

Tinjauan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi *Whatsapp Business* Terkait Kesepakatan Atau Transaksi Jual - Beli *Online*

Lalu M. Ansori¹, I Made Dedy Priyanto²

¹Fakultas Hukum Universitas Udayana, Bali, Indonesia

²Fakultas Hukum Universitas Udayana, Bali, Indonesia

laluansori20@gmail.com

Abstrak: Jurnal ini ditulis untuk mengkaji suatu perjanjian yang terbentuk ketika dua pihak saling berjanji untuk melaksanakan atau memberikan syarat-syarat perjanjian. Pemenuhan syarat-syarat subjektif atau syarat-syarat yang berkaitan dengan sahnya orang yang membuat perjanjian merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi agar sahnya perjanjian itu dapat dibuat. Undang-undang menjelaskan bahwa persyaratan ini dipenuhi jika orang yang membuat perjanjian memiliki pengetahuan dan bersedia untuk mematuhi persyaratan perjanjian. Terkait masalah hukum, penting untuk memperhatikan dan menjamin legitimasi dan pengakuan pihak-pihak yang terlibat saat menggunakan WhatsApp sebagai media. Di antara banyak contoh perbuatan hukum yang memerlukan perhatian dan pengakuan dari para pihak adalah laporan penggunaan barang atau penggunaan objek perjanjian. Mengirim laporan dan faktur kepada klien hanyalah salah satu contoh bagaimana perjanjian harus dilakukan oleh pihak dan aset yang sesuai. Untuk pelaksanaan perjanjian yang tepat, ini adalah satu-satunya pilihan. Maka dari itu terkait hal-hal diatas penting untuk dikaji dan dianalisis lebih lanjut sesuai dengan pasal yang ada.

Kata Kunci : Hukum Perjanjian, Aplikasi Digital WhatsApp Business.

Abstract: *This journal is written to examine an agreement that is formed when two parties mutually promise to carry out or provide the terms of the agreement. Fulfillment of subjective conditions or conditions related to the legitimacy of the person making the agreement is one of the conditions that must be met in order for the agreement to be valid. The law clarifies that this requirement is met if the person making the agreement is knowledgeable and willing to comply with the terms of the agreement. Regarding legal issues, it is important to pay attention to and guarantee the legitimacy and recognition of the parties involved when using WhatsApp as a medium. Among the many examples of legal actions that require attention and recognition from the parties are reports on the use of goods or the use of the object of the agreement. Sending reports and invoices to clients is just one example of how agreements should be executed by appropriate parties and assets. For proper agreement execution, this is the only option. Therefore, it is important to study and analyze the matters above in accordance with the existing articles.*

Keywords: *Agreement Law, WhatsApp Business Digital Application.*

Pendahuluan

Banyak orang pada era modern cenderung lebih memilih melakukan transaksi jual-beli melalui platform *online*. Jual-beli diartikan sebagai pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli, yang kemudian mencapai kesepakatan mengenai syarat-syarat transaksi. Perkembangan teknologi yang pesat, terutama di Indonesia, memungkinkan bisnis jual-beli untuk berkembang melalui media *online* seperti website, media sosial, dan aplikasi *online*. *E-Commerce*, yang melibatkan kegiatan bisnis secara *online* melalui jaringan komputer dan internet, menjadi semakin populer. Perjanjian dalam *E-Commerce* sering kali menggunakan kontrak digital (Ajeng, 2017). Teknologi yang berkembang juga memberikan kemudahan dalam interaksi manusia, di mana aplikasi *WhatsApp* menjadi salah satu platform digital yang mem1linkan peran penting.

