

Utomo, Primathirsa. Raissa. 2021. ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JULI ONLINE MELALUI MEDIA INSTAGRAM. Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum. Pembimbing Fitika Andraini, SH, M.Kn. FH-UNISBANK Semarang.

ABSTRAK

Dalam situasi dan kondisi selama *pandemic* ini, semua kegiatan yang ada diseluruh dunia telah dimudahkan dengan adanya media elektronik, baik dalam bidang pekerjaan, bidang pendidikan, bidang administrasi hingga transaksi jual beli. Dengan adanya media internet seseorang tidak perlu bertatap muka secara langsung untuk melakukan suatu kegiatan termasuk dalam bertransaksi jual beli *online*. Namun karena tidak saling bertatap muka ini menyebabkan terjadinya banyak sekali kejahatan yang terjadi misalnya adanya penipuan dan wanprestasi khususnya dalam bidang transaksi jual beli secara *online*, sehingga hal ini membuat suatu perikatan dalam transaksi jual beli secara *online* sulit untuk menanamkan rasa kepercayaan bagi para konsumen.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian yuridis normatif yaitu menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari penelitian kepustakaan dengan mengacu pada peraturan sesuai buku KUHPerdota dan perundang-undangan lainnya seperti: UU ITE, UU Perdagangan, UU Perlindungan konsumen dan PP PMSE.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pada transaksi jual beli secara *online* berkaitan dengan suatu perjanjian yang sudah diatur dalam KUHPerdota pasal 1320 yang meliputi: sepakat, cakap, suatu hal tertentu dan klausul yang halal. Dengan adanya transaksi jual beli *online* melalui media instagram secara garis besar tetap sah sehingga mengikat dan menjadi undang-undang bagi para pihak, salah satu syarat sahnya perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdota. Sehingga asas kepercayaan terkait jual beli secara *online* ini sudah muncul pada instagram karena adanya suatu perikatan. Akan tetapi pada penerapan asas kepercayaan jual beli *online* melalui media instagram belum menemukan sesuatu yang dapat memastikan berjalannya asas kepercayaan tersebut seperti yang telah diatur dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun

2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) yang mencakup adanya suatu keterpercayaan hukum baik bagi pihak penjual maupun bagi pihak pembeli. Dalam pembuatan suatu perjanjian atau kontrak, para pihak harus memperhatikan beberapa prinsip yang sangat mendasar dalam pembuatan kontrak tersebut, memahami akan syarat-syarat sahnya suatu perjanjian/kontrak, dan asas-asas serta unsur-unsur dalam suatu perjanjian atau kontrak untuk mengantisipasi adanya kerugian yang akan ditimbulkan dalam proses transaksi jual beli secara *online* yang berkaitan dengan suatu perjanjian. Apabila terjadi wanprestasi dibelakang hari maka ada 2 (dua) upaya yang dapat dilakukan yaitu secara litigasi dan secara non litigasi.

Kata Kunci : Kepercayaan , Jual Beli Online, Perjanjia

ABSTRACT

In the situation and conditions during this pandemic, all activities around the world have been facilitated by the presence of electronic media, both in the field of work, education, administration to buying and selling transactions. With the internet media, a person does not need to meet face to face to carry out an activity, including buying and selling online. However, because they do not meet each other face to face, this causes a lot of crimes that occur, for example fraud and default, especially in the field of online buying and selling transactions, so this makes an engagement in online buying and selling transactions difficult to instill a sense of trust for consumers.

This study uses a normative juridical research type, which uses secondary data sources obtained from library research with reference to regulations according to the Civil Code and other laws such as: UU ITE, Trade Law, Consumer Protection Act and PP PMSE.

The results of this study are that online buying and selling transactions are related to an agreement that has been regulated in Article 1320 of the Civil Code which includes: agreed, competent, certain things and halal clauses. With the existence of online buying and selling transactions through Instagram media, in general, they remain legal so that they are binding and become law for the parties, one of the conditions for the validity of the agreement according to Article 1320 of the Civil Code. So that the principle of trust related to buying and selling online has appeared on Instagram because of an engagement. However, in the application of the principle of trust in online buying and selling through Instagram media, we have not found anything that can ensure the operation of the principle of trust as regulated in Article 3 of Government Regulation Number 80 of 2019 concerning Trading Through Electronic Systems (PP PMSE) which includes the existence of a legal trust. both for the seller and for the buyer.

In making an agreement or contract, the parties must pay attention to some very basic principles in making the contract, understand the legal terms of an agreement/contract, and the principles and elements in an agreement or contract to anticipate losses that may arise. will be generated in the process of buying and selling online transactions related to an agreement. If a default occurs later in the day, there are 2 (two) efforts that can be made, namely litigation and non-litigation.

Keywords: Trust, Buying and Selling Online, Agreement.