



ANALISIS YURIDIS DAN EMPIRIS TENTANG PERJANJIAN JUAL BELI BERBASIS ELEKTRONIK: SEBAGAI INSTRUMEN DALAM PENYUSUNAN BUKU AJAR HUKUM KONTRAK BERBASIS ELEKTRONIK

Djumardin* , Salim HS., & Muhaimin

Universitas Mataram

corresponding email : djumardinh@unram.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengkaji dan menganalisis tentang: (1) momentum terjadinya perjanjian jual beli secara elektronik, (2) pembatalan perjanjian jual beli melalui sistem elektronik,, (3) kasus-kasus yang muncul dalam perjanjian jual beli melalui sistem elektronik, dan (4) penyusunan buku “Hukum Kontrak Berbasis Elektronik”. Metode yang digunakan disajikan berikut ini. Jenis penelitian ini, yaitu penelitian hukum normatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu (1) pendekatan undang-undang (statute approach), dan (2) pendekatan sosiologis (sociolegal approach). Sumber datanya berasal dari data lapangan kepustakaan. dan bahan hukumnya, yaitu bahan hukum primer, sekunder dan tertier. Sampelnya, yaitu penjual dan pembeli secara elektronik. Teknik pengumpulan datanya, yaitu menggunakan wawancara dan studi dokumenter. Analisis datanya, menggunakan analisis kualitatif. Hasil penelitian, disajikan berikut ini. 1. Momentum terjadinya perjanjian jual beli secara elektronik adalah sejak terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang harga dan barang, di mana kesepakatan itu dilakukan melalui instagram, facebook maupun whatsapp. 2. Perjanjian jual beli secara elektronik tidak dapat dibatalkan, namun barang yang dibeli dapat ditukar dengan barang lain, yang kualitas dan ukuran yang sama atau berbeda dengan barang lainnya. Namun, pembelilah yang akan menanggung biaya pengiriman barang, baik kepada penjual maupun pengiriman kembali kepada pembeli. 3. Kasus-kasus yang muncul dalam perjanjian jual beli melalui sistem elektronik adalah (1) barang yang dipesan tidak sesuai dengan kualitas, terutama warna dan ukurannya, sehingga barang itu tidak digunakan oleh pembeli, dan (2) barang yang dipesan oleh pembeli tidak sesuai dengan yang dipesan, karena barang yang dipesan itu dikirim kepada pihak lainnya. Apabila hal itu, maka penjual barang meminta kepada penerima barang untuk mengembalikan barang tersebut kepada penjual. Selanjutnya penjual mengirim kembali kepada pembeli. Segala biaya pengirimannya ditanggung oleh penjual.

Kata Kunci : Perjanjian jual beli secara elektronik

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hukum kontrak merupakan salah satu norma hukum yang selalu mengikuti dinamika masyarakat dan perkembangan teknologi. Hal ini disebabkan karena adanya asas kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang

Hukum Perdata, yang selanjutnya disebut KUH Perdata. Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, yang menyatakan bahwa:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Asas kebebasan berkontrak, adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk: (1) membuat atau tidak membuat perjanjian; (2) mengadakan perjanjian dengan siapa pun, (3) menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya, dan (4) menentukan bentuknya perjanjian, yaitu tertulis atau lisan.¹

Salah satu perkembangan yang nampak saat ini, yaitu adanya sistem perdagangan yang menggunakan cara elektronik, yang lazim disebut dengan *electronic commerce*. Electronic commerce is:

*“Based on speed, convenience and efficiency”.*²

Esensi perdagangan secara elektronik adalah cepat, mudah, dan efisien.

Berbagai transaksi perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan cara elektronik adalah, seperti, jual beli, perjanjian pinjam meminjam, perjanjian kemitraan, sewa menyewa dan lain-lain.