WhatsApp, awalnya digunakan hanya sebagai alat komunikasi, telah berkembang menjadi media interaksi dinamis dalam berbagai konteks, termasuk bisnis. Aplikasi *WhatsApp Business* dan *WhatsApp Business Solution (API)* memfasilitasi pelaku usaha untuk berinteraksi dengan pelanggan secara digital. *WhatsApp* juga dapat digunakan untuk promosi bisnis dan pelaporan perkembangan implementasi kesepakatan. Dalam konteks hukum, perjanjian terbentuk ketika pihak-pihak setuju untuk memenuhi syarat-syarat perjanjian (Arfit, 2021). Persyaratan subjektif dan kecakapan pihak yang terlibat, seperti usia yang memadai, merupakan faktor penting. Syarat-syarat perjanjian juga mencakup ketidakadaan kesalahan, paksaan, penipuan, atau penyalahgunaan keadaan. *WhatsApp* sebagai sarana kontrak menimbulkan pertanyaan tentang pemenuhan persyaratan hukum ini. Suatu perjanjian terbentuk ketika para pihak-pihak berjanji untuk melaksanakan atau menyerahkan syarat-syarat perjanjian. Pemenuhan syarat-syarat subjektif atau syarat-syarat yang berkaitan dengan sahnya orang yang membuat perjanjian adalah beberapa syarat yang wajib ada agar perjanjian yang sah dapat dibuat. Undang-undang menjelaskan bahwa persyaratan ini dipenuhi jika orang yang membuat perjanjian memiliki pengetahuan dan bersedia untuk mematuhi persyaratan perjanjian. Umur yang sudah cukup atau sudah dewasa dan juga wewenang para pihak pembuat perjanjian merupakan dua faktor yang dapat mempengaruhi persyaratan kecakapan, untuk melakukan perbuatan hukum, adanya objek perjanjian, dan adanya kausa yang halal (Salim, 2010). Sedangkan syarat-syarat perjanjian berkaitan dengan hak para pihak untuk secara bebas mengadakan kontrak satu sama lain. Sangat penting bahwa tidak ada kesalahan, paksaan, penipuan, atau penyalahgunaan keadaan dalam pembuatan perjanjian. Jika hal seperti ini terjadi, maka perjanjian tersebut dapat batal demi hukum sebagai konsekuensinya.

Ketika mempertimbangkan *WhatsApp* dalam perjanjian bisnis, perlu diperhatikan bahwa setiap kesepakatan memiliki konsekuensi hukum. Pengakhiran perjanjian juga harus dilakukan dengan itikad baik dan persetujuan pihak terkait. Gangguan terhadap bisnis yang direncanakan atau di masa depan dapat menjadi hasil dari pemutusan perjanjian, dan penting untuk menangani hal ini secara hati-hati. Meskipun *WhatsApp* digunakan sebagai sarana komunikasi, aspek-aspek hukum, seperti legitimasi dan pengakuan pihak, tetap menjadi perhatian. Laporan penggunaan barang atau objek perjanjian melalui *WhatsApp* adalah contoh bagaimana pelaksanaan perjanjian membutuhkan perhatian khusus. Untuk memastikan pelaksanaan perjanjian yang tepat, pihak-pihak terlibat perlu memahami dan mematuhi aspek hukum yang berlaku (Mondoringin, 2023).

Dalam konteks pelaporan penggunaan barang atau objek perjanjian melalui *WhatsApp*, penting bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa setiap laporan dan faktur yang dikirim kepada klien sesuai dengan syarat-syarat perjanjian. Dengan menggunakan *WhatsApp* sebagai media pelaporan, pihak-pihak yang terlibat dapat lebih efisien dan transparan dalam melaporkan perkembangan implementasi kesepakatan bisnis mereka. Oleh karena itu, kejelasan dan ketertiban

dalam melaksanakan perjanjian bisnis, termasuk aspek hukumnya, tetap menjadi prioritas dalam era digital ini. Era informasi, yang sering disebut sebagai periode yang dimulai pada pergantian milenium, ditandai oleh revolusi baru dengan dampak lebih transformatif daripada revolusi industri. Kemajuan teknologi internet dalam bisnis jual-beli terbukti membawa implikasi positif dan negatif dalam berbagai aspek seiring berjalannya waktu. Internet memberikan akses langsung ke konsumen, perantara bisnis, dan berbagai kegiatan lainnya, memungkinkan produsen untuk mencapai lebih banyak pelanggan, menentukan target pasar dengan lebih akurat, dan memberikan layanan pelanggan yang lebih baik. Transaksi *online* juga menghilangkan prosedur konvensional, memberikan kebebasan konsumen untuk mengumpulkan informasi produk dan layanan tanpa batas geografis (Azzahra, 2023).

