melaksanakan prestasinya, objek prestasinya juga benar namun tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.

Wanprestasi dapat diartikan bahwa terjadi perbuatan dari para pihak dalam perjanjian jual beli yang tidak sesuai dengan kesepakatan antara para pihak baik melanggar kesepakatan misalnya pihak produsen mengirimkan barang yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai yang tertera dalam keterangan gambar, atau sesuai gambar namun terdapat cacat yang tidak disampaikan sebelumnya, ataupun tidak melaksanakan kesepakatan misalnya pihak konsumen sudah membayar barang yang dipesan namun pihak produsen tidak mengirimkan barang segera atau menunda pengiriman atau bahkan tidak mengirimkan barang tersebut.

Penyelesaian sengketa jual beli secara online ketika terjadi wanprestasi:

¹¹ Abdul R Saliman, (2004), *Esensi Hukum Indonesia*, Jakarta: Kencana, hlm 38

¹² Simanjuntak, (2009), *Pokok-Pokok Hukum Perdata Indoensia*, Jakarta; Jembatan, hlm. 22

¹³ Satrio, (1999), *Hukum Perikatan*, Bandung: PT. Alumni, cet, 3,

1. Melalui Pengadilan

a. Aspek Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli

Prestasi adalah suatu yang wajib harus dipenuhi dalam setiap perikatan, apabila debitur tidak memenuhi prestasi sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian maka ia dikatakan wanprestasi. Pasal 65 ayat (5) UU Perdagangan: Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badanusaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya. Menurut Ridwan Syahrani, Wanprestasi seorang debitur dapat berupa 4 (empat) macam yaitu:¹⁴

- a. Sama sekali tidak memenuhi prestasi, artinya debitur sama sekali tidak memenuhi perikatan atau dengan kata lain debitur tidak melaksanakan isi perjanjian sebagaimana mestinya.
- b. Tidak tunai memenuhi prestasi atau prestasi dipenuhi sebagian, artinya bahwa debitur telah memenuhi prestasi tetapi hanya sebagian saja, sedangkan sebagian yang lain belum dibayarkan atau belum dilaksanakan.
- c. Terlambat memenuhi prestasi, bahwa debitur tidak memenuhi prestasi pada waktu yang ditentukan dalam perjanjian walaupun ia memenuhi prestasi secara keseluruhan.
- d. Keliru memenuhi prestasi, artinya bahwa debitur memenuhi prestasi dengan barang atau objek perjanjian yang salah. Dengan kata lain prestasi yang dibayarkan bukanlah yang ditentukan dalam perjanjian ataupun bukanlah yang diinginkan oleh kreditur.

Burgerlijk Wetboek mengatur bahwa apabila terjadi wanprestasi maka kreditur dapat memilih diantara kemungkinan tuntutan, antara lain yaitu :

- 1) Pemenuhan perikatan
- 2) Pemenuhan perikatan dengan ganti kerugian
- 3) ganti kerugiannya saja
- 4) Pembatalan perjanjian
- 5) Pembatalan perjanjian dengan ganti kerugian.

Apabila debitur hanya menuntut ganti kerugian saja maka ia dianggap telah melepaskan haknya untuk meminta pemenuhan dan pembatalan perjanjian, sedangkan apabila kreditur

¹⁴ Ridwan Syahrani, (1989), *Seluk Beluk dan Azaz-Azaz Hukum Perdata*, Bandung: Alumni, hlm 64

hanya menuntut pemenuhan perikatan maka tuntutan ini sebenarnya bukan sebagai sanksi atas kelalaian, sebab pemenuhan perikatan memang sejak semula harus dilaksanakan oleh debitur. Dalam hal adanya kewajiban ganti rugi oleh debitur, sebelumnya debitur harus terlebih dahulu dinyatakan dalam keadaan lalai (*Ingebrekestelling*). Lembaga pernyataan lalai ini adalah merupakan upaya hukum untuk sampai pada suatu fase yang mana debitur dinyatakan ingkar janji atau telah melakukan wanprestasi. Pasal 1243

