

ASAS KONSENSUALISME DALAM PROSES CHECKOUT PADA JUAL BELI SECARA ONLINE DI MARKETPLACE

Ni Kadek Cantika Siska Yanti, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
cantikasya55@gmail.com

Putu Aras Samsithawrati, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:
samsithawrati@unud.ac.id

ABSTRAK

Artikel ditujukan untuk menganalisis keberadaan asas konsensualisme dalam proses checkout pada jual beli secara online di marketplace serta bagaimana akibat hukum yang didapatkan bagi pihak-pihak yang melanggar asas konsensualisme tersebut. Penelitian ini dirampungkan dengan metode penelitian normatif, dimana yang menjadi kajiannya adalah aspek-aspek hukum positif dengan menggunakan pendekatan kepustakaan. Kemudian, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa saat ini perkembangan teknologi terbelah sangat pesat hingga dapat melahirkan banyak sekali inovasi baru salah satunya adalah proses jual beli secara online yang dilakukan di marketplace. Jual beli secara online ini memiliki sistematis yang tidak jauh berbeda dibandingkan jual beli secara langsung. Hanya saja yang membedakannya adalah proses yang dilakukan tanpa melalui tatap muka. Salah satu tahapan penting yang terjadi ketika melakukan pembelian secara online adalah checkout yang mana tahap tersebut bertujuan untuk memastikan kembali barang yang akan dibeli pembeli. Setelah semua dirinci dengan benar oleh system, maka pembeli akan melakukan pembayaran dan checkout dan hal tersebut secara langsung sudah menimbulkan kesepakatan antara para pihak. Kesepakatan ini menjadi bentuk keberadaan asas konsensualisme dalam jual beli secara online di marketplace sebagaimana pada ketentuan Pasal 1458 KUHPPerdata. Selanjutnya diketahui bahwasanya kesepakatan yang timbul sudah menjadi hak serta kewajiban bagi para pihak, sehingga apabila terdapat salah satu pihak mengingkari kesepakatan tersebut, terdapat akibat hukum yang timbul didalamnya.

Kata Kunci: Checkout, Asas Konsensualisme, Akibat Hukum, Marketplace

ABSTRACT

This article aims to analyze the principle of consensualism in the credit process in the purchase and sale market and the legal consequences for those who violate the principle of consensualism. This research was completed using normative research methods, which resulted in the study of good legal practices using a literature approach. Then, the results of this study show the speed of technological development that can give birth to many new things, one of which is the process of buying and selling on the Internet that is done in the market. Buying and selling online is a system that is not very different from direct buying and selling. In contrast, the process is done without face-to-face contact. One of the most important stages that occur when buying an online store is the checkout, where it is expected to confirm what the customer is going to buy. After everything is correctly specified by the system, the customer will pay and confirm and this will immediately result in a contract between the parties. This agreement is an expression of the principle of consensualism in the sale and purchase in the market as regulated in Article 1458 of the Civil Code. In addition, it is known that the existing contract becomes the rights and obligations of the parties, so if one party breaks the contract, legal consequences will arise.

Key Words: Checkout, Consensus, Legal Consequences, Marketplace

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa sekarang ini, manusia sudah tak asing lagi dengan adanya kemajuan teknologi. Teknologi terus mengalami perkembangan seiring berkembangnya zaman. Perkembangan ini tentu ialah bentuk dari reaksi terhadap kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Tidak hanya kebutuhan pokok berupa pakaian, dan makanan, keperluan akan teknologi, komunikasi dan informasi juga turut digencarkan oleh manusia. Dimulai dari zaman pra sejarah, zaman dimana manusia baru mengenal teknologi yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri hingga abad-20 sampai sekarang, zaman dimana manusia sudah menemukan banyak sekali teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan manusia sepenuhnya.

Seiring dengan berkembangnya zaman, semakin banyak teknologi baru yang muncul ke permukaan sebagai bentuk inovasi dari kehidupan manusia. Salah satu dari inovasi teknologi tersebut di bidang teknologi dan informasi adalah *internet*. *Internet* seakan-akan menjadi teman hidup bagi manusia. *Internet* memberikan dampak yang cukup signifikan pada setiap aspek kehidupan. Salah satu akibat dari berkembangnya *internet* adalah kemunculan motif baru dalam melaksanakan proses jual beli. Jual beli kini tidak hanya dapat dilaksanakan secara langsung atau *offline* namun juga dapat dilaksanakan secara *online*. Salah satu jenis nyata dari suatu perjanjian adalah jual beli secara online pada saat transaksi.¹ Prosesi jual beli secara *online* ini kerap menggunakan sarana yang dikenal dengan nama *e-commerce*.² *E-commerce* ialah bisnis yang memanfaatkan ruang virtual sebagai tempat operasionalnya.³ Di *e-commerce* beberapa perusahaan memberikan fasilitas berupa ruang bagi pelaku usaha didalamnya untuk dapat menampilkan produk yang akan dijualnya. Hal ini membuat *e-commerce* semakin menarik dan semakin dibutuhkan.

Ruang tersebut menciptakan suatu pasar digital yang umumnya dikenal dengan sebutan *marketplace*.⁴ Didalamnya, *marketplace* berisi sejumlah pelaku usaha yang menjajakan produknya masing-masing untuk diperjual belikan. *Marketplace* memberikan dampak yang sangat meringankan beban para pelaku usahanya, khususnya usaha kecil dan menengah karena mereka tak perlu menyiapkan modal yang terlalu besar untuk memulai usahanya di *marketplace*. Sistematika penjualan dalam pasar digital ini tidak jauh berbeda dengan sistematika penjualan secara *offline* pada umumnya.