E-Commerce, atau perdagangan *online*, menjadi istilah yang digunakan untuk menggambarkan segala jenis bisnis yang dilakukan melalui internet. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur pertumbuhan bisnis *online* di Indonesia. Dalam transaksi *online*, konsumen diharapkan untuk melakukan riset menyeluruh sebelum melakukan pembelian (Hanim, 2014). Transaksi dianggap terjadi ketika tawaran dari satu pihak diajukan dan diterima oleh pihak lainnya melalui media yang disepakati. Meskipun UU ITE memberikan landasan hukum untuk bisnis *online*, tantangan muncul terkait dengan kegagalan pembayaran yang telah disepakati. Jika salah satu pihak gagal memenuhi kewajiban sesuai perjanjian, pihak lainnya dapat mencari pertanggungjawaban di pengadilan dan meminta kompensasi. KUHPerdara mengatur persyaratan sahnya perjanjian, memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memiliki kemampuan hukum, syarat-syarat kontrak adil dan wajar, serta alasan yang baik untuk membuat kontrak. Dalam perjanjian jual-beli, barang pokok dan harga menjadi unsur kunci. Perjanjian tercapai ketika penjual dan pembeli mencapai kesepakatan tentang barang dan harga (Hutagalung, 2022). Meskipun barang belum diserahkan, kesepakatan tersebut dianggap mengikat secara hukum. Transaksi tunai mengimplikasikan pembayaran langsung saat pembelian. *WhatsApp Business*, sebagai aplikasi perpesanan yang sangat populer, menawarkan kemudahan komunikasi antara perusahaan dan pelanggan. Dengan lebih dari lima juta pengguna komersial, *WhatsApp Business* telah menjadi pilihan terbaik dalam komunikasi dua arah gratis dengan pelanggan. Dalam konteks ini, perlu dilakukan penelitian menyeluruh sebelum melakukan transaksi *online* untuk memastikan kesepakatan yang sah dan melibatkan pertimbangan hukum yang tepat. Kebebasan dalam membuat perjanjian dan komunikasi yang efisien melalui platform seperti *WhatsApp Business* menjadi faktor krusial dalam kesuksesan bisnis *online* di era informasi ini

Berikut adalah beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dengan menggunakan *WhatsApp Business*:

