



**PELAKSANAAN PERJANJIAN JUAL BELI K-POP MERCH
MELALUI MEDIA TWITTER**

**THE IMPLEMENTATION OF SALES AND PURCHASES AGREEMENTS
FOR K-POP MERCH VIA TWITTER**

Raudya Tuzzahra

Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala
Jl. Putroe Phang No. 1 Darussalam, Banda Aceh 23111
e-mail : raudyatuzzahra79@gmail.com

Khairani

Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala
Jl. Putroe Phang No. 1 Darussalam, Banda Aceh 23111
e-mail : khairaniarifin@usk.ac.id

Lia Sautunnida

Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala
Jl. Putroe Phang No. 1 Darussalam, Banda Aceh 23111
e-mail : liasautunnida@usk.ac.id

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pelaksanaan transaksi jual beli *merchandise K-pop* yang dilakukan melalui media sosial *Twitter*, mengidentifikasi bentuk pelanggaran perjanjian yang terjadi dalam konteks tersebut, dan menguraikan tindakan hukum yang diambil untuk menangani pelanggaran perjanjian tersebut. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan penelitian hukum empiris, yang bertujuan untuk menganalisis dan mengeksplorasi bagaimana hukum berfungsi dalam kehidupan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan perjanjian jual beli *k-pop merch* melalui *twitter* memiliki beberapa tahapan yaitu penawaran yang dilakukan penjual melalui akun *twitter*, kesepakatan antara penjual dan pembeli, proses pembayaran, dan pengiriman barang, namun dalam pelaksanaannya perjanjian jual beli *k-pop merch* tidak dilaksanakan dengan iktikad baik oleh penjual atau pembeli sesuai Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara, sehingga menimbulkan wanprestasi. Ada beberapa bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh penjual yaitu barang kiriman yang tidak sesuai perjanjian dan terlambat dalam melakukan pengiriman barang, kemudian bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh pembeli yaitu keterlambatan membayar, tidak melakukan pembayaran dan pembayaran tidak sesuai kesepakatan. Upaya hukum yang dilakukan dalam menyelesaikan kasus wanprestasi yang terjadi, baik dari penjual maupun pembeli memilih untuk menyelesaikan menggunakan jalur non litigasi yaitu negosiasi.

Kata Kunci : Perjanjian, Jual-Beli, K-Pop Merch, Twitter

Abstract - This research aims to elucidate the implementation of *K-pop merchandise transactions* conducted through the social media platform *Twitter*, identify breaches of agreements occurring in this context, and outline legal actions taken to address these breaches. The study employs an empirical legal research approach, with the goal of analyzing and exploring how the law functions in the context of society. The research findings reveal that the execution of *K-pop merchandise agreements* via *Twitter* involves several stages, including seller-initiated offers through *Twitter* accounts, agreements between sellers and buyers, the payment process, and the delivery of goods. However, in practice, these *K-pop merchandise agreements* are not consistently executed in good faith by either the seller or the buyer, as stipulated in Article 1338 paragraph (3) of the Civil Code, resulting in a breach of contract. There are various forms of breach of contract committed by sellers, such as delivering goods that do not match the agreement and delays in the delivery of goods. Similarly, buyers breach the contract by making late payments, failing to make payments, or not adhering to payment agreements. Both sellers and buyers choose to resolve these breach of contract cases through non-litigious means, primarily negotiation.

Keywords: Agreement, Sale-Purchase, K-Pop Merchandise, Twitter

PENDAHULUAN

Di era modern yang terus berkembang, terutama dalam sektor teknologi, individu dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan zaman, termasuk dalam hal aktivitas jual beli. Jika pada masa lalu, transaksi jual beli lebih sering dilakukan secara tradisional, kini kita memiliki kemampuan untuk melakukannya secara daring tanpa perlu berhadapan langsung dengan penjual atau pembeli, bahkan bisa dilakukan di berbagai lokasi. Pemanfaatan kemajuan teknologi ini menjadi strategi bagi sejumlah pelaku usaha untuk memasarkan produk atau barang dagangan mereka secara lebih efektif, meningkatkan profitabilitas, serta mencapai lebih banyak calon pembeli dengan memanfaatkan berbagai *platform* di internet.¹

Di Indonesia, peraturan terkait teknologi informasi dan transaksi elektronik telah dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengalami perubahan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, yang sering disebut sebagai UU ITE. UU ITE bertujuan untuk memberikan kerangka hukum terkait transaksi elektronik di Indonesia dan untuk memberikan kepastian hukum kepada masyarakat dalam bertransaksi menggunakan media elektronik.²