Salah satu transaksi melalui sistem elektronik yang sangat pesat saat ini adalah jual beli secara elektronik. Jual beli secara elektronik merupakan jual beli yang menggunakan bantuan teknologi, seperti menggunakan computer, HP, dan lainnya. Walaupun jual beli secara elektronik adalah cepat, mudah dan efisien, namun jual beli dengan cara ini banyak menimbulkan masalah, seperti apa yang disetujui oleh para pihak tidak selamanya sesuai dengan yang disampaikan atau yang dikirimkan kepada si pembeli. Hal ini, dapat dicontohkan, si A memesan baju, dengan merk batik sutra ukuran XL dengan harga Rp1,500,000,- namun yang dikirim adalah ukuran L dan warna baju yang dikirim tidak sesuai dengan kehendak atau keinginan dari pembeli. Akibatnya baju yang dipesan tidak cocok dengan badan si pemesan. Barang itu tidak dapat dikembalikan kepada penjual elektronik, namun dapat diganti dengan baju dengan ukuran yang dipesan. Namun, untuk mengembalikan baju yang telah dipesan, maka pembeli melalui sistem elektronik harus menanggung biaya pengirimannya, yaitu pembeli melalui sistem elektronik, begitu juga baju yang diganti dan akan dikirimkan kembali oleh penjual melalui sistem elektronik, maka pembeli melalui sistem elektronik juga dibebani untuk membayar ongkos kirimnya.

Berdasarkan hal di atas, maka yang dirugikan dalam jual beli elektronik adalah pembeli elektronik. Kerugian itu, tidak pada ongkos kirim, tetapi juga waktu, serta kerugian inmateriil.

¹ Salim HS, *Hukum Kontrak: Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hlm. 9..

² W. Harry Thurlow, “*Electronic Contracts In The United States And The European Union: Varying Approaches to the Elimination of Paper and Pen*”, EJCL, Vol. 5.3 November 2001, hlm. 1. <https://www.ejcl.org/53/art53-1.html> Akses, tanggal 20 Februari 2020,

B. TUJUAN KHUSUS

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang:

1. momentum terjadinya perjanjian jual beli secara elektronik,
2. pembatalan dan analisis kasus-kasus yang muncul dalam perjanjian jual beli melalui sistem elektronik.

II. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatannya

Penelitian ini merupakan gabungan dari penelitian hukum normatif dan hukum empiris. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu (1) pendekatan undang-undang (*statute approach*), (2) pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan sosiologis.³ Sumber data digunakan di dalam penelitian ini, yaitu data lapangan dan data kepustakaan. Data lapangan digunakan untuk melakukan wawancara terhadap penjual dan pembeli melalui sistem elektronik yang berkaitan dengan transaksi elektronik. Di dalam penelitian hukum normatif, data kepustakaan dapat dibedakan menjadi tiga jenis bahan hukum, yang meliputi bahan hukum primer, sekunder dan tertier.

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Mataram dan Yogyakarta. Pertimbangan dipilihnya lokasi tersebut adalah karena banyak penjual dan pembeli yang melakukan transaksi melalui sistem elektronik. Sampel dalam penelitian ini adalah penjual dan pembeli yang melakukan transaksi secara elektronik. Jumlah sampel yang dipilih sebanyak 10 orang, yang terdiri atas 9 pembeli dan satu orang penjual. Penjualnya, yaitu satu toko yang berada di Yogyakarta. Cara penentuan sampel dengan metode *purposive sampling*. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data kepustakaan, yaitu studi documenter dan teknik yang digunakan untuk pengumpulan data lapangan, yaitu wawancara secara mendalam. Untuk sampel di Yogyakarta, maka wawancaranya menggunakan alat elektronik, yaitu HP. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Momentum Terjadinya Perjanjian Jual Beli Secara Elektronik

Penawaran dan penerimaan disebut juga dengan *offer and acceptance*. Penawaran dikonsepsikan sebagai proses, cara atau perbuatan untuk menawarkan. Menawarkan dikonsepsikan sebagai perbuatan atau tindakan yang dilakukan penjual untuk menyampaikan kepada calon pembeli supaya pembeli mau membeli objek yang

3 Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 93.

ditawarkan oleh penjual, misalnya yang ditawarkan adalah barang-barang bergerak, seperti, baju, dan lainnya.