- a. Komunikasi dua arah yang efisien Kemampuan untuk berkomunikasi dua arah dengan pelanggan merupakan salah satu keunggulan *WhatsApp Business*. Aplikasi ini menyediakan sarana yang mudah dan nyaman bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan berbagai pelanggan mereka serta menjalankan kampanye pemasaran.
- b. Peningkatan layanan pelanggan *WhatsApp Business* memberikan perusahaan platform yang aman untuk melakukan percakapan real-time dengan pelanggan, memberikan informasi dan dukungan yang dibutuhkan. Pemanfaatan WhatsApp dalam bisnis dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun kepercayaan antara pembeli dan penjual.
- c. Identitas merek yang terverifikasi Setiap perusahaan atau pengusaha disarankan memiliki profil bisnis di WhatsApp, yang merupakan identitas unik yang mengintegrasikan elemen branding ke dalam percakapan. Profil bisnis ini dapat menyertakan informasi tambahan seperti nomor kontrak, URL situs web, lokasi toko, dan spesifikasi terkait promosi yang berlaku.
- d. Jangkauan global Dengan lebih dari dua miliar pengguna WhatsApp di seluruh dunia, aplikasi ini menjadi saluran ideal bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan di berbagai negara.
- e. Memulai percakapan secara otomatis Dengan izin dari pelanggan, penjual dapat membuat pesan template yang memandu pelanggan tentang cara memulai percakapan. WhatsApp melindungi pengguna dari spam dan pesan yang tidak relevan, memastikan kebijakan kualitas konten dan waktu respons yang ketat.
- f. Keamanan tambahan melalui pesan pelanggan *WhatsApp Business* menyediakan fitur-fitur keamanan tambahan, seperti enkripsi ujung ke ujung dan otentikasi dua faktor, untuk menjaga keamanan pengguna. Selain itu, akun bisnis diverifikasi selama proses pendaftaran, mengonfirmasi identitas setiap pelanggan yang menerima pesan melalui Mengetahui kapan terjadinya kata sepakat dalam perjanjian jual-beli melalui aplikasi digital *WhatsApp Business*.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan artikel ini adalah menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif (*normatif legal research*), yaitu penelitian yang memposisikan hukum sebagai bangunan sistem norma (Mahardika, dkk., 2018).

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan peraturan perundang-undangan yaitu pendekatan yang menganalisa aturan dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli *Online* Menggunakan *WhatsApp Business*?

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli *online* melalui *WhatsApp Business* penting untuk memastikan keadilan dan keamanan dalam ekosistem bisnis digital. Meskipun *WhatsApp Business* memberikan beberapa keuntungan, kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku menjadi faktor krusial. Ketentuan hukum yang mengatur hak konsumen, kebijakan pengembalian, dan perlindungan data pribadi menjadi landasan perlindungan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku di suatu negara mengatur hak-hak konsumen, termasuk hak untuk informasi yang jelas, hak untuk pengembalian produk, dan keamanan data pribadi. Penjual yang menggunakan *WhatsApp Business* diharapkan mematuhi ketentuan ini untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan. Ketentuan hukum juga mencakup kewajiban penjual untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini mencakup harga, spesifikasi, dan syarat-syarat transaksi lainnya. Adanya kebijakan pengembalian yang jelas dan pematuhan dengan standar keamanan data merupakan bagian integral dari perlindungan konsumen (Ali, dkk., 2022).

Penting untuk mencatat bahwa *WhatsApp Business* harus memastikan keamanan transaksi dan melibatkan enkripsi yang memadai untuk melindungi informasi sensitif konsumen (Huda, 2020). Pematuhan dengan persyaratan hukum lokal juga menjadi pertimbangan utama untuk menjamin bahwa setiap transaksi *online* sesuai dengan norma dan standar hukum yang berlaku di suatu wilayah. Keseluruhan, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli *online* menggunakan *WhatsApp Business* bergantung pada kesesuaian dengan ketentuan hukum yang berlaku. Oleh karena itu, penggunaan platform ini harus diatur dengan cermat agar memastikan bahwa konsumen merasakan keamanan, keadilan, dan kepatuhan terhadap hak-hak mereka dalam setiap transaksi *online*. Selain itu, perlu diperhatikan bahwa *WhatsApp Business* juga menawarkan fitur identitas merek yang terverifikasi, di mana perusahaan dapat mengintegrasikan elemen branding ke dalam percakapan. Hal ini dapat mencakup nomor kontrak, URL situs web, lokasi toko, dan informasi tambahan terkait promosi (Utoyo, 2020). Fitur ini membantu memastikan bahwa konsumen berinteraksi dengan bisnis yang sah dan terpercaya. Dalam hal penyelesaian sengketa, penting untuk memperhatikan mekanisme yang diberikan oleh *WhatsApp Business*. Penyelesaian sengketa yang efektif dan adil dapat menjadi elemen kunci dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Selain itu, *WhatsApp Business* juga memiliki kebijakan waktu respons yang ketat, memastikan bahwa bisnis harus merespons pesan pelanggan

dalam waktu dua puluh empat jam menggunakan pesan yang tidak ditulis sebelumnya. Hal ini meningkatkan transparansi dan memastikan bahwa konsumen dapat dengan cepat mendapatkan tanggapan terhadap pertanyaan atau keluhan mereka.