Dalam konteks perjanjian jual beli, penting untuk memperhatikan ketentuan yang menjadi dasar untuk membuat perjanjian tersebut sah di mata hukum. Perjanjian jual beli, baik yang dilakukan secara konvensional maupun elektronik, harus memenuhi persyaratan sah yang dijelaskan dalam Pasal 1320 KUHPperdata. Pasal 1320 KUHPperdata menguraikan bahwa terdapat empat syarat yang harus dipenuhi agar suatu perjanjian dianggap sah, yaitu: adanya kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat yang saling sepakat, kemampuan hukum mereka untuk membuat perjanjian, perjanjian tersebut mengenai suatu objek tertentu, dan ada alasan yang sah untuk membuat perjanjian tersebut.³

Salah satu cara yang banyak digunakan saat ini untuk melakukan transaksi *online* adalah melalui *platform* media sosial. Media sosial adalah jenis media *online* di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi konten, dan menciptakan berbagai jenis materi, termasuk *blog*, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Contoh *platform* media sosial yang digunakan untuk transaksi *online* adalah *Twitter*. *Twitter* adalah sebuah layanan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dan tetap

¹ Ahmad Ansyari Siregar, "Keabsahan Jual Beli Online Shop Di Tinjau Dari Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)", *Jurnal Ilmiah "Advokasi"* Vol.7 , No.2 hlm 109 (2019).

² Muhammad Kamran dan Maskun, "Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika", *BALOBEL Law Journal* Vol.1 , No.1 hlm 42 (2021).

³ Lukman Santoso Az, *Aspek Hukum Perjanjian*, Yogyakarta: Media Pustaka, 2019, hlm. 50

terhubung melalui pertukaran pesan yang cepat dan sering. Pengguna dapat berbagi berbagai jenis konten, seperti gambar, video, tautan, dan teks.⁴

Proses jual beli *online* seringkali berpotensi menimbulkan permasalahan antara penjual dan pembeli karena sifatnya yang virtual dan kurangnya interaksi langsung. Dari segi hukum, tindakan-tindakan elektronik seperti transaksi online juga dapat memunculkan masalah hukum, terutama dalam bentuk wanprestasi.⁵ Hal yang serupa berlaku untuk transaksi jual beli *K-pop merch* di *platform Twitter*, di mana wanprestasi juga bisa terjadi. Wanprestasi dalam konteks ini mencakup situasi di mana barang yang dikirim tidak sesuai dengan kesepakatan awal, pengiriman barang yang terlambat, pembayaran yang tidak tepat waktu, ketidaklaksanaan pembayaran, dan pelanggaran terhadap syarat-syarat pembayaran yang telah disetujui sebelumnya.⁶

Salah satu kasus wanprestasi yang pernah terjadi melalui *twitter* yaitu *scammer* yang dilakukan pembeli. Kasus bermula ketika pembeli ingin melakukan pembelian *photocard* dengan meminta bantuan kepada *admin group order* sebagai perantara untuk dimintakan penawaran harga ke *seller* Korea, selanjutnya *admin group order* melakukan komunikasi dengan *seller* Korea terkait PC yang diinginkan pembeli, setelah disepakati mengenai harga dan *shipping fee* dengan *seller* Korea, *admin group order* melakukan komunikasi dengan pembeli mengenai harga dan kondisi PC dan pembeli menyetujui mengenai harga PC tersebut. *Admin group order* menginformasikan kepada pembeli untuk melakukan pembayaran dengan mengirimkan bukti *transfer* dan meletakkan bukti *transfer* pada *notes group order*, setelah diperiksa dan dihubungi beberapa kali oleh *admin group order*, pembeli tidak melakukan pembayaran dan selalu beralasan untuk memperlambat waktu pembayaran. Pada akhirnya setelah beberapa hari dihubungi, pembeli mengirimkan bukti *transfer*, namun bukti *transfer* yang diletakkan pembeli pada *notes group order* tersebut bukan merupakan milik pembeli, melainkan bukti *transfer* milik orang lain yang berada pada *group order* yang

⁴ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia", *Publiciana* Vol.9 , No.1 hlm 140 (2016).