Burgerlijk Wetboek menyebutkan bahwa penggantian biaya rugi dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, mulai diwajibkan apabila debitur telah dinyatakan lalai dalam memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya dalam tenggang waktu tertentu dilampauinya. Keadaan lalai ialah peringatan atau penyertaan dari kreditur tentang saat selambat-lambatnya debitur wajib memenuhi prestasi apabila saat debitur dilampauinya maka debitur dinyatakan telah ingkar janji atau Wanprestasi.¹⁵ Menurut Ridwan Syahrani, berpendapat bahwa perjanjian dimana prestasinya berupa memberi sesuatu atau untuk berbuat sesuatu, apabila debitur tidak memenuhi kewajibannya, maka untuk pemenuhan prestasi tersebut debitur harus lebih dahulu diberi teguran agar ia memenuhi kewajibannya, debitur yang tidak memenuhi prestasi setelah diberi teguran maka ia dianggap telah wanprestasi akan tetapi apabila wanprestasi tersebut terjadi pada perjanjian yang prestasinya dapat seketika dipenuhi, barang yang akan dijual sudah ada maka prestasi itu dapat dituntut supaya dipenuhi seketika.¹⁶ Akan tetapi apabila prestasi dalam perjanjian itu tidak dapat dipenuhi seketika, misalnya barang-barang yang akan dijual belum datang atau belum ada maka kepada debitur atau penjual diberi waktu untuk memenuhi prestasi tersebut.

Pengaturan mengenai cara memberikan teguran terhadap debitur untuk memenuhi prestasi, diatur dalam Pasal 1238 *Burgerlijk Wetboek*, namun setelah dikeluarkannya Surat Edaran Mahkamah Agung (SEMA) Nomor 3 Tahun 1963 tertanggal 5 September 1963, maka ketentuan Pasal 1238 tersebut menjadi tidak berlaku lagi. Dalam SEMA Nomor 3 Tahun 1968 dinyatakan bahwa pengiriman turunan surat gugatan kepada debitur atau tergugat dapat dianggap pengihan karena debitur atau tergugat masih menghindarkan terkabulkannya gugatan dengan membayar hutangnya sebelum hari sidang pengadilan.

¹⁵ Mariam Darus Badruzaman, (1994), *Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni, hlm 33

¹⁶ Ridwan Syahrani, (1989), *Op Cit*

Berdasarkan Pasal 1243 *Burgerlijk Wetboek*, ganti kerugian adalah penggantian biaya, rugi, dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perjanjian, barulah mulai diwajibkan apabila debitur setelah dinyatakan lalai memenuhi perjanjiannya tetap melalaikannya atau sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya. Sanksi yang dapat dibebankan kepada debitur yang tidak memenuhi prestasi dalam suatu perikatan untuk memberikan penggantian kerugian berupa biaya, rugi dan bunga disebut juga dengan ganti rugi. Biaya adalah segala pengeluaran atas ongkos yang nyata-nyata telah dikeluarkan oleh kreditur sedangkan rugi adalah segala kerugian karena musnahnya atau rusaknya barang-barang kreditur akibat kelalaian debitur, sementara itu bunga ialah segala keuangan yang diharapkan akan diperoleh atau sah di perhitungkan. Penyelesaian media lebih mengutamakan para pihak karena bertujuan untuk mencapai kompromi dari pihak karena bertujuan untuk mencapai kompromi dari pihak sehingga kesepakatan dapat di terima

B. Pengaturan Terhadap Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Dilakukan Melalui Media Sosial

Transaksi melalui internet atau yang sering disebut e-commerce (electronic commerce), pada dasarnya sudah dikenal di Indonesia dalam waktu yang cukup lama, terutama sejak dikenalnya credit cards, automated teller machines, dan telephone banking. Hanya saja akhirakhir ini istilah tersebut semakin banyak dikenal karena telah dipergunakan untuk keperluan yang luas, seperti dalam jual beli. Hubungan-hubungan hukum yang terjadi antara para pihak yang menggunakan fasilitas internet tersebut berdasarkan subyek hukum yang terlibat, dapat dikelompokkan dalam :¹⁷

1. Business to business Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah sering mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerjasama antara perusahaan itu
2. Business to customer Transaksi antara perusahaan dengan konsumen atau individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut.