Di *e-commerce*, terdapat banyak jenis produk berupa barang maupun jasa yang akan disuguhkan ke pembeli yang dilengkapi dengan deskripsi serta harga dari produk tersebut. Di bagian deskripsi bisanya penjual mencantumkan informasi lengkap mengenai barang apa saja yang dijualnya. Setelah yakin dengan produk yang

¹Elfirda, Ade Putri. "Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online." *Jurnal Abdimas* Vol. 6, No. 1 (2023): 55-64.

²Srisadono, Wahyu. "Strategi perusahaan *e-commerce* membangun brand community di media sosial dalam meningkatkan omset penjualan." *Jurnal Pustaka Komunikasi* 1, No. 1 (2018): 167-179.

³Orinaldi, Mohammad. "Peran *E-commerce* dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi." *Journal of Shariah Economics Research* 4, no. 2 (2020): 36-53.

⁴Ahsyar, dkk. "E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru." *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi* 6, No. 1 (2020): 43-54.

dipilihnya, pembeli akan melanjutkan ke tahap transaksi, tahap ini dikenal dengan proses *checkout*. Dalam proses *checkout* ini akan ditampilkan halaman yang berisi rincian pesanan serta biaya yang harus dibayarkan pembeli. Hal ini bertujuan untuk memastikan kembali sebelum dilakukan transaksi. Biasanya proses *checkout* ini dikatakan berhasil apabila sistem di aplikasi telah menerima permintaan bayar dari pembeli.

Sistematika tersebut secara tidak langsung membentuk suatu perjanjian dan perikatan sebagaimana diatur pada ketentuan pasal 1458 KUHPerdara, yang pada intinya menegaskan bahwasanya proses jual beli dikatakan telah timbul antara pihak-pihak yang bersangkutan segera setelah pihak-pihak tersebut mencapai "pas" perihal barang maupun harga, meskipun barang tersebut belum sampai di tangan pembeli ataupun belum dibayarkan harganya.⁵

Setelah timbul sebuah kesepakatan, perjanjian antara para pihak tersebut akan menjadi sebuah hak serta kewajiban bagi tiap tiap pihak didalamnya. Kata sepakat kemudian menimbulkan suatu akibat hukum, sebagaimana dinyatakan oleh Sudikno. Akibat hukum tersebutlah yang membuat didalamnya terjadi hubungan hukum. Sebuah hubungan hukum timbul diantara subyek hukum satu dengan lain, yang dimana keduanya sama-sama berhak atas prestasi serta melakukan prestasi yang menjadi kewajibannya sesuai kesepakatan bersama.⁶

Sebagai contoh, terdapat sebuah *e-commerce* yang terkenal dalam hal jual beli secara online, dalam berbagai pelayanannya secara implisit sudah menerapkan asas konsensualisme. Tak jarang pula terjadi permasalahan akibat para pihak, baik penjual maupun pembeli melanggar asas konsensualisme didalamnya. Terdapat beberapa kasus yang dialami oleh penjual dan pembeli selama penggunaan aplikasi tersebut yang telah dirangkum dalam kolom media konsumen, yaitu; seperti (1) Produk tidak sesuai pesanan, (2) Penipuan bermodus COD oleh pembeli, (3) Penipuan dengan merekayasa *video unboxing*, menukar isi paket dan mengembalikan barang bekas dan rusak sehingga merugikan pihak penjual, dan masih banyak contoh lainnya yang membuktikan bahwa walaupun saat ini *e-commerce* menjadi salah satu *e-commerce* terlaris di Indonesia, ternyata masih banyak memiliki pengalaman-pengalaman buruk khususnya yang merupakan bentuk pelanggaran asas konsensualisme yang menjadi urgensi atau alasan mengapa topik asas konsensualisme dalam jual beli secara online di *e-commerce* ini penting untuk diangkat.

Pada umumnya, suatu perjanjian akan selalu didasarkan oleh adanya kesepakatan bagi tiap-tiap pihak yang dirasa mencukupi segala bentuk syarat "sah"nya sebuah perjanjian mengacu pada ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara. Lebih lanjut, bahasa yang digunakan dalam sebuah perjanjian menjadi urgensi yang patut diperhatikan, sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No. 24 Tahun 2009 dan Peraturan Presiden No. 63 tahun 2019, bahwasanya bahasa yang dipergunakan haruslah menyesuaikan bahasa Indonesia.⁷ Tentu hal tersebut menjadi landasan karena tidak menutup kemungkinan dalam suatu perjanjian terjadi hal-hal yang dapat mencederai perjanjian itu sendiri sehingga menimbulkan kecacatan hukum. Konsep kesepakatan merupakan sebuah

⁵Umar, Dhira Utari. "Penerapan Asas Konsensualisme Dalam Perjanjian Jual Beli Menurut Perspektif Hukum Perdata." *Lex Privatum* Vol. VIII, No. 1 (2020): 1.

⁶Sudikno. *Ilmu Hukum* (Yogyakarta, Penerbit Liberty, 2008), 97.

⁷Samsithawrati, Putu Aras, dkk. "Model Perjanjian Bisnis Kreatif Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Start-Up Berbasis Paid Promote: Era Hyper-Connected Society." *Acta Comitas Jurnal Hukum Kenotariatan* Vol. 7 No. 03 (2022): 354-369.

implementasi dari asas konsensualisme yang terdapat dalam suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam KUHPerdara. Asas konsensus berarti bahwa kesepakatan yang dicapai patut berdasar pada kesepakatan antara pihak-pihak didalamnya. Dalam hal ini kedua pihak yang utama dalam suatu perjanjian jual beli adalah penjual dan pembeli.⁸ Sehubungan dengan perjanjian jual beli secara online, pembeli atau konsumen diberikan kebebasan untuk memilih aplikasi tempat ia berbelanja secara online tersebut. Aplikasi jual beli secara online di Indonesia telah lumrah di kalangan masyarakat, yang mana hal ini juga merupakan bentuk pesatnya perkembangan teknologi.