Namun, perlu diingat bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen tidak hanya bergantung pada *WhatsApp Business* sebagai platform, melainkan juga pada sejauh mana penjual atau bisnis yang menggunakan platform ini mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku (Ramadhan, 2022). Oleh karena itu, penting bagi bisnis untuk secara aktif terlibat dalam pemahaman dan kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku agar konsumen dapat merasa aman dan dilindungi selama proses transaksi jual-beli *online* melalui *WhatsApp Business*.

Terjadinya kata sepakat dalam Perjanjian Jual-Beli *Online* melalui Aplikasi Digital *WhatsApp Business*

Transaksi melalui *WhatsApp Business* pada era kini, memiliki peminat yang banyak disemua kalangan masyarakat, khususnya bagi pengusaha bisnis *online*. Aplikasi tersebut dapat memberikan kemudahan bagi penjual dan pembeli sebab penjual dapat mengaktifkan pesan template otomatis yang dapat dikirimkan ke pihak pembeli agar lebih mudah dan komunikatif, selain itu penjual diberi kemudahan untuk tidak menyetik pesan berulang-ulang (Wijaya, 2020). Bergantung pada permasalahan hukum yang dihadapi, maka timbulnya keterkaitan hukum diantara kedua belah pihak pengguna layanan digital *WhatsApp Business* dapat dibagi menjadi:

- a. Bisnis ke bisnis
- b. Bisnis ke pelanggan
- c. Pelanggan ke pelanggan
- d. Pelanggan ke bisnis
- e. Pelanggan kepada pemerintah

Pelayanan pemerintah kepada warganya dan juga pemerintah kepada pemerintah yang lain maupun dengan perusahaan yaitu melalui teknologi aplikasi digital *WhatsApp Business*. Semua hal tersebut bertujuan supaya memudahkan komunikasi dan sosialisasi produk pelaku usaha kepada kosumen (Diandra, 2022).

Penerimaan penawaran yang dilakukan oleh salah satu pihak dapat digunakan untuk mendukung klaim bahwa perjanjian itu lahir pada saat yang sama dengan dibuatnya. Hanya saja cara menyediakan dan menerima barang yang diperjual-belikan diinternet (*E-Commerce*) harus dijelaskan supaya tidak terjadi kesalahpahaman antara pelaku usaha dengan konsumen (Hanindyo, 2007). Kecuali penawaran yang dilakukan melalui *email* yang merupakan penawaran eksklusif kepada pelanggan *email* yang ditunjuk, para pihak yang melakukan penawaran merupakan pedagang maupun pembeli yang yang menjual atau memasarkan barang dan juga jasa diinternet (*E-Commerce*) dengan memanfaatkan website supaya lebih cepat tersebarnya informasi terkait hal yang diperjual-belikan (Hamidah, 2022). Hal seperti ini menawarkan semacam

etalase dengan daftar produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, pelanggan mungkin terlihat mendekati kaca untuk memilih barang yang mereka inginkan. Satu-satunya perbedaan adalah pelanggan tidak perlu mengunjungi toko untuk melakukan pembelian langsung dikarenakan dengan kemudahan tersebut, kemudia juga sudah banyak barang yang tersedia dan hanya perlu melakukan pembayaran melalui transfer. Namun hal ini bergantung pada sistem siber, pembeli harus menyatakan persetujuannya secara tertulis melalui situs *web*, *email*, atau pertukaran data elektronik sebelum melakukan pembelian barang atau produk maupun penggunaan prasarana lainnya yang sudah disediakan. Pembayaran penjualan dan pembelian dapat dilakukan dengan uang tunai, melalui sistem ATM. Penjual akan mengirimkan barang pesanan setelah pembayaran dilakukan, baik secara pribadi atau melalui biaya pengiriman biasanya sudah termasuk dalam harga sebagai layanan pihak ketiga, sehingga menghemat uang pelanggan untuk biaya pengiriman (Miru, 2014).