¹⁷ Abdul Ghofur, (2010), *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University, hlm 82

Biasanya system yang digunakan adalah system web karena system ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

3. Customer to customer Transaksi jual beli yang terjadi antar individu dengan individu yang akan saling menjual barang.
4. Customer to business Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.
5. Customer to government. Pelayanan pemerintah terhadap warga negaranya melalui teknologi e-commerce, selain itu dapat digunakan untuk kerjasama antara pemerintah dengan pemerintah lain atau dengan perusahaan

Walaupun terdapat lima kelompok sebagaimana disebutkan diatas, namun pada dasarnya yang terkait dengan perjanjian jual beli hanya tiga kelompok yang pertama karena customer to business pada dasarnya melibatkan pihak yang sama dengan kelompok kedua di atas sedangkan customer to government jika terkait dengan jual beli, dapat dikelompokkan ke dalam kelompok kedua juga sedangkan kalau menyangkut kepentingan lain seperti pembayaran pajak, hal itu tidak terkait dengan ketentuan hukum dalam jual beli.¹⁸

Apabila kita bicara tentang ketentuan hukum yang mengatur tentang jual beli melalui internet ini, kita tidak dapat mengingkari bahwa hal ini pun tunduk pada ketentuan tentang jual beli pada umumnya karena yang membedakan antara keduanya hanyalah media yang digunakan sehingga apa pula dampak-dampak hukum tertentu yang perlu dicarikan ketentuan hukum yang mengatur tentang dampak-dampak tersebut. Berdasarkan hal diatas, yang menjadi pertanyaan bagaimana cara lahirnya perjanjian yang dilakukan melalui internet? Hal ini dapat dijawab bahwa lahirnya perjanjian juga merupakan pada saat tercapainya kesepakatan, yakni diterimanya penawaran yang dilakukan oleh salah satu pihak.¹⁹

Hanya saja yang perlu dikemukakan adalah bagaimana proses terjadinya penawaran dan penerimaan dalam jual beli melalui internet (e-commerce) tersebut. Dalam transaksi e-commerce yang melakukan penawaran adalah merchant atau pihak penjual yang memanfaatkan website untuk memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan kepada semua orang, kecuali kalau penawaran itu dilakukan melalui e-mail yang merupakan penawaran

¹⁸ Ahmadi Miru, (2010), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 99

¹⁹ Abdul halim (2005), *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum Di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, hlm 32

khusus kepada pemegang e-mail yang dituju. Penjual ini menyediakan semacam etalase yang memuat catalog tentang barang atau jasa yang ditawarkan.

Di samping itu, pembeli juga seolah-olah berjalan di depan etalase tersebut untuk memilih barang yang diinginkannya. Hanya saja bedanya dengan jika pembeli datang membeli langsung ke toko karena dengan ecommerce ini, pembeli tidak perlu harus ke luar rumah dan tidak perlu khawatir bahwa toko akan tutup pada jam-jam tertentu. Jika pembeli setuju untuk membeli barang-barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu yang ditawarkan oleh penjual, pembeli menyatakan persetujuannya melalui website, email, atau electronic data interchange, tergantung pada sybersystem tersebut.

Apabila para pihak telah setuju dengan jual beli tersebut, dilakukan pembayaran yang dapat dilakukan dengan system ATM, pembayaran cash, ataupun dengan perantara pihak ketiga seperti kartu kredit online atau check online. Dengan selesainya pembayaran, maka barang yang dibeli akan diantarkan oleh penjual, baik diantar sendiri ataupun melalui jasa pihak ketiga, dan biaya pengiriman ini biasanya sudah diperhitungkan dalam komponen harga sehingga pihak pembeli tidak perlu lagi untuk mengeluarkan uang untuk pengiriman barang.

20

Ketentuan yang mengatur tentang perjanjian yang terdapat dalam Buku III KUHPer yaitu memiliki sifat terbuka artinya ketentuan-ketentuannya dapat dikesampingkan, sehingga berfungsi mengatur saja. Jual beli melalui internet (online) pada dasarnya sama dengan jual beli pada umumnya, dimana jual beli terjadi ketika ada kesepakatan mengenai barang atau jasa yang diperjualbelikan serta harga atas barang atau jasa tersebut, yang membedakan hanya pada media yang digunakan, jika pada pada jual beli konvensional para pihak harus bertemu langsung disuatu tempat guna menyepakati mengenai apa yang akan diperjualbelikan serta berapa harga atas barang atau jasa tersebut. Sedangkan dalam e-commerce, proses transaksi yang terjadi memerlukan media internet sebagai media utamanya, sehingga proses jual beli terjadi tanpa perlu adanya pertemuan langsung antar para pihak.