Tentu artikel ini memiliki orisinalitas dari beberapa artikel terkait karena fokus kajiannya berbeda. Adapun penulisan serupa terdahulu yang turut mengangkat asas konsensualisme Pertama, studi yang dilakukan oleh Mariska Zena Wilona, Emmy Latifah dan Hari Purwadi (2020) membahas mengenai bagaimanakah asas konsensualisme didalam *Smart Contract* yang digunakan di *E-commerce*.⁹ Dalam penelitian tersebut para penulis menyebutkan bahwa Munculnya internet memiliki dampak besar dalam dunia teknologi, ekonomi dan bisnis. Hasil dari studi tersebut adalah bahwa masih menjadi pertanyaan apakah pengguna atau pembeli atau bahkan penjual tidak nyata; Memahami apa yang telah disepakati dan apa yang ada dalam perjanjian Sehingga masih ada pengguna atau pembeli ecommerce yang dirugikan karena kontrak disimpulkan oleh pihak ketiga. Kedua, terdapat pula studi yang dilakukan oleh Siti Nurwullan dan Hendrik Fasco Siregar (2019) membahas tentang sikap batin yang beritikad baik dalam suatu perjanjian diwujudkan dengan asas konsensualisme sebagai roh.¹⁰ Dalam studi ini penulis menyatakan bahwa apabila para pihak yang memberikan perjanjian tidak termasuk kerangka saling percaya yang dalam artian terdapat kurangnya kemauan, maka dapat menggoyahkan kelangsungan hidup kontrak tersebut, ini juga disebabkan oleh fakta bahwa kontrak memiliki kekuatan terbatas untuk kontraktor, di samping fakta bahwa para pihak ingin mengambil tindakan nyata dengan kontrak. Ketiga, berkaitan dengan jual beli, adapun studi yang dilakukan oleh Rahardja, Sugeng. (2021) yang fokusnya berupa perhatian publik yang tertuju pada system *Cash On Delivery (COD)* sebagai salah satu perwujudan transaksi jual beli secara online.¹¹ Berkaitan dengan asas konsensualisme, Penelitian ini membahas bahwa asas kesepakatan memiliki makna utama, yaitu bahwa untuk lahirnya suatu pakta cukup mencapai kesepakatan mengenai pokok bahasan perjanjian dan bahwa kesepakatan (dan kewajiban yang dihasilkan) lahir pada saat atau waktu tercapainya kesepakatan.

Sementara itu dalam penelitian ini focus penulis jatuh pada keberadaan asas konsensualisme dalam proses *checkout* pada jual beli secara online di *marketplace* serta akibat hukum yang akan didapatkan oleh pihak yang melanggarnya. Berkaitan dengan hal tersebut, studi ini merupakan studi yang bersifat orisinal karena tidak ditemukan

⁸Simanjuntak, P.N.H. *Hukum Perdata Indonesia* (Jakarta, Prenamedia Group, Setiawan, 2015), 78.

⁹Wilona, Mariska Zena, dkk. "Asas Konsensualisme Dalam Pada E-Commerce." *Prosiding Webinar Nasional Dan Call For Paper Vol 17*, No. 1 (2021): 166.

¹⁰Nurwullan, Siti, dkk. "Aspek Normatif Asas Konsensualisme Dalam Penambahan Klausula Pembelian Tanpa Persetujuan Para Pihak." *Rechtsregel Jurnal Hukum 2*, No. 1 (2019): 217.

¹¹Rahardja, Sugeng. "Pertanggungjawaban Perdata Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Jual beli secara online Di Marketplace Secara Cash On Delivery (Cod)." *Jurnal Ilmu Hukum 20*, No. 2 (2021): 82-96.

pada studi studi sebelumnya. Dalam rangka mengkaji keberadaan asas konsensualisme pada proses *checkout*, penulis mengemukakan bagaimana tahap pengkajiannya yang dimulai dari kajian tentang sistem jual beli secara online di *marketplace*, bentuk nyata keberadaan asas konsensualisme, hingga akibat hukum yang didapat oleh para pihak yang melanggar asas tersebut. Adanya sistematika tahapan dalam kajian sebagaimana disebutkan sebelumnya, bertujuan untuk mempertegas serta mengemukakan keberadaan aspek syarat sahnya perjanjian mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdota.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah penulis paparkan dalam uraian latar belakang di atas, Adapun rumusan masalah yang dapat dikaji dalam penulisan ini yaitu:

