



Penerapan Asas Konsensualisme Dan Penyelesaian Masalah Dalam Perjanjian Jual Beli Online

Application of the Principle of Consensualism and Problem Resolution in Online Buying and Selling Agreements

1st Ramadhan Guntur Widodo^{*a}

^a Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta

*Correspondence: c100200370@student.ums.ac.id

Abstract

As time went by, science and technology continued to develop, and online commerce was born and is still developing today. The purpose of this research is to determine the application of the principle of consent, which is one of the principles in sales contracts. This research uses normative legal investigation. The approach used is a conceptual approach and legal regulations. The sources of information that I use come from library materials consisting of primary, secondary and tertiary legal sources. The analysis used is qualitative. Based on the research results, sales contracts in electronic commerce are carried out through a click and point contract system. Legal protection in electronic commerce arises from the rights and obligations of the parties

Keywords: Online; buying and selling; consensualism; principles.

Abstrak

Seiring berjalannya waktu, ilmu pengetahuan dan teknologi terus berkembang, dan perdagangan online lahir dan masih berkembang hingga saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan asas persetujuan yang merupakan salah satu asas dalam kontrak penjualan. Penelitian ini menggunakan penyelidikan hukum normatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan konseptual dan regulasi hukum. Sumber informasi yang saya gunakan berasal dari bahan pustaka yang terdiri dari sumber hukum primer, sekunder, dan tersier. Analisis yang digunakan adalah kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, kontrak penjualan pada perdagangan elektronik dilakukan melalui sistem kontrak klik dan titik. Perlindungan hukum dalam perdagangan elektronik timbul dari hak dan kewajiban para pihak.

Kata kunci: Online; jual beli; konsensualisme; asas.

I. Pendahuluan

Era globalisasi yang saat ini semakin meluas tentu saja berdampak pada segala sektor yang ada di suatu negara. Entah itu sektor politik, sosial, budaya, maupun ekonomi. Dalam hal ini adalah sektor ekonomi yang menjadi topik hangat yang akan dibahas. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan yang terjadi di sektor ekonomi saat ini semakin bertambah. Sektor ekonomi sendiri adalah salah satu sektor yang sangat penting bagi keberlanjutan suatu negara, hal tersebut dikarenakan sektor ekonomilah yang menjadi tolak ukur suatu negara itu dikatakan sebagai negara maju atau negara berkembang. Dengan majunya ilmu pengetahuan dan teknologi di seluruh dunia saat ini, berpengaruh juga terhadap sistem perdagangan yang dilakukan oleh masyarakat. Tidak hanya sistem perdagangan konvensional yang dikenal, namun sekarang sudah mengenal sistem jual-beli online atau yang dikenal dengan nama e-commerce.

Sistem perdagangan konvensional adalah sistem perdagangan dimana kita dapat melihat secara langsung toko/lapak yang didirikan secara nyata dan dapat dilihat secara fisik oleh para pembeli. Sistem perdagangan inilah yang sejak dahulu sudah digunakan oleh masyarakat baik tradisional ataupun modern. Sistem perdagangan ini memiliki

kelebihan dan kekurangan, kelebihan yang dimaksud adalah dari segi pembeli yang dapat melihat secara langsung barang yang hendak dibeli, sehingga penerapan asas-asas perdagangan dapat terlaksana dengan baik tanpa adanya batasan ruang maupun waktu. (H.S, 2009)

Hal tersebut berbeda dengan sistem perdagangan online atau e-commerce ini. Dalam sistem perdagangan dengan e-commerce, penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung dan pembeli juga tidak dapat melihat barang yang akan dibelinya secara langsung, melainkan dengan jaringan komputer/internet. Namun, meskipun tidak dapat melihat barang secara langsung, tidak sedikit pula yang gemar berbelanja secara online seperti ini. Bahkan di beberapa negara maju, hal ini justru menjadi sebuah gaya hidup.