Perdagangan secara *online* berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontrak lainnya dilakukan oleh para pihak yang sudah jelas mengetahui syarat-syarat sahnya penjualan secara *online*. Kontrak elektronik baik itu kontrak penjualan maupun pembelian *online* dianggap sah apabila ada kontrak diantara pihak-pihak, orang-orang yang melaksanakannya mempunyai kewenangan dan kemampuan terhadap hukum untuk mewakili atas nama orang lain sesuai dengan peraturan dan prosedur, terdapat hal tertentu, suatu sebab yang halal (Putri, 2018).

Perdagangan secara *online* merupakan perdagangan yang terjadi pada waktu tertentu perjanjian atas barang atau jasa yang diperdagangkan serupa harga barang atau jasa, berbeda dengan kasus perdagangan para konvensional, dimana para pedagang dengan konsumen harus bertemu dan menyepakati berapa harga produk atau barang tersebut (Siregar, 2019). Namun berbeda dengan penjualan secara *online* atau yang biasa disebut *E-Commerce*, para pihak tidak perlu bertemu karena media yang digunakan dalam menjual produk atau jasa yaitu media internet, dimana konsumen hanya perlu memilih dan melakukan transaksi untuk membayarnya tanpa harus bertatap muka langsung diantara para pihak. *E-Commerce* melalui perkembangan teknologi dampak di berbagai sektor, dampaknya akan selalu ada pada sektor hukum regulasi *E-Commerce* (Safitri, dkk., 2020). Apabila kontrak yang timbul dalam perdagangan elektronik bisa saja digunakan dasar Pasal 1313 KUH Perdata sebagai pedoman, kemudian kontrak dianggap sah apabila sesuai dengan apa yang sudah ada pada hukum perdata, perhatian perlu diberikan pada penggunaan aturan perjanjian di Indonesia dan juga dapat memutuskan siapa yang umumnya menggunakan hukum perdata, dari situlah perjanjian *E-Commerce* dapat dianggap valid.

Dari pemenuhan prinsip kesepakatan kontrak dalam perdagangan elektronik ketika diperiksa oleh hukum perjanjian Indonesia menurut "Pasal 1458 menyebutkan: Jual-beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar". Pemenuhan

prinsip terkait kesepakatan tersebut dianggap sah karena memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk kedua kondisi objektif seperti halnya ketentuan subyektif. Namun, *E-Commerce* secara tidak langsung harus memenuhi beberapa asas di dalam asas kesepakatan hukum perdata diantaranya:

a. Asas Kebebasan Kontrak

Siapa saja bisa bebas berkreasi kebebasan untuk memutuskan dengan siapa akan membuat kontrak dan membuat kesepakatan dan bebas memutuskan apa yang terjadi tunduk pada kesepakatan dan bebas memutuskan penyelesaian konflik masa depan. Tentu ada juga pembatasan dalam arti dilarang melanggar hukum, baik hukum agama, kesusilaan, ketertiban umum, dan moral masyarakat (Anshori, 2010). Ketentuan dari asas kebebasan berkontrak sejalan dengan "Pasal 1338 KUHP menyatakan bahwa semua Kontrak hukum berlaku seperti hukum bagi orang yang membuat kontrak." Hal ini menunjukkan bahwa perjanjian jual-beli *WhatsApp Business* menganut paham kebebasan berkontrak.

b. Asas Konsensualitas

Asas konsensual sering dimaknai sebagai: Kontrak diperlukan untuk terbitnya kontrak. Definisi ini salah karena maksud utamanya adalah konsensualisme inilah yang melahirkan suatu kontrak meskipun baru terjadinya kata sepakat antara para pihak maka itulah yang disebut konsensualitas. Dengan kata lain mencapai kesepakatan para pihak berarti memiliki hak dan kewajiban untuk memenuhi kontrak tersebut. Prinsip ini hanya berlaku untuk perjanjian konsensual sebagai lawan dari perjanjian formal berdasarkan kontrak yang tidak berlaku (Umar, 2020).