1. Bagaimanakah keberadaan asas konsensualisme dalam proses *checkout* pada jual beli online di *marketplace*?
2. Bagaimanakah akibat hukum bagi pihak yang melanggar asas konsensualisme dalam proses *checkout* pada jual beli secara online di *marketplace*?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan artikel ini yaitu untuk menganalisis keberadaan asas konsensualisme dalam proses *checkout* pada jual beli secara online di *marketplace* dan untuk memahami serta menganalisis akibat hukum bagi pihak yang melanggar asas konsensualisme dalam proses *checkout* pada jual beli secara online di *marketplace*.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini dirampungkan dengan metode penelitian hukum normatif yang mengkaji aspek-aspek hukum positif berupa aturan-aturan perundangan dalam garis vertikal, yang ditinjau dari sudut hirarki peraturan perundang-undangan, serta dalam garis horizontal, yaitu hubungan dari keselarasan perundang-undangan terkait.¹² Dalam metode penelitian ini, digunakan pula metode pendekatan yuridis *normative* yang mana penelitiannya akan berpedoman pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹³ Selain itu penelitian ini juga diiringi pendekatan kepustakaan yang dilakukan dengan menganalisis berbagai bahan pustaka yang umumnya dikenal dengan data sekunder mengenai sistematika *checkout*, asas konsensualisme, serta bagaimana keberadaannya. Penelitian ini dibuat dengan menggunakan bahan hukum primer berupa Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (yang selanjutnya disebut KUHPerdota), Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, serta bahan hukum sekunder, yang berupa artikel jurnal, buku-buku serta sumber lain yang masih relevan dengan permasalahan yang diangkat. Penelitian ini, lebih spesifik bersifat deskriptif yang menggambarkan analisa-analisa yang telah dilakukan dalam penelitian ini.

III. Hasil dan Pembahasan

3.1 Keberadaan Asas Konsensualisme Dalam Proses *Checkout* Pada Jual beli secara online di *Marketplace*

Sistem jual beli secara online yang terjadi di *marketplace* ialah sistem yang terbilang sangat praktis dikarenakan dalam pelaksanaannya hanya membutuhkan alat komunikasi digital seperti *handphone* atau komputer. Begitu pula dalam

¹²Marzuki, Petter Mahmud. *Pengantar Ilmu Hukum* (Jakarta, Kencana, 2008), 23.

¹³Purwanti, Ani. *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek* (Surabaya, CV. Jakad Media Publishing, 2020), 86.

pembayarannya, masyarakat sudah diringankan dengan *payment* method berbasis bank. Umumnya *marketplace* sudah bekerja sama langsung dengan beberapa bank perihal pembayaran pesanan. Dengan kemudahan-kemudahan tersebut, tak heran jika kini berbelanja online menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat.

Asas konsensus menekankan bahwasanya setelah terjadi suatu perjanjian antara pihak-pihak terkait yang bersifat mengikat, maka pihak tersebut akan langsung dibebankan berupa kewajiban, serta diberikan hak sesuai dengan isi perjanjian bahkan ini juga berlaku walaupun perjanjian tersebut disimpulkan secara eksklusif secara lisan. Ini berarti bahwa perjanjian yang sifatnya mengikat yang bertindak sebagai kewajiban para pihak dalam janji, pada dasarnya, tidak memerlukan formalitas. Namun, untuk melindungi kepentingan pembeli tertentu (atau mereka yang berkewajiban untuk memenuhi hasil), jenis formalitas tertentu atau tindakan nyata tertentu diperlukan.

Dasar hukum suatu perjanjian yaitu dari KUHPerduta menganut asas konsensualisme didalamnya. Artinya adalah bahwasanya dalam KUHPerduta kata “sepakat” saja sudah dapat melahirkan sebuah perjanjian, menimbulkan perikatan, dan tercapainya suatu konsensus.¹⁴ Untuk menciptakan sebuah perjanjian sudah cukup hanya dengan tercapainya kata sepakat atau konsensus. Artinya, walaupun setelah ada kata sepakat tersebut pihak pembeli membayar harganya secara tunai sebenarnya tetap saja tujuan akhir belum terealisasi, hal ini dikarenakan pembayaran bukan ialah tolak ukur untuk menentukan berpindahnya hak milik benda yang menjadi objek dalam perjanjian tersebut. Hal tersebutlah yang merupakan cerminan dari konsensualisme. Kesepakatan diartikan sebagai penyesuaian kehendak. Namun penyesuaian kehendak tersebut haruslah dinyatakan dalam sebuah pernyataan. Apabila tidak dinyatakan, maka pihak lain tidak akan mengetahuinya dan oleh karenanya tidak akan melahirkan kata sepakat. Pernyataan kehendak ini dapat dilakukan dengan pemberian tanda-tanda berupa barang dengan spesifikasi sesuai apa yang diujakan pihak penjual dan sesuai dengan apa yang dikehendaki pembeli.

Perumusan-perumusan dari perjanjian, terlihat jelas jika antara pasal 1320 KUHPerduta bersamaan dengan pasal 1338 ayat (1) KUHPerduta. Sebagai contoh perjanjian dalam jual beli, asas konsensualisme terlihat pada pasal 1458 KUHPerduta yang pada intinya menentukan bahwa selepas para pihak mencapai kata “sepakat” perihal barang dan harga yang dikehendaknya, walaupun barang tersebut masih ada di tangan penjual dan belum dibayarkan oleh pembeli.

Dalam persetujuan jual beli, hal yang riskan harus disepakati adalah benda dan harganya. Perihal benda, setidaknya-tidaknya haruslah disepakati kualitasnya terlebih dahulu. Perihal harga wajib halnya ditentukan dengan uang karena apabila tidak, maka tidak dianggap jual beli melainkan sebuah penukaran. Perbuatan-perbuatan terkait pembayaran dan penyerahan barang hasil dari adanya persetujuan tersebut, dapat dilakukan kemudian, hal ini sebagaimana diatur dalam perundang-undangan.¹⁵ Ketika pembeli sampai pada tahap *checkout* dan pembayaran, secara langsung asas konsensualisme tersebut sudah terlaksana dan diterapkan oleh tiap pihak yang

¹⁴M.Shalihah, Ghea Kiranti, dkk. *Tinjauan Terhadap Peranan Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Hakekat Perjanjian*. 2022. [//library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/3/jtptiaingdl-s1-2005mukhamadhe123-BAB+III+-3.pdf](http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/3/jtptiaingdl-s1-2005mukhamadhe123-BAB+III+-3.pdf), Diakses pada 25 Agustus 2023.