Keuntungan yang didapat dari berkembangnya e-commerce ini salah satunya adalah memberikan kemudahan bagi beberapa orang yang memiliki kesibukan yang penuh sehingga tidak sempat atau tidak memiliki waktu untuk mengunjungi toko secara langsung. Mereka biasanya memilih untuk berbelanja secara online. Selain itu, pertimbangan akan harga juga menjadi salah satu faktor pemicu dimana konsumen akan lebih tertarik dengan banyaknya diskon/potongan harga yang dikeluarkan oleh toko-toko online. Hal inilah yang sebenarnya memikat daya tarik dari konsumen. (N, 2018)

Keuntungan yang sama juga dirasakan oleh pihak penjual, dimana penjual juga dapat melakukan pemangkasan waktu dan biaya yang disebabkan karena meningkatnya aktifitas dan rutinitas masyarakat sehingga waktu yang mereka miliki minim untuk mengunjungi toko konvensional. Selain itu, penjual yang memiliki bisnis e-commerce tidak perlu mengeluarkan biaya sewa tempat atau biaya menyewa toko secara fisik melainkan hanya melalui website ataupun media sosial yang dimilikinya. Hal tersebut tentu saja dapat mengurangi pengeluaran modal dari penjual. (N, 2018)

Tidak dapat dipungkiri, selain memiliki banyak keuntungan tidak menutup kemungkinan pula adanya kerugian yang ditimbulkan akibat sistem penjualan online ini. Masalah juga tidak mungkin bisa dihindari begitu saja, hal ini ditimbulkan akibat kurang berlaku secara efektifnya asas-asas yang diberlakukan dalam perdagangan dengan sistem e-commerce ini. (N, 2018)

Masalah-masalah yang sering ditemui adalah sering terjadinya ketidaksesuaian barang yang dipesan oleh pembeli dengan yang dikirim oleh penjual, selain itu juga sering terjadi masalah yang timbul dari pihak pembeli yang membatalkan pesanan secara sepihak sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi pihak penjual dalam bisnis online. Tak jarang pula ditemui kasus dimana masalah timbul karena kurir ekspedisi yang kesulitan menemukan alamat rumah hingga mungkin sering terjadi sabotase terhadap barang yang akan diantar.

Dalam suatu sistem jual-beli, di dalamnya pasti mengandung kesepakatan dua belah pihak antara pihak pembeli dan penjual. Setelah terjadi kesepakatan antara dua belah pihak, maka yang harus dilakukan oleh pembeli adalah melakukan pembayaran, entah dengan transfer ataupun sistem COD (Cash On Delivery). Tindakan selanjutnya baru penjual akan mengirimkan barang yang sudah dipesan. Dalam hal ini, kembali lagi kepada hakikat penjualan online yang memang tidak mempertemukan pembeli dan penjual sehingga keduanya tidak bisa bertransaksi

ataupun bernegosiasi secara langsung. Nilai minus yang didapat adalah konsumen tidak memiliki akses untuk melihat kualitas barang yang dipesan secara fisik. Oleh karena itu, kendala utama dalam hal ini adalah dalam hal penerapan asas konsensualisme para pihak, dalam praktiknya jual-beli online adanya para pihak yang mungkin melakukan wanprestasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan asas konsensualisme dalam proses transaksi jual-beli *online*?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi pembeli ataupun penjual yang melakukan transaksi perdagangan melalui *e-commerce*?

II. Metode Penulisan

Penelitian yang Penulis tulis ini menggunakan jenis penelitian yuridis-normatif yang di dalamnya memuat pembahasan mengenai doktrin dan asas-asas ilmu hukum yang berkesesuaian dengan topik yang sedang dibahas. Acuan dalam penulisan penelitian ini adalah terhadap peraturan perundang-undangan dan beberapa putusan pengadilan yang sesuai. Sehingga metode pendekatan penulisan ini menggunakan pendekatan perundang-undangan atau *statue approach*. Penulis menggunakan bahan hukum primer dan sekunder diantaranya adalah Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Selain itu, juga menggunakan putusan hakim yang relevan dengan penelitian tersebut. Penulis menggunakan metode pengumpulan data yakni identifikasi dan hasil penelaahan dari bahan pustaka diantaranya artikel jurnal ilmiah, buku-buku, dan hasil penelitian terdahulu. (Ali, 2017)