E-Commerce mempunyai perjanjian tertulis yang berbeda dengan perjanjian tertulis secara tradisional yang hanya menggunakan kertas, sebaliknya *E-Commerce* menggunakan data elektronik, pesan elektronik, yang biasa disebut kontrak tanpa menggunakan kertas, dimana kesepakatan tersebut muncul dari para pihak yang mengikatkan diri. Perjanjian dalam perdagangan elektronik terjadi ketika pihak-pihak yang bertransaksi menyetujui secara tertulis syarat-syarat transaksi.

c. Asas Itikad Baik

Menurut ketentuan Pasal 1338 KUHPerdata terkait prinsip asas itikad baik pada pokoknya adalah sebagai berikut: Semua kontrak yang sah adalah kontrak yang dilakukan para pihak dengan itikad baik. Sifat kontrak yang sudah lama dikenal sesuai dengan prinsip *Pacta Sunt Servanda*. Itikad baik adalah pelaksanaan kontrak yang setara dan adil. Kontrak *E-Commerce* terjadinya apabila diantara salah satu pihak setuju untuk menyediakan pihak lain. Sebelum pelanggan setuju melakukan transaksi dalam jual-beli, terlebih dahulu perlu membaca dan memahami terkait dengan syarat yang umum diketahui pengguna sesuai dengan kontrak atau persyaratan penggunaan. Setelah adanya pedagang juga kontrak yang disepakati harus segera dilaksanakan. Barang atau produk yang dibeli wajib dan harus segera diantarkan kepada konsumen selain itu

juga barang atau produk harus sama dengan apa yang dipromosikan kepada konsumen pada awal transaksi, kemudian pembayaran itu telah dilakukan oleh konsumen tersebut (ambar & Yosi, 2015).

Kesimpulan

1. Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *online* via *WhatsApp Business* krusial untuk keadilan dan keamanan. Kepatuhan terhadap regulasi, termasuk hak konsumen, kebijakan pengembalian, dan perlindungan data, penting. Penjual diharapkan mematuhi Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyediakan informasi akurat, kebijakan pengembalian yang jelas, dan menjaga standar keamanan data. *WhatsApp Business* perlu memastikan keamanan transaksi dan mematuhi hukum setempat dengan enkripsi yang memadai. Perlindungan konsumen juga bergantung pada identitas merek terverifikasi dan penyelesaian sengketa efektif. Meskipun platform memberikan kebijakan respons yang ketat, perlindungan konsumen ditentukan oleh kepatuhan bisnis terhadap regulasi. Oleh karena itu, pemahaman dan kepatuhan aktif terhadap ketentuan hukum menjadi kunci untuk memberikan perlindungan yang efektif pada konsumen dalam transaksi *online* melalui *WhatsApp Business*.
2. Kesepakatan terjadi apabila pihak penawar sudah mendapatkan konfirmasi terkait penerimaan tawaran tersebut. Menurut pasal 1458 yang berbunyi: "Jual-beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar". Sebagaimana jika tercapainya kesepakatan antara para pihak, meskipun kontrak tidak dipenuhi pada saat itu maka itulah yang disebut konsensualitas. Dengan kata lain mencapai kesepakatan para pihak berarti memiliki hak dan kewajiban untuk memenuhi kontrak tersebut.