Di dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik telah ditentukan bahwa:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Informasi yang lengkap dan benar meliputi:

1. informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara;
2. informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan, seperti nama, alamat, dan deskripsi barang/jasa.⁴

Berdasarkan ketentuan itu, maka dalam praktiknya, khususnya dalam jual beli barang secara elektronik, maka penawaran barangnya dilakukan melalui:

1. intagram,
2. facebook,
3. email, dan
4. whatsapp.

Instagram adalah:

*“Sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri”*⁵

Ada empat fungsi dari instagram, yang meliputi:

1. interaksi antar pengguna instagram.
2. rekomendasi tempat liburan,
3. mencari dan berbagi info/ilmu pengetahuan, dan
4. sarana pemasaran (*marketing online*).⁶

Facebook adalah:

*“Sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi dengan pengguna lainnya di seluruh dunia. Frasa “Buku Muka” merupakan prinsip dasar yang membedakan facebook dengan jejaring sosialnya, yaitu menampilkan seluruh informasi dari pengguna tersebut. ”*⁷

Ada tiga manfaat pokok dari situs facebook, sebagaimana disajikan berikut.

1. Aspek personal. Manfaat yang dirasakan oleh setiap individu yang menggunakan facebook adalah sebagai:

⁴ Penjelasan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

⁵ Wikipedia, “Instagram”, <https://id.wikipedia.org/wiki>, akses tanggal, 15 Oktober 2020.

⁶ Hermawan, “Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet”, <https://www.nesabamedia.com>, akses, tanggal 27 Oktober 2020.

⁷ Irmayani Syafitri, “Pengertian Facebook Beserta Sejarah Dan Manfaat Facebook yang Jarang Diketahui Orang”, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-facebook/>, akses, tanggal 19 September 2020.

- a. tempat curhat,
 - b. tempat penyaluran hobi,
 - c. media hiburan,
 - d. memperoleh informasi terbaru,
 - e. mengisi waktu luang dan lainnya.
2. Aspek sosial. *Facebook* disebut juga dengan *social networking*, di mana *facebook* memberikan manfaat, yaitu sebagai media untuk berinteraksi dengan:
- a. orang lain dari berbagai tempat,
 - b. ajang untuk bertemu kawan lama,
 - c. menambah teman,
 - d. pertemuan orang yang memiliki hobi yang sama,
 - e. sharing berbagai konten dan masih banyak lagi.
3. Aspek ekonomi. *Facebook* juga menjadi salah satu media e-commerce, di mana menjadi tempat untuk mempromosikan suatu produk. Caranya pun begitu mudah untuk dilakukan, seperti memberikan:
- a. foto produk yang akan dijual, atau
 - b. memasang iklan untuk mencari mitra bisnis.⁸

Email (*electronic mail*) atau surat elektronik berfungsi sebagai alat pengirim pesan melalui perantara:

1. teknologi komputer,
2. laptop, dan
3. smartphone yang terhubung dengan jaringan internet.⁹

Email digunakan untuk mengirimkan data, baik dalam bentuk:

1. file teks,
2. gambar,
3. audio, ataupun
4. video.

Dengan menggunakan email, aktifitas pengiriman data, seperti misalnya surat menyurat jadi lebih mudah dan cepat dibandingkan menggunakan jasa manusia (pos).

WhatsApp atau sering juga disebut dengan WhatsApp Messenger adalah:

*“Platform aplikasi yang bisa digunakan untuk chatting atau mengirim pesan seperti SMS tanpa dikenai biaya pulsa sedikitpun hanya dengan internet saja”*¹⁰

Adapun tujuh manfaat dari whatsapp, yang meliputi:

1. sebagai media pendidikan,
2. berbagi informasi dan berita,

⁸ *Ibid*,

⁹ Salamadian, “Pengertian Email: Fungsi, Sejarah, Contoh & Cara Kerja Email”, <https://salamadian.com/pengertian-email-surat-elektronik/>, akses, tanggal, 25 September 2020.