⁵ RR Dewi Anggraeni dan Acep Heri Rizal, "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan (*Implementation of The Sale and Purchase Agreement Through the Internet (E-Commerce) Judging from The Aspect of Civil Law*)", *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I* Vol.6 , No.3 hlm 224 (2019).

⁶ M. Rizqa Anas Fawzi dan Suatra Putrawan, "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik", *Jurnal Kertha Semaya* Vol.8 , No.4, hlm 650-651 (2020).

sama. Kasus ini dibuatkan *thread* di *twitter* dan pembeli belum memiliki itikad baik untuk melakukan pembayaran serta melunasi pembayaran PC.⁷

Dengan mempertimbangkan informasi sebelumnya, maka masalah-masalah berikut dapat diidentifikasi:

- a. Bagaimanakah pelaksanaan perjanjian jual beli *k-pop merch* melalui media *twitter*?
- b. Apa sajakah bentuk wanprestasi yang terjadi pada perjanjian jual beli *k-pop merch* melalui media *twitter*?
- c. Upaya hukum apa sajakah yang dilakukan dalam menyelesaikan wanprestasi?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan penelitian hukum empiris, yang bertujuan untuk menganalisis dan mengeksplorasi bagaimana hukum berfungsi dalam kehidupan masyarakat.⁸ Dalam kerangka penelitian ini, wilayah yang menjadi fokus adalah Kota Banda Aceh dan Kota Jakarta. Alasan pemilihan kedua kota ini didasarkan pada pertimbangan relevansi dengan objek penelitian yang telah ditentukan, serta berdasarkan peristiwa yang ingin diselidiki dalam konteks pelaksanaan perjanjian jual beli *K-pop merch* melalui *platform Twitter*. Pendekatan analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Dalam metode ini, data diurai secara sistematis menjadi kalimat-kalimat yang terstruktur, logis, berurutan, dan tidak saling tumpang tindih. Pendekatan ini dimaksudkan untuk mempermudah proses interpretasi data serta meningkatkan pemahaman terhadap hasil analisis.⁹

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli *K-Pop Merch* Melalui Media *Twitter*

Dalam konteks jual beli *K-pop merch* melalui media *Twitter*, terdapat kesepakatan yang dibentuk antara penjual dan pembeli yang harus mematuhi ketentuan hukum sesuai dengan Pasal 1320 KUHPerdada.¹⁰ Perjanjian ini mencakup aspek kesepakatan,

⁷ Byunpeachyna, "Sok Sultan Beli PC Overprice Ternyata Penipu", <<https://twitter.com/byunpeachyna/status/1303997824154046464?s=20>> diakses pada [01/03/2023]

⁸ Abdul Kadir Muhammad, "Hukum dan Penelitian Hukum," Bandung: Citra Aditya, 2004, hlm. 134.

⁹ Ishaq, "Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi", Bandung: Alfabeta, 2017. hlm. 126.

¹⁰ RR Dewi Anggraeni dan Acep Heri Rizal, "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan (Implementation of The Sale and Purchase Agreement Through The Internet (E-Commerce) Judging From The Aspects Of Civil Law)", *Jurnal Sosial & Budaya Syar-i, Universitas Pamulang*, Vol 6 No. 3 2019. hlm. 231.

kemampuan hukum, objek yang spesifik, dan alasan yang sah. Transaksi jual beli secara online melibatkan pengaturan hukum dalam bentuk kontrak elektronik, sejalan dengan ketentuan Pasal 1 butir 17 UU ITE, yang mengacu pada kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat yang sebelumnya telah sepakat yang dibentuk melalui sistem atau dokumen elektronik.¹¹

Proses pelaksanaan perjanjian jual beli *k-pop merch* melalui media *twitter* dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu:

1. Penawaran

Tahapan penawaran ini dilakukan oleh penjual *k-pop merch* melalui media *twitter* dengan mengunggah foto, video, informasi terkait *k-pop merch* yang dijual, dan informasi lainnya mengenai pembelian *k-pop merch* yang dijual pada akun *twitter* penjual, sehingga pembeli yang berkeinginan membeli *k-pop merch* dapat melihat dan mengetahui melalui unggahan foto, video dan informasi terkait *k-pop merch* pada akun *twitter* penjual. Penawaran terkait foto, video, dan informasi lainnya tentang *k-pop merch* selain penjual mengunggah pada akun *twitter* pribadi, biasanya penjual juga melakukan penawaran jual beli *k-pop merch* pada akun-akun base khusus jual beli *k-pop merch* yang terdapat di *twitter*.