E-commerce sebagai dampak dari perkembangan teknologi memberikan implikasi pada berbagai sektor, implikasi tersebut selalu berdampak pada sector hukum. Pengaturan terhadap ecommerce di Indonesia belum ada aturan yang secara khusus mengatur mengenai

²⁰ Ahmadi Miru, (2010), *Op Cit.* Hlm 76

masalah tersebut, yang umum dilakukan pengaturan mengenai ecommerce masih menggunakan aturan dalam Buku III KUHPer khususnya pengaturan mengenai masalah perjanjian.²¹

KESIMPULAN DAN SARAN

Penyelesaian sengketa dalam perjanjian jual beli secara online melalui media sosial dapat ditempuh secara litigasi dan non litigasi. Penyelesaian sengketa melalui non litigasi dapat dilaksanakan dengan cara mediasi, konsolidasi atau arbitrase. Penyelesaian sengketa secara non litigasi yang lebih menguntungkan adalah dengan cara mediasi, dimana mediator membantu para pihak untuk berkompromi untuk mencari jalan keluar dari sengketa sesuai kesepakatan para pihak sehingga para pihak bisa menerima dengan baik. Namun, cara ini memiliki kekurangan yaitu hasil kesepakatan tidak mengikat dan bersifat final karena hanya berbentuk kesepakatan para pihak. Saran kepada pemerintah yaitu supaya perlu melakukan pemantauan dan evaluasi secara terus menerus khususnya kepada Departemen Perdagangan dan Departemen Kominfo, atau untuk membentuk komisi khusus pengawasan terhadap perdagangan online dengan tujuan pemantauan dalam bidang perdagangan online supaya tidak sering terjadi kecurangan atau penipuan di dalam transaksi jual beli secara online.

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Penghargaan setinggi-tingginya penulis persembahkan kepada kedua orang tua khususnya surgaku mama tercinta terkasih dan tersayang Masita Ramluddin dan bapak Zaenal Arifin, yang tiada henti-hentinya menyebut penulis dalam setiap doanya, yang telah merawat, mendidik, membesarkan dengan penuh kasih sayang hingga penulis dapat tumbuh menjadi seorang yang tangguh, kuat dan mandiri serta memberi dukungan moril, materi kepada penulis.

REFERENSI

- 1) Abdulkadir Muhammad, (2004), *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- 2) Agus Yudha Hernoko, (2010), *Hukum Perjanjian (Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial)*, Jakarta: Penerbit Kencana
- 3) Aksara Sukses, (2013), *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer)*, Yogyakarta: Aksara Sukses

²¹ Freddy Haris, (2000), *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik*, Jakarta : UI, hlm 64

Legal Dialogica
Volume 1 Issue 1

- 4) Amiruddin dan Zainal Asikin, (2006), Pengantar Metode Penelitian Hukum, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- 5) Dedi Harianto, (2010), Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan, Ghalia Indonesia
- 6) Gunawan Wijaya dan Kartini Muljadi, (2003), Seri Hukum Perikatan, Cet.1, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- 7) HS. Salim, (2008), Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW), Cetakan Keenam, Jakarta: Sinar Grafika.
- 8) Ibrahim Jhony. (2007), Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif, Malang: Bayu Media Publishing
- 9) J. Satrio, (1992), Hukum Perjanjian (Perjanjian Pada Umumnya), Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- 10) Lon Safko dan David K. Brake, (2009), The Sosial Media Bible
- 11) M. Moch. Isnaeni, (2016), Perjanjian Jual Beli, Bandung: PT. Refika Aditama
- 12) M. Yahya Harahap. (1982), Segio-Segi Hukum Perjanjian, Bandung: Penerbit Alumni
- 13) Muhammad Syifuddin, (2012), Hukum Kontrak Memahami Kontrak Dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogma, Dan Praktik Hukum, (Segi Pengayaan Hukum Perikatan), Bandung: CV. Mandar Mau