¹⁰ Sinta Marist, “Pengertian WhatsApp: Sejarah, Manfaat, Kekurangan dan Kelebihan WhatsApp”, <https://www.mas-tekno.com/id/pengertian-whatsapp/>, akses, tanggal 30 Oktober 2020.

3. personal atau group chat.
4. membuat story/status.
5. media bisnis,
6. media komunitas, dan
7. video dan *voice call*. ”¹¹

Bagi seorang pengusaha, pedagang, maka manfaat utama dari cara penawaran di atas, adalah dalam rangka melakukan penawaran terhadap produk-produk yang dijualnya, dengan menampilkan foto-foto dari barang-barang yang dijualnya. Filosofi dari penawaran dengan cara itu, adalah agar pembeli dapat membeli barang-barang tersebut.

Di dalam berbagai instagram maupun facebook telah ditawarkan jenis-jenis barang-barang yang dijual oleh penjual kepada calon pembeli.

Dari penawaran yang disampaikan oleh penjual, baik melalui jaringan instagram, facebook, email, maupun whatsapp, maka calon pembeli akan membuka dan melihat penawaran yang disampaikan oleh penjual barang secara elektronik.

Dari penawaran itu, maka calon pembeli akan menanyakan lebih lanjut tentang apa yang ditawarkan oleh penjual melalui:

1. telepon,
2. wa, maupun
3. email.

Misalnya, barang yang ditawarkan oleh penjual adalah berupa batik sutra. Selanjutnya calon pembeli akan menanyakan kepada penjual tentang:

1. merknya,
2. warnanya,
3. ukurannya, dan
4. harganya.

Jawaban terhadap pertanyaan itu akan disampaikan oleh penjual kepada pembeli, baik melalui instagram, facebook, email, maupun whatsapp. Dalam praktik jual beli secara elektronik, para penjual menyampaikan informasi itu, melalui whatsapp. Jawabannya, berupa:

1. merknya, yaitu batik janoko,
2. warnanya coklat,
3. ukurannya L, dan
4. harganya Rp2.500,000.-,

Apabila informasi yang disampaikan oleh penjual barang secara elektronik disetujui oleh pembeli barang, maka ia akan menjawab “Ok”.

¹¹ Sinta Marist, “Pengertian WhatsApp: Sejarah, Manfaat, Kekurangan dan Kelebihan WhatsApp”, <https://www.mas-tekno.com/id/pengertian-whatsapp/>, akses, tanggal 20 Mei 2020.

Dari jawaban itu, maka penjual akan memastikan lagi kepada pembeli, apakah betul barang tersebut dan harganya, maka jawaban pembeli “Ok”, dan penjual juga menyatakan “Ok”.

Dengan memerhatikan gambaran di atas, maka momentum terjadinya perjanjian, yang dalam bahasa Inggris, disebut dengan *the momentum of the agreement*, sedangkan dalam bahasa Belanda, disebut dengan *het momentum van de overeenkomst*, yaitu saat terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga.

Subjek hukum dalam perjanjian jual beli secara elektronik dapat dilakukan oleh:

1. perorangan, dan/atau
2. badan usaha.

Syarat perorangan yang melakukan jual beli adalah telah berumur 21 tahun dan/atau sudah menikah. Badan usahanya dapat berbentuk:

1. berbadan hukum, dan
2. bukan badan hukum.

Badan hukum terdiri atas:

1. Perseroan Terbatas,
2. Koperasi, dan
3. Yayasan.

Subjek hukum yang bukan berbadan hukum adalah:

1. CV,
2. Firma, dan/atau
3. Usaha Dagang.

Barang dikonsepsikan sebagai benda yang menjadi objek perjanjian jual beli. Harga dikonsepsikan sebagai nilai uang yang harus dibayarkan oleh pembeli kepada penjual atas produk yang dijualnya.