¹⁵Badruzaman, Mariam Darus. *Hukum Perikatan dalam KUH Perdata buku ketiga, yurisprudensi, doktrin, serta penjelasan*. (Jakarta, Universitas Indonesia, 2023), 66.

bersangkutan sebagai awal dari terciptanya sebuah perjanjian yang kemudian melahirkan suatu perikatan.

Ketika ingin berbelanja online masyarakat akan disajikan alur pemesanan hingga pembayaran pada *marketplace*. Pertama-tama calon pembeli akan melihat berbagai macam *store* pada *marketplace*. *Store* tersebut akan menjajakan berbagai macam barang mulai dari kebutuhan sandang, pangan, hingga papan dengan harga yang bervariasi. Calon pembeli akan melaksanakan aktivitas *searching* dan *viewing* secara sekilas, melihat-lihat informasi barang-barang terbaru, hingga mencari barang yang diinginkan. Dalam proses tersebut, beberapa *marketplace* umumnya memfasilitasi pembeli dengan fitur tanya jawab yang langsung mengarahkan pembeli kepada pembeli guna mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai barang yang diinginkannya. Kemudian jika calon pembeli tersebut berminat atau sudah mendapatkan produk yang diinginkannya, calon pembeli tersebut dapat menambahkan barangnya kedalam fitur keranjang belanja yang telah tersedia. Setelah itu, pembeli akan dihadapkan dengan tampilan menu *checkout*. Pada tampilan tersebut berisi informasi-informasi penting seperti data pribadi pembeli yang memuat alamat, nomor telepon pembeli sebagai narahubung serta informasi tambahan langsung dari pembeli tersebut. Pada halaman *checkout* ini juga telah ditentukan rincian harga yang harus dibayarkan si pembeli. Biasanya berupa harga pokok dari barang tersebut, biaya penanganan, dan biaya pengiriman. Setelah pembeli yakin dengan barang yang dibelinya, pembeli dapat langsung menentukan metode pembayaran. Metode pembayaran ini dapat berupa *Cash On Delivery* (COD) ataupun pembayaran via *Bank Virtual Account*. Setelah proses tersebut selesai, maka secara langsung perjanjian jual beli telah terlaksana. Kemudian barang tersebut akan secara otomatis tersimpan dalam system *marketplace* itu sendiri dan akan ditindak lebih lanjut oleh *merchant*. *Merchant* merupakan tempat menerima transaksi pembayaran dari pembeli kepada para pedagang atau penjual barang dan jasa.¹⁶

Sebagaimana telah ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPerdara suatu perjanjian akan "sah" bilamana didalamnya terdapat kesepakatan atau persetujuan tiap tiap pihak, kecakapan dari tiap tiap pihak, pokok persoalan tertentu yang menjadi point dari perikatan, dan suatu sebab yang halal. Dengan terselesaikannya proses *checkout* berarti pembeli telah menyepakati segala bentuk informasi yang ada didalamnya. Kesepakatan ialah bentuk aktualisasi asas konsensualisme. Asas konsensualisme atau konsensualitas berasal dari padanan kata *consensus*, yang berarti kesepakatan. Sepakat yang dimaksudkan disini adalah ketika pihak-pihak yang bersangkutan telah mencapai penyesuaian kehendak, dan menemukan kata sepakat.¹⁷ Dalam hal ini, tercapainya kata sepakat tersebut dinyatakan oleh kedua belah pihak dalam bentuk *checkout* sekaligus menjadi bukti terkait apa yang dikehendaki oleh para pihak.

3.2 Akibat Hukum Bagi Pihak Yang Melanggar Asas Konsensualisme Dalam Proses Checkout Pada Jual beli secara online di Marketplace

Suatu perjanjian jual beli lahir sebagai hasil dari bertemunya sebuah penawaran dan penerimaan dari pihak yang membuat pihak pihak tersebut terikat dan wajib mematuhi apa yang telah disepakatinya.¹⁸ Jika pada titik ini salah satu pihak menolak,

¹⁶Kurnianingtyas, Fauziah." Analisis Hukum Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Dengan Cashback Menggunakan Ovo Cash Di Merchant Rekanan Ovo Kota Surabaya", *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, (2019): 38.

¹⁷Umar, Dhira Utari. *Op. Cit.* 39.

¹⁸Oka, I Ketut. *Hukum Perikatan* (Jakarta, Sinar Grafika, 2019), 72.

sementara pihak lain tetap menginginkannya, pihak tersebut dapat melayangkan gugatan ke pengadilan sesuai dengan aturan dan prosedur. Sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1267 KUHPerdara, bahwa pihak yang mendapat kerugian akibat pihak lain melanggar prestasinya, dapat mengusahakan beberapa opsi, yaitu kinerja, pembubaran, kerusakan, kinerja disertai dengan kerugian dan pembubaran ditambah kerusakan. Sesungguhnya, suatu perjanjian jual beli secara online termasuk dalam ruang lingkup perjanjian, terutama jika berkaitan dengan asas konsensualisme yang menjadi salah satu istilah hukumnya. Perjanjian jual beli secara online juga merupakan bentuk peristiwa hukum yang terkait dengan keberadaan hukum dan akibat hukum.