III. Pembahasan

Penerapan Asas Konsensualisme Dalam Perdagangan Jual-Beli Online

E-commerce dirasakan oleh para pebisnis sebagai jalan baru untuk pertumbuhan dan peningkatan peluang bisnis yang ada. Hal ini juga dapat menghemat biaya operasional yang harus ditanggung oleh pelaku ekonomi, seperti perlunya menyisihkan ruang yang luas untuk menyimpan dan memajang barang yang dijualnya. E-commerce juga memberi Anda akses yang sangat luas dan tidak terbatas kepada pelanggan di seluruh dunia. Terakhir, pelaku ekonomi dapat memaksimalkan jam operasional usahanya dengan bekerja sepanjang waktu.. (Wirawan, 2008)

Ada banyak asas dalam hukum kontrak, antara lain asas konsensualisme yang artinya suatu kontrak selesai setelah tercapai kesepakatan. Apabila telah tercapai kesepakatan antara para pihak, maka kesepakatan itu telah selesai, meskipun pada saat itu kesepakatan tersebut belum dilaksanakan. Artinya, dibuatnya suatu perjanjian antara para

pihak menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak, atau sebagaimana lazim dikatakan bahwa perjanjian itu mengikat para pihak dan wajib memenuhi kontrak.

Akad jual beli dalam media elektronik merupakan perluasan dari konsep akad jual beli yang diatur dalam KUH Perdata, dan mempunyai dasar hukum bagi transaksi dan penjualan tradisional menurut KUH Perdata. Bedanya dengan kontrak penjualan, kontrak penjualan di Internet bersifat istimewa karena mengandung unsur peran media dan perangkat elektronik yang dominan. (Kantaatmadja, 2001)

Dalam suatu transaksi, kontrak muncul tergantung pada media yang digunakan untuk membuat kontrak, seperti email atau situs web (forum). Seperti yang sering terjadi pada situs jual beli online, kontrak dapat diselesaikan melalui email, messenger, atau bahkan dengan membalas topik di situs tersebut. Kontrak terbentuk ketika pembeli mengkonfirmasi email konfirmasi pembelian yang dikirimkan penjual, membayar sejumlah yang disepakati, dan mengirimkan bukti pembayaran ke alamat email penjual. Berbeda dengan kontrak yang diselesaikan melalui situs web seperti play-asia.com atau ebay.com atau melalui lelang online, play-asia.com melakukan semua proses transaksi pembelian dengan bantuan komputer, sehingga tidak ada kontak dua arah. Hal ini terjadi pada transaksi lelang online, dimana calon pembeli melakukan penawaran harga (bid) dan tercapai kesepakatan, padahal harga yang diminta pembeli belum tentu merupakan harga transaksi. Sebab, apabila calon pembeli mengajukan penawaran harga, penawaran tersebut tidak dapat ditarik kembali dan apabila harga tersebut merupakan harga akhir lelang, maka calon pembeli wajib membayar harga yang ditawarkan. (Muhtarom, 2014)

Perdagangan elektronik juga melibatkan prinsip konsensualisme, atau persetujuan kedua belah pihak. Penawaran dan penerimaan ini merupakan awal dari kontrak antara pihak-pihak yang terlibat. Proses penawaran dan penerimaan online tidak berbeda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. Perbedaannya hanya pada media yang digunakan. Dalam perdagangan elektronik, media yang digunakan adalah Internet. Pasal 19 UU ITE menyebutkan "*Pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib menggunakan sistem elektronik yang disepakati.*" . Sebelum transaksi elektronik berlangsung, para pihak menyepakati sistem elektronik yang akan digunakan untuk melakukan transaksi. Kecuali para pihak sepakat sebaliknya, transaksi elektronik terjadi dalam pengertian Pasal 20 (1) UUIITE yakni, "*Ketika tawaran transaksi yang dikirimkan oleh pengirim diterima dan diterima oleh penerima. Dalam hal ini, transaksi elektronik hanya terjadi ketika penawaran dikirimkan kepada penerima dan dia setuju untuk menerima penawaran tersebut setelah menerima penawaran secara elektronik.*" . Pasal 20 Ayat (2) UU ITE disebutkan "*Persetujuan atas penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.*" .