Pada contoh di atas, bahwa menjadi objek dalam perjanjian itu berupa barang atau baju dengan:

1. merknya, yaitu batik janoko,
2. warnanya coklat, dan
3. ukurannya L.

Sementara itu, harga bajunya, yaitu Rp2,500,000.-

Dari uraian di atas, dapat dikemukakan bahwa momentum terjadinya kesepakatan dalam perjanjian jual beli secara elektronik adalah pada saat bertemunya dua keinginan atau kehendak, yaitu keinginan untuk menjual barang dan keinginan membeli barang. Kehendak penjual, yaitu menjual barang seharga Rp2,500,000.-, sedangkan kehendak dari pembeli adalah membeli barang seharga Rp2,500,000.-, mereknya, yaitu batik janoko, dan ukurannya L.

Bertemuanya dua kehendak itu disampaikan melalui HP atau whatsapp.

B. Pembatalan dan Analisis Kasus Perjanjian Jual Beli Melalui Sistem Elektronik

Kemajuan teknologi telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi secara elektronik, namun kenyataannya, keberadaan transaksi itu menimbulkan masalah bagi para pihak, terutama dalam perjanjian jual beli. Masalah-masalah itu, seperti, objek yang dikirim tidak sesuai dengan yang dipesan atau objek yang dikirim tidak sesuai dengan alamat yang disampaikan oleh pembeli kepada penjual. Yang menjadi pertanyaan, apakah jual beli yang dilakukan oleh para pihak dapat dibatalkan atau diganti dengan barang lainnya.

Pembatalan dikonsepsikan sebagai perjanjian yang dibuat oleh para pihak tidak berlaku atau tidak sah. Penggantian dikonsepsikan sebagai proses untuk menukar barang yang dikirim oleh penjual kepada pembeli, karena barang yang dikirim tidak sesuai dengan apa yang diminta oleh pembeli, seperti ukurannya kecil dan warnanya tidak sesuai dengan yang ditawarkan dalam instagram.

Pada prinsipnya, apabila hal itu terjadi, maka perjanjian jual beli itu dapat dimintakan pembatalan perjanjian. Berikut ini disajikan kasus-kasus yang terjadi dalam perjanjian jual beli secara elektronik cukup banyak, namun yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu (1) kasus pembatalan jual beli baju batik sutra, dan (2) barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang dikirim ke pembeli

Kedua kasus itu, disajikan berikut ini.

1. Kasus Pembatalan Jual Beli Baju Batik Sutra

A telah memesan baju melalui wakilnya, yaitu B. B telah memesan baju pada sebuah toko di Yogyakarta, yang disebut toko C untuk kepentingan si A. Jenis baju yang dipesan oleh si A melalui wakilnya, yaitu B. Ciri-ciri baju itu, disajikan berikut ini.

- a. Jenis bajunya, yaitu baju batik sutra
- b. Harga baju yang dipesan sebesar Rp1.500.000.-
- c. Ukurannya XL
- d. Warnanya coklat
- e. Ongkos kirimnya Rp50.000.-

Berdasarkan ciri-ciri itu, maka B telah memesan baju tersebut pada toko C di Yogyakarta. Toko C telah menyampaikan ciri dan harga baju yang harus dibayar oleh A melalui wakilnya, yaitu B sebesar Rp1,550,000.- A melalui wakilnya telah menyetujui harga tersebut. Jumlah uang tersebut ditransfer melalui rekening toko C. Berdasarkan transfer itu, maka toko C mengirimkan baju yang dipesan oleh A melalui Tiki. Namun, baju yang dipesan itu tidak sesuai dengan ukuran dan warna yang dipesan oleh A, sehingga A meminta kepada B untuk mengembalikan baju tersebut kepada Toko C. A sendiri tidak mau lagi membeli baju, walaupun diganti dengan warna dan ukuran lainnya. Sementara itu, Toko C tidak mau membatalkan perjanjian jual beli tersebut, karena barang sudah dikirimkan kepada A melalui wakilnya B. Tetapi toko C mau