Suatu hasil yang diberikan oleh adanya hukum atau adanya suatu peristiwa hukum dan merupakan perbuatan dari subjek hukum merupakan bentuk dari akibat hukum.¹⁹ Hak dan kewajiban akan timbul setelah adanya akibat hukum. Misalnya, adanya perikatan jual beli adalah suatu bentuk akibat hukum yang timbul dari perjanjian jual beli. Bentuk nyatanya adalah pihak pembeli yang berhak untuk menerima barang serta berkewajiban untuk membayar barang tersebut. Sebaliknya, penjual berhak untuk menerima uang, tetapi juga berkewajiban untuk mengirimkan barang, sehingga keduanya dapat dikatakan sebagai akibat dari suatu peristiwa hukum.

Peristiwa atau hubungan hukum yang terjadi dalam perjanjian jual beli seringkali memiliki kendala dalam pelaksanaannya baik bagi pihak penjual maupun pembeli. Kendala tersebut timbul sebagai akibat dari pelanggaran asas-asas perjanjian, salah satunya asas konsensualisme yang dengan kata lain merupakan pergulatan janji dalam perubahan perjanjian jual beli oleh kedua belah pihak. Ingkar janji ini disebut sebagai wanprestasi. Wanprestasi adalah keadaan salah satu pihak yang tidak memenuhi kewajiban atau ingkar janji atau melakukan kelalaian, atau tidak memenuhi apa yang telah disepakati atau bahkan melakukan sesuatu diluar kehendak perjanjian. Secara etimologi, kata wanprestasi pertama kali muncul di Bahasa Belanda, yaitu *wanprestatie* yang berarti ketidakpatuhan terhadap segala bentuk kewajiban (prestasi) yang menjadi kesepakatan pihak-pihak tertentu dengan perjanjian, atau perikatan yang lahir baik dari perjanjian maupun hukum. Wanprestasi menurut Subekti dapat terjadi apabila terpenuhi syarat-syarat tertentu seperti tidak menjalankan apa yang telah disanggupinya, tidak melakukan apa yang menjadi janjinya, melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak berkenan untuk dilakukan, namun melakukan tapi tidak sesuai dengan yang dijanjikan, atau melakukan apa yang dijanjikannya tapi tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan.²⁰

Dalam hal jual beli secara online di *marketplace*, pihak penjual akan memenuhi prestasinya mulai dari melakukan packing barang sesuai pesanan pembeli, mengirimkannya melalui ekspedisi, serta menerima uang sebagai bentuk pembayaran dari baranag tersebut. Sebagaimana ditentukan pada pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), baik konsumen maupun pelaku usaha yang dalam hal ini adalah penjual dan pembeli, sama-sama memiliki kewajibannya masing-masing. Penjual wajib hukumnya memberikan informasi seterang-terangnya mengenai kondisi barang dan/ jasa yang dijualnya. Sedangkan pembeli wajib untuk membayarkan barang tersebut dan mengikuti segala bentuk prosedur dalam penggunaannya. Walaupun tidak dilaksanakan secara langsung oleh kedua belah pihak, pemenuhan prestasi ini menjadi bentuk dari berhasilnya

¹⁹Jaya, Bergas Prana. *Pengantar Ilmu Hukum*. (Yogyakarta, Anak Hebat Indonesia, 2020), 88.

²⁰Badruzaman, Mariam Darus. *Op.Cit*, 48.

pelaksanaan jual beli secara online di *marketplace*. Namun, baik pembeli maupun penjual tidak semata-mata dapat dikatakan melakukan wanprestasi jika ditilik dari jenis *e-commerce* tempat jual beli secara online itu berlangsung.²¹

Salah satu contohnya dalam aplikasi *e-commerce*, bagi penjual terdapat system poin penalti yang merupakan *system* dimana penjual akan mendapatkan poin apabila memiliki performa toko yang baik sehingga nantinya dapat menjadi rekomendasi untuk pembeli.²² Poin penalti ini hanya akan diberikan apabila penjual tidak dapat memenuhi standar minimum baik yang telah ditetapkan oleh *e-commerce* itu sendiri maupun oleh pembeli. Tujuannya adalah untuk memperingatkan terhadap aspek-aspek yang memerlukan perbaikan. Selain itu, diatur juga mengenai pelanggaran produk yang mana merupakan daftar produk yang melanggar kebijakan *e-commerce*. Untuk memastikan pengalaman berbelanja yang aman bagi Pembeli, *e-commerce* mengawasi semua produk yang di-upload oleh Penjual dan akan mengambil tindakan terhadap Penjual yang melakukan pelanggaran produk. Sayangnya dalam aplikasi *E-commerce* ini tidak diatur secara rinci bagaimana jika pihak yang melakukan pelanggaran adalah dari pihak pembeli.

Dari sisi pembeli, kemungkinan wanprestasi yang dilakukan adalah berupa permasalahan dalam melakukan pembayaran. Pembayaran dalam jual beli secara online di *marketplace* pada umumnya dapat dilancarkan dengan berbagai cara, mulai dari layanan *e-payment* yang dimiliki oleh aplikasi itu sendiri, melalui *m-banking*, *Cash On Delivery* (cod), OneKlik, Kredivo, Cicilan Kartu Kredit dan beberapa jenis pembayaran lainnya. Namun, dari banyaknya metode pembayaran tersebut, *m-banking* dan *Cash On Delivery* (cod) merupakan beberapa metode yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Salah satu contoh kasus yang menjadi kasus wanprestasi dari pihak pembeli adalah lelucon pembeli dengan salah satu akun *E-commerce* yang membeli 7 produk berbeda, namun saat *Cash On Delivery* (cod), pembeli mengatakan tidak punya uang dan banyak alasan lainnya. Tidak hanya itu, banyak akun pembeli yang menawarkan alamat fiktif sehingga ketika kurir mengirimkan barang untuk transaksi *Cash On Delivery* (cod), akan menimbulkan kebingungan. Oleh karena itu, barang dikembalikan ke penjual dan menyebabkan kerugian pada biaya pengiriman, biaya pengemasan barang dan kerugian tenaga kerja.