Dalam sistem jual beli melalui internet, konsumen terlebih dahulu mengunjungi website tertentu dengan mengakses alamat website toko online yang menjual produk. Setelah mengunjungi website, konsumen cukup menelusuri menu dan memilih barang yang ingin dibeli. Misalnya klik sepeda, klik sepeda, merek apa yang Anda sukai? Klik untuk memilih harga yang sesuai dan, jika sesuai, klik untuk menyelesaikan transaksi dengan menyetujui persyaratan yang ditetapkan oleh kedua belah pihak. Setelah kontrak digital tercapai, operator ekonomi mengirimkan nomor

rekening dan alamat kepada konsumen, dan konsumen menunggu sekitar satu minggu hingga barang tiba. (Misbahuddin, 2012)

Pengguna dapat menggunakan teori penerimaan, yang didasarkan pada gagasan pembentukan kontrak dan menyatakan bahwa kontrak dibuat ketika vendor online mendapat tanggapan langsung dari pelanggan atau pembeli. Saat membeli dan menjual produk secara online, ada beberapa macam kontrak. Satu, dua, atau tiga klik adalah teknik atau pola yang digunakan. Setiap individu mempunyai kualitas yang unik. Ketiga proses ini biasanya diikuti ketika satu pihak menyetujui sesuatu dengan pihak lain. (Nurwulan, 2019)

Upaya Perlindungan Hukum Pembeli dan Penjual Yang Menggunakan Media Online

Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi yang memungkinkan terjadinya perdagangan barang dan jasa dengan konsumen melintasi batas wilayah, perlindungan konsumen menjadi isu penting yang memerlukan perhatian terus-menerus. (Makarim, 2004) Konsumen sebagai pembeli dan penjual sebagai pelaku ekonomi harus dilindungi secara hukum. Namun posisi konsumen secara umum lebih lemah dibandingkan dengan pelaku ekonomi. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat kesadaran mereka akan hak, sumber daya keuangan, dan daya tawar. Sekalipun sistem hukum tidak dapat menjembatani kesenjangan tersebut. Sistem hukum harus ditempatkan pada tempat yang adil, dimana hubungan antara konsumen dan pelaku ekonomi didasarkan pada keinginan bersama dan tingkat saling ketergantungan yang relatif tinggi. (Admiral, 2018)

Kedudukan konsumen harus dilindungi dengan peraturan perundang-undangan, karena salah satu sifat dan tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (pengarahan) kepada masyarakat. Kepastian hukum merupakan hak konsumen yang harus diwujudkan guna mencapai perlindungan tersebut bagi masyarakat. Pembeli dan penjual sepeda motor melalui internet perlu mempertimbangkan dengan cermat penawaran yang diberikan vendor dan badan usaha lainnya. Pelaku ekonomi sering kali menyediakan produk fiktif dengan harga rendah dalam upaya menarik pelanggan. (Dharma, 2014)

Sebelum memesan suatu produk, konsumen harus memastikan bahwa mereka memberikan nomor telepon dan alamat lengkap yang dapat dihubungi kepada pedagang. Jika Anda tertarik dengan salah satu item yang terdaftar, silakan hubungi kami terlebih dahulu. Biasanya pembeli akan menghubungi Anda langsung melalui telepon untuk memastikan apakah barang tersebut benar-benar ada dan pembeli akan menanyakan spesifikasi barang yang ingin dibelinya. Jika disetujui, pembeli langsung membayar barangnya, setelah itu barang akan dikirim. Untuk tujuan perlindungan hukum bagi pelaku usaha/penjual, pelaku usaha wajib mencantumkan identitasnya pada website.

Berdasarkan temuan penulis, masih banyak toko online yang tidak memberikan alamat unik atau informasi identitas badan usaha lainnya, namun hanya menampilkan nomor telepon dan alamat email. Pencantuman ID ini diharapkan dapat memberikan kepastian hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi.

Melalui *e-commerce*, pelaku bisnis dapat menawarkan produk kepada pelanggan tanpa terlebih dahulu menampilkan keadaan fisik produk tersebut. Pelaku ekonomi memiliki banyak peluang untuk menjual barang yang kualitasnya tidak sesuai dengan yang dijanjikan dalam situasi ini. Pada kenyataannya, pembeli mungkin tidak mengakui legitimasi pelaku bisnis yang memasarkan produk dan jasa. Akibatnya, sebagian besar pelaku ekonomi terlibat dalam perdagangan elektronik yang curang. Padahal, Pasal 7 huruf d UUPK menyebutkan bahwa “*pelaku ekonomi memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba suatu barang atau jasa tertentu dan memberikan jaminan atau jaminan terhadap barang yang diproduksi atau diperdagangkan.*”

Pada prinsipnya sebagaimana disebutkan di atas, para pihak dalam penjualan elektronik mempunyai hak dan kewajiban masing-masing. Karena penjual/operator/merchant adalah pihak yang menawarkan produk di Internet, maka penjual bertanggung jawab menyediakan produk secara akurat dan jujur diberikan kepada pembeli atau konsumen.