mengganti baju dengan ukuran dan warna yang lainnya. Namun, A sendiri tetap pada pendiriannya bahwa baju tersebut harus dikembalikan kepada toko C dengan alasan tidak cocok dengan ukuran dan warna yang dipesannya. A sendiri tidak mau tahu tentang hubungan hukum antara B dengan toko C. Pertanyaannya, kini siapakah yang bertanggung jawab dan menanggung risiko pembatalan dari jual beli berbasis digital tersebut. Ada dua jawaban terhadap hal itu, yang meliputi:

- a. menggugat toko C, dan/atau
- b. B yang harus mengambil baju tersebut.

Untuk menggugat toko C sungguh sangat susah karena:

- a. lokasi jual beli di Yogyakarta dan gugatannya diajukan kepada Pengadilan Negeri Yogyakarta, dan
- b. biaya untuk berperkara sangat mahal, karena penggugatnya harus datang ke Yogyakarta untuk memasukkan gugatannya dan menghadiri sidang perkara yang diajukannya.

Cara yang terakhir yang harus dilakukan oleh si B, yaitu membayar baju tersebut kepada si A atau meminta kepada toko C untuk mengganti baju tersebut dengan warna dan ukuran sesuai dengan ukuran baju yang digunakan oleh B. Apabila upaya yang dilakukan oleh B, maka B harus:

- a. mengembalikan baju tersebut kepada C,
 - b. biaya pengembalian atau ongkos kirim untuk mengembalikan baju itu ditanggung oleh B sebesar Rp50.000.-, dan
 - c. biaya pengiriman dari Yogyakarta ke Mataram ditanggung oleh B sebesar Rp50.000.-
- Harga baju yang dibeli oleh B sendiri menjadi mahal, karena B harus menanggung biaya pengembalian dan pengiriman baju. Total harganya menjadi Rp1.700.000.-

Yang sangat dirugikan dari hubungan itu adalah B karena B harus membeli dan menanggung semua dari hubungan hukum tersebut, seperti kerugian atas ongkos kirim.

2. Barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang dikirim ke pembeli

Tri Maesara Putri (pembeli I) telah memesan sendok kayu dan mangkok kayu kepada penjual, yaitu Kikayu, alamat Denpasar, Bali. Objek yang dipesan:

- a. sendok dari kayu, dan
- b. jenis-jenis barang lainnya dari kayu.

Adapun duduk masalahnya, disajikan berikut ini. Barang yang dipesan tertukar dengan barang dari pembeli lainnya (pembeli II). Barang yang dibeli oleh pembeli dikirim oleh penjual kepada pembeli II di Jakarta Selatan. Sedangkan yang dikirim dan diterima oleh pembeli I adalah barang yang dipesan oleh pembeli II.

Pemecahan masalah itu, disajikan berikut ini.

- a. Pihak penjual telah mengusulkan kepada pembeli I dan pembeli II untuk dibuatkan group whatsapp. Tujuannya untuk mempermudah komunikasi antara pembeli yang berada di Mataram dengan pembeli yang berada di Jakarta Selatan.

- b. Pihak penjual mengusulkan supaya pihak pembeli I dan pembeli II untuk saling mengirimkan barang yang tertukar tersebut.
- c. Pembeli yang berada di Jakarta Selatan harus mengirimkan barang kepada pembeli I yang berada di Mataram sesuai dengan alamat masing-masing.
- d. Biaya pengiriman ditanggung keduanya oleh penjual.
- e. Kesalahannya ada penjual, sehingga penjual harus membayar ongkos kirim kepada masing-masing.