Baik dari sisi penjual maupun pembeli tentu memiliki akibat apabila melakukan suatu pelanggaran terhadap asas konsensualisme atau kesepakatan pada jual beli secara online. Jika ditelisik dari perspektif hukum, sebagaimana diatur dalam Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha yang dalam hal ini adalah penjual yang memperdagangkan barang atau jasanya tanpa mencantumkan petunjuk atau informasi yang jelas berbahasa Indonesia, dapat dikenakan denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah), serta dipidana denda paling lama 5 (lima) tahun."

Salah satu unsur penting yang terdapat didalamnya adalah ganti rugi. Ganti rugi ini mencakup beberapa hal seperti ganti rugi biaya, ganti kerugian dan ganti rugi bunga. Seluruh biaya atau pengeluaran yang muncul dari salah satu pihak menjadi poin bernilai dalam ganti rugi tersebut. Yang menyiratkan kerugian jangka waktu adalah

²¹Sasmita, Bunga dan Purwanto, Novy. "Penerapan Asas Konsensualisme Dalam Perjanjian Jual beli secara online." *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 8 No. 8 (2020): 1138-1147.

²²Shopee Indonesia, *Apa yang Terjadi Jika Penjual Mendapatkan Poin Penalti*, 2023. <https://seller.e-commerce.co.id/edu/article/7070> diakses pada 27 Agustus 2023.

kerugian karena kerusakan properti penjual yang disebabkan oleh kelalaian pembeli.²³ Meskipun yang diberikan oleh bunga adalah kerugian berupa kerugian laba yang telah disajikan atau dihitung oleh penjual.²⁴ Sebagaimana diatur dalam Pasal 1247 KUHPerdara yang pada intinya menentukan bahwa pihak yang berhutang untuk mengganti biaya rugi dan bunga, baru akan membayarkannya apabila telah atau dapat diduga saat perjanjian tersebut dilahirkan, terkecuali jika hal yang tidak dipenuhi dari perjanjian tersebut disebabkan karena tipu daya. Begitu pula Pasal 1248 KUHPerdara menentukan bahwasanya bahkan jika terjadi tipu daya yang tidak memenuhi hal dalam perjanjian itu, baik penggantian biaya, rugi, dan bunga, kerugian yang diderita si berpiutang, keuntungan yang hilang bagi berpiutang, hanya merupakan akibat langsung dari wanprestasi.

Berikutnya adalah perihal peralihan risiko, yang dimana dalam bentuk kesalahan yang ditimbulkan oleh salah satu pihak serta kewajiban untuk membuat kerugian yang disalahartikan sebagai objek Pembelian. Pengalihan risiko dapat diukur sesuai dengan Pasal 1460 KUHPerdara, maka risiko jual beli barang tertentu terletak pada pembeli, sekalipun barang tersebut tidak terkirim. Jika penjual menunda pengiriman barang, maka kelalaian ini terancam oleh pengalihan risiko dari pembeli ke penjual. Jadi, dengan kelalaian penjual, risiko ditransfer kepadanya.

IV. Kesimpulan

4. Kesimpulan

Asas konsensualisme adalah asas yang berperan sebagai salah satu syarat keabsahan Pembelian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu bahwa suatu kesepakatan akan terjadi apabila masing-masing pihak telah menemukan kesepakatan. Perjanjian di sini berarti bahwa para pemangku kepentingan menginginkan apa yang akan menjadi objek Pembelian. Dalam hal ini, tahap pembayaran *checkout* barang melalui *marketplace* adalah tahap dimana penjual dan pembeli menyepakati tentang informasi lengkap mengenai barang yang akan mereka beli. Informasi ini juga termasuk dalam unsur-unsur Pembelian, terutama dalam elemen esensial, di mana terdapat harga dan barang dalam kegiatan jual beli, yang nantinya akan disepakati baik oleh pembeli maupun penjual. Sementara barang dengan informasi seperti itu yang disajikan konsisten dengan apa yang diinginkan pembeli, maka pembeli akan setuju untuk membayar barang tersebut. Dengan membayar barang-barang tersebut oleh pembeli, secara otomatis pembeli dan penjual dalam proses jual beli secara online menerapkan asas konsensualisme, mencapai kesepakatan sehingga tercipta pula perjanjian yang melahirkan perikatan tersebut. Ketika ada beberapa pihak yang terikat atau dinegosiasikan, itu berarti bahwa pihak-pihak ini siap untuk memenuhi kewajiban mereka dan mendapatkan hak-hak yang diberikan dalam Pembelian yang telah disepakati sebelumnya. Namun, apabila pada akhirnya terdapat pihak yang melanggar dan menciptakan wanprestasi pada pihak lainnya, maka pihak lain berhak mengajukan gugatan sesuai dengan peraturan yang ada karena jual beli secara online dan offline juga merupakan bentuk peristiwa hukum yang dapat menimbulkan akibat hukum.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

²³Handriani, Aan. "Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual beli secara online", *Journal Of Law Vol. 3 Issue 2*, (2020): 127-138.

²⁴Badruzaman, Mariam Darus. *Op. Cit*, 47.

- Badruzaman, Mariam Darus. *Hukum Perikatan dalam KUH Perdata buku ketiga, yurisprudensi, doktrin, serta penjelasan.* (Jakarta, Universitas Indonesia, 2023), 66.
- Oka, I Ketut. *Hukum Perikatan* (Jakarta, Sinar Grafika, 2019), 72.
- Purwanti, Ani. *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek* (Surabaya, CV. Jakad Media Publishing, 2020), 86.
- Simanjuntak, P.N.H. *Hukum Perdata Indonesia* (Jakarta, Prenamedia Group, Setiawan, 2015), 78.