Referensi

- Sopnar Maru Hutagalung, S. H. *Kontrak bisnis di ASEAN: pengaruh sistem hukum common law dan civil law*. Sinar Grafika, 2022.
- Huda, Miftahul. *Keamanan Informasi*. Nulisbuku, 2020.
- Utoyo, Indra. *Hybrid Company Model: Cara Menang di Era Digital yang Disruptif*. PT. Rayyana Komunikasindo, 2020.
- Wijaya, Desy. *Marketplace pedia*. Laksana, 2020.
- Ahmadi Miru, "Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak" Jakarta, Rajawali Pers, 2014
- Andri Tenti Ajeng, "Tinjauan Hukum Perjanjian Jual-Beli Melalui *E-Commerce*", *Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri Alauddin*, Makasar, 2017, h.11.
- Arfit, Shally Roshelina. *Pelaksanaan Perjanjian Mitra Niaga Antara Sabana Fried Chicken Dengan Mitra Niaga Di Kota Pekanbaru*. Diss. Universitas Islam Riau, 2021.
- Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010
- Mondoringin, Johanis F. "Tinjauan Hukum Tentang Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Menurut KUH-Perdata." *LEX PRIVATUM* 12.3.2023

- Azzahra, Cantika Putri. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Titip Barang Secara Online*. Diss. Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2023.
- Hanim, Lathifah. "Perlindungan hukum bagi para pihak dalam *E-Commerce* sebagai akibat dari globalisasi ekonomi." *Jurnal Pembaharuan Hukum* 1.2.2014
- Hanafiah, Nur Shofa, and Nabilah Apriani. "Kajian Keabsahan Perjanjian Jual-beli Pada Platform *E-Commerce* Sebagai Upaya Mewujudkan Perlindungan Konsumen." *Spektrum Hukum*. 19.2.2022
- Mahardika, Putu Surya, And Dewa Gde Rudy. "Tanggung Jawab Pemilik Toko *Online* Dalam Jual-Beli *Online* (*E-Commerce*) Ditinjau Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 2018.
- Ali, Yunasril, and Qosim Arsadani, " Sanksi Pidana Terhadap Penyalahgunaan *E-Commerce* Dalam Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Menurut Hukum Pidana Positif Dan Hukum Pidana Islam (*Studi Putusan Nomor: 303/Pid. B/2022/PN. Tjk*)." BS thesis. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ramadhan, Almiftahul. *Kepastian Hukum Terhadap Hak Konsumen Di Era Digital Pada Transaksi Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Onlineshop Hadia Collection)*. Diss. UIN Ar-Raniry, 2022.
- Diandra, Didip. "Peran Aplikasi Whatsapp Dalam Pemasaran: State of The Art." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani* 4.2 (2022).
- Mantri, Bagus Hanindy. *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi E-Commerce*. Diss. program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2007.
- Hamidah, Putri Viskha. "Sistem Flash Sale pada *E-Commerce* Shopee dalam Perspektif Hukum Islam." Diss. *UIN Sultan Maulana Hasanuddin*, Banten, 2022.
- Putri, Wahyu Suwena, and Nyoman Budiana. "Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi *E-Commerce* Ditinjau Dari Hukum Perikatan." *Jurnal Analisis Hukum* 1.2.2018.
- Siregar, Padian Adi Salamat. "Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau dari Hukum Islam." *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial* 5.1 (2019).
- Safitri, Lina Ayu, and Chriswardana Bayu Dewa. "Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan *Online* Melalui *E-Commerce* Shopee." *Jurnal Manajemen Dayasaing* 22.2.2020
- Abdul Ghofur Anshori, " *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (konsep, regulasi, dan implementasi*", Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2010.
- Umar, Dhira Utara. "Penerapan Asas Konsensualisme Dalam Perjanjian Jual Beli Menurut Perspektif Hukum Perdata." *Lex Privatum* 8.1 .2020.
- Ambar Budhisulistiyawati, Yosi Krisharyawan, 2015, "Tinjauan Hukum Mengenai Transaksi Jual-beli melalui Situs *Online* (*Online Shop*)" 2022