Yang rugi terhadap kesalahan mengirimkan benda, yaitu penjual karena ia harus menanggung biaya pengiriman barang. Sehingga keuntungan yang sedianya akan diperoleh menjadi berkurang, bahkan tidak ada sama sekali.¹²

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Momentum terjadinya perjanjian jual beli secara elektronik adalah sejak terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang harga dan barang, di mana kesepakatan itu dilakukan melalui instagram, facebook maupun whatsapp.
2. Perjanjian jual beli secara elektronik tidak dapat dibatalkan, namun barang yang dibeli dapat ditukar dengan barang lain, yang kualitas dan ukuran yang sama atau berbeda dengan barang lainnya. Namun, pembeli lah yang akan menanggung biaya pengiriman barang, baik kepada penjual maupun pengiriman kembali kepada pembeli.
3. Kasus-kasus yang muncul dalam perjanjian jual beli melalui sistem elektronik adalah (1) barang yang dipesan tidak sesuai dengan kualitas, terutama warna dan ukurannya, sehingga barang itu tidak digunakan oleh pembeli, dan (2) barang yang dipesan oleh pembeli tidak sesuai dengan yang dipesan, karena barang yang dipesan itu dikirim kepada pihak lainnya. Apabila hal itu terjadi, maka penjual barang meminta kepada penerima barang untuk mengembalikan barang tersebut kepada penjual. Selanjutnya penjual mengirim kembali kepada pembeli. Segala biaya pengirimannya ditanggung oleh penjual.

B. Saran

1. Diharapkan kepada pembeli supaya di dalam membeli barang secara elektronik dapat dilakukan secara hati-hati dan saksama, sehingga tidak menimbulkan kerugian.
2. Disarankan kepada pembentuk undang-undang agar dapat dibuatkan undang-undang yang berkaitan dengan perjanjian, baik secara konvensional maupun elektronik.

¹² Wawancara dengan Titi Maesarah Putri, tanggal 10 September 2020.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989).

Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2009).

Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosada Karya, 1989).

Salim HS, *Teknik Pembuatan Akta Satu*, (Jakarta: RadjaGrafindo, 2015),

Disertasi/Laporan Penelitian

Djumardin, H, H. Salim HS, dan H Muhaimin, “Pengesahan Akta Pendirian Yayasan: Sebagai Instrumen dalam Penyusunan Buku Ajar Teknik Pembuatan Akta Badan Usaha”. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mataram. Mataram, 2018.

Sahrudin, Salim HS., Djumardin dan Zainal Arifin Dilaga, “Kajian Empiris Terhadap Pelaksanaan Pasal 13 dan Pasal 27 Kontrak Karya Tentang Kewajiban Membayar Pajak dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Coorporate Social Responsibility*) PT Newmont Nusa Tenggara”, Lembaga Penelitian Universitas Mataram. Mataram, 2014, hlm. 81-82.

Salim HS, dkk., “Kajian Normatif Terhadap Pengesahan Akta Pendirian Koperasi: Sebagai Instrumen Dalam Penyusunan Buku Ajar Teknik Pembuatan Akta Koperasi”, Laporan Penelitian Univesitas Mataram, 2018, hlm. 5.

Peraturan Perundang-Undangan

KUH Perdata

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik.

Internet

Hermawan, “Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet”, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>, akses, tanggal 27 Oktober 2020.

Marist, Sinta, “Pengertian WhatsApp: Sejarah, Manfaat, Kekurangan dan Kelebihan WhatsApp”, <https://www.mastekno.com/>, akses, tanggal 30 Oktober 2020.

Salamadian, “Pengertian Email: Fungsi, Sejarah, Contoh & Cara Kerja Email”, <https://salamadian.com/pengertian-email-surat-elektronik/>, akses, tanggal, 25 September 2020.

Syafitri, Irmayani “Pengertian Facebook Beserta Sejarah Dan Manfaat Facebook yang

Jarang Diketahui Orang”, <https://www.nesabamedia.com>, akses, tanggal 19 September 2020.

Wawancara dengan Titi Maesarah Putri, tanggal 10 September 2020.

Wikipedia, “Instagram”, <https://id.wikipedia.org/wiki>, akses tanggal, 15 Oktober 2020.