Selain itu, agar barang yang ditawarkan memenuhi syarat sebagai barang dagangan dan layak untuk dijual, penjual harus menyediakan barang yang halal secara hukum, artinya barang tersebut tidak melanggar undang-undang atau aturan apa pun dan bebas dari kerusakan dan kesalahan yang disembunyikan. Pengiriman barang atau jasa yang dipesan pelanggan juga merupakan tanggung jawab penjual. (Warmadewa, 2017) Dengan demikian pembeli tidak akan mengalami kerugian apapun akibat penjualan tersebut. Sebaliknya, pedagang atau pemilik usaha berhak memungut uang dari pembeli atau konsumen atas barang yang dijualnya serta perlindungan dari oknum pembeli atau konsumen selama barang tersebut diangkut. menyelesaikan transaksi pembelian dan penjualan secara online. Oleh karena itu, pembeli diharuskan untuk melakukan hal tersebut

IV. Penutup

Berdasarkan uraian penyusun tersebut di atas, maka penyusun menarik kesimpulan yaitu:

1. Penyelesaian kontrak penjualan di *e-commerce* dilakukan dengan menggunakan kontrak klik dan titik. Pasalnya, metode ini merupakan cara praktis untuk menyelesaikan kontrak jual beli dalam perdagangan elektronik. Dalam hal ini, kontrak yang dibuat secara online (kontrak *e-commerce*) memiliki akibat hukum yang sama dengan kontrak tradisional. Namun, kontrak tersebut memiliki karakteristik dan penekanan yang berbeda dibandingkan kontrak yang biasanya dibuat dalam transaksi jual beli tradisional.
2. Adanya kewajiban memberikan ganti rugi/ kompensasi apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kontrak. Lebih lanjut, perlindungan hukum terhadap penjual dalam UU ITE diatur dalam Pasal 20 yang menyatakan bahwa “kecuali para pihak menentukan lain, transaksi elektronik didasarkan pada penerimaan dan penerimaan oleh penerima atas tawaran transaksi yang dikirimkan oleh pengirim.”. Itu terjadi ketika Hal ini sesuai dengan asas hukum perdata yang menyatakan bahwa suatu persetujuan hanya dapat dicapai apabila telah tercapai kesepakatan.

Daftar Pustaka

- Admiral. (2018). Aspek Hukum Kontrak Leasing dan Kontrak Financing. *UIR Law Review*, 2(2).
- Ali, P. D. (2017). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Dharma, L. S. (2014). Pembatalan Perjanjian Jual Beli Online Secara Sepihak Oleh Lazada (Studi Kasus). *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 6(2).
- H.S, S. (2009). *Hukum Kontrak "Teori & Teknik Penyusunan Kontrak"*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Indonesia, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Indonesia, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Indonesia, Undang-Undang 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang RI No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Kantaatmadja, M. K. (2001). *Cyberlaw: Suatu Pengantar*. Bandung: ELIPS.
- Makarim, E. (2004). *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Misbahuddin. (2012). *E-Commerce Dan Hukum Islam*. Makassar: Alauddin University Press.
- Muhtarom, M. (2014). Asas-Asas Hukum Perjanjian: Suatu Landasan Dalam Pembuatan Kontrak. *SUHUF*, 26(1).
- N, W. I. (2018). Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual-Beli Online. *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum*, 6(8).
- Nurwullan, S. &. (2019). Asas Konsensualisme dalam Penambahan Klausula Kontrak Berdasarkan Prinsip Itikad Baik. *Jurnal Hukum*, 1(1).
- Warmadewa, I. M. (2017). Akibat Hukum Wanprestasi dalam Perjanjian Baku. *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum*.
- Wirawan, D. (2008). *Perjanjian Jual Beli Melalui Forum Dalam Sebuah Website Ditinjau Dari Aspek Hukum*. Depok: Universitas Indonesia.