Jurnal Ilmiah

- Adhi Prasetyo, dkk. "Konsep Dasar E-commerce ." *Jurnal Yayasan Kita Menulis.* (2021): 216
- Adnyani, Putu Sri Bintang Sidhi dan Sarjana, I Made. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Transaksi Onlinne dengan Metode Cash On Delivery Pada Aplikasi E-commerce ." *Jurnal Kertha Semaya Vol.9 No.9.* (2021): 1532-1543.
- Ahsyar, dkk."E-Marketplace Media Pengwmbangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru." *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi 6, No 1.* (2020):43-54.
- Ardwita, Ni Made Permata. "Tinjauan Yuridis Tercapainya Kesepakatan Sebagai Implementasi Asas Konsensualisme Dalam Perjanjian Jual beli secara online Dengan Sistem Pembayaran Cash On Delivery pada Aplikasi E-commerce ." *Thesis S1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta.* (2022): 1-21.
- Elfirda, Ade Putri. "Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual beli secara online." *Jurnal Abdimas Vol. 6, No. 1* (2023): 55-64.
- Handriani, Aan. "Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual beli secara online." *Volume 3 Issue 2 Palrev Journal of Law.* (2020): 127-138.
- Hadiono, Kristophorus dan Santi, Rina Candra Noor. "Menyongsong Transformasi Digital ." *Proceeding SENDI.* (2020): 84.
- Jaya, Bergas Prana. *Pengantar Ilmu Hukum.* (Yogyakarta, Anak Hebat Indonesia, 2020), 88.
- Jaya, Liberty Sinaga dan Dharma, I.B Surya. "Pembatalan Perjanjian Jual beli secara online Secara Sepihak Oleh E-commerce.Co.id (Studi Kasus)." *Jurnal Kertha Semaya Vol.8 No.8.* (2018)) :1-5.
- Muhammad, Danuri. "Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital." *Infokam Nomor II Th X.* (2019): 123.
- Nurwullan, Siti dan Siregar, Hendrik Fasco. "Aspek Normatif Asas Konsensualisme dalam Penambahan Klausula Pembelian Tanpa Persetujuan Para Pihak." *Rechtsregel Jurnal Hukum 2 No 1.* (2019): 217.
- Orinaldi, Mohammad. "Peran Ecommerce dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi." *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research 4 No 2.* (2020): 36-53.
- Raharja, Sugeng. "Pertanggungjawaban Perdata Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Oneline di Marketplace Secara Cash On Delivery." *Wacana Paramarta : Jurnal Ilmu Hukum 20 No 2.* (2021): 82-96
- Samsithawrati, Putu Aras. "Model Perjanjian Bisnis Kreatif Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Start-Up Berbasis Paid Promote : Era-Hyper Connected Society." *Acta Comitatus Jurnal Magister Hukum Kenotariatan Vol. 7 No 03.* (2022): 354-369
- Umar, Dhira Utari. "Penerapan Asas Konsensualisme Dalam Perjanjian Jual Beli Menurut Perspektif Hukum Perdata." *Lex Privatum Vol. VIII, No. 1* (2020): 1.
- Utami, Budi Putri. n.d. "Praktek Kredit Barang Melalui E-commercePaylater dari Marketplace E-commerceBerdasarkan Hukum Ekonomi Islam dan Kitab

Undang-Undang Hukum Perdata." *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. (2021). 1-115.

Wardana, Ramadhan. "Perlindungan Konsumen Jual beli secara online Masker di Marketplace Facebook." *Justicia Sains Jurnal Ilmu Hukum Vol.05 No.2*. (2020): 336-349.

Wilona, Mariska Zena, dkk. "Asas Konsensualisme Dalam Pada E-commerce ." *Prosiding Webinar Nasional Dan Call For Paper Vol 17, No. 1* (2021): 166.

Skripsi

Kurnianingtyas, Fauziah. " Analisis Hukum Islam Dan Uu No. 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Dengan Cashback Menggunakan Ovo Cash Di Merchant Rekanan Ovo Kota Surabaya", *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, (2019): 38.

Pratomo, Sigit Dwi. 2"Penyelesaian Sengketa Wanprestasi Antara Konsumen Pengguna Transaksi Elektronik (E-commerce) dengan Marketplace E-commerce ." *Skripsi Universitas Islam Sultan Agung*. (2022): 1-89.

Sofyana, Dinda. "Perjanjian Jual beli secara online Melalui Marketplace Ditinjau Dari Hukum Perdata dan Hukum Islam ." *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. (2022): 1-93.

Utami, Budi Putri. n.d. "Praktek Kredit Barang Melalui E-commercePaylater dari Marketplace E-commerceBerdasarkan Hukum Ekonomi Islam dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. (2021). 1-115.

Internet

M.Shalihah, Ghea Kiranti, dkk. *Tinjauan Terhadap Peranan Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Hakekat Perjanjian*. 2022. [//library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/3/jtptiaingdl-s1-2005mukhamadhe123-BAB+III+-3.pdf](http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/3/jtptiaingdl-s1-2005mukhamadhe123-BAB+III+-3.pdf), Diakses pada 25 Agustus 2023.

Shopee Indonesia, *Apa yang Terjadi Jika Penjual Mendapatkan Poin Penalti*, 2023. <https://seller.e-commerce.co.id/edu/article/7070> diakses pada 27 Agustus 2023.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821