2. Kesepakatan

Tahapan selanjutnya setelah penawaran adalah kesepakatan. Pada tahap ini apabila pembeli tertarik terhadap penawaran yang dilakukan penjual melalui *twitter*, maka pembeli dapat menghubungi penjual sesuai dengan informasi yang tertera pada akun *twitter* penjual atau pada akun-akun base jual beli *k-pop merch* yang penjual mengunggah informasi mengenai *k-pop merch*. Dalam proses kesepakatan ini terjadinya komunikasi antara pembeli dan penjual mengenai bagaimana proses transaksi jual beli *k-pop merch* yang ingin dibeli dan percakapan lainnya mengenai *k-pop merch* yang ditawarkan penjual.

3. Pembayaran

Tahapan pembayaran ini dilakukan setelah adanya kata sepakat atau kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai *k-pop merch* yang diperjual belikan. Proses pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan antara penjual dan pembeli

¹¹ Adistie Arista Putri, "Pelaksanaan Transaksi Jual Beli *Online* Di Situs *Heavenlight.Co*", *Seminar Nasional Mahasiswa*, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, April 2019, Hlm. 56.

mengenai bagaimana melakukan pembayaran dan melalui sistem apa saja bisa melakukan pembayaran. Ada beberapa sistem pembayaran yang dapat digunakan yaitu:

- a. *Down payment* (DP).
- b. *Transfer* melalui ATM atau *mobile banking*.
- c. *Split payment*, yaitu sistem pembayaran yang menggunakan lebih dari satu cara untuk pembayaran.
- d. *Cash on delivery* (COD).
- e. Metode pembayaran lain yang sesuai dengan persetujuan yang telah disepakati antara penjual dan pembeli.

4. Pengiriman

Tahapan terakhir adalah pengiriman, setelah dilakukan pembayaran oleh pembeli, penjual mulai menyiapkan pesanan *k-pop merch* yang dibeli dan melakukan pengemasan pemesanan untuk selanjutnya akan dikirimkan melalui jasa pengiriman atau cara pengiriman yang lain sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Untuk melakukan pembayaran biaya pengiriman pemesanan disesuaikan dengan perjanjian antara pembeli dan penjual yang sebelumnya telah melakukan kesepakatan untuk menyepakati mengenai biaya pengiriman.

B. Bentuk Wanprestasi Yang Terjadi Pada Perjanjian Jual Beli *K-Pop Merch* Melalui Media *Twitter*

Kasus wanprestasi pertama terjadi ketika seorang pembeli ingin membeli photocard (PC) Mark BNW melalui akun *Twitter*. Penjual menawarkan PC tersebut, dan setelah kesepakatan, pembeli melakukan pembelian melalui *Shopee* pada tanggal 16 Januari 2023 melalui *WhatsApp*. Namun, pengiriman terlambat karena bahan packing belum tersedia, dan pada tanggal 25 Januari 2023, penjual mengajukan pembatalan pesanan yang pembeli setuju. Pada tanggal 1 Februari 2023, pembeli menanyakan status pesanan, dan penjual mengizinkan pembeli untuk langsung membeli PC di *Shopee*. Ketika PC yang dipesan tiba pada tanggal 10 Februari 2023, pembeli menemukan bahwa hanya ada 2 PC tanpa PC Mark BNW dan 1 Pair Mark Zoom Dicon. Penjual mengklaim bahwa beberapa PC belum sampai kepadanya karena ekspedisi terlambat dan berjanji akan mengirimkannya setelah PC tersebut tiba, namun hingga saat ini, pembeli belum menerima pengiriman tersebut dengan alasan akun *Twitter* dan *Shopee* penjual diretas

oleh pihak lain. Pada kasus ini, wanprestasi yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli. Bentuk wanprestasi yang dilakukan yaitu:

1. Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan

Penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang kiriman sesuai dengan kesepakatan dengan pembeli berdasarkan Pasal 1481 KUHPdata, namun dalam kasus ini, penjual tidak memenuhi kewajibannya. Pembeli telah memesan beberapa PC, termasuk PC *Mark Dicon* BNW, PC *Mark Dicon Non* BNW, dan 1 *Pair Mark Zoom Dicon*. Ketika paket tiba pada tanggal 10 Februari 2023, hanya terdapat 2 PC tanpa PC *Mark Dicon* BNW dan 1 *Pair Mark Zoom Dicon*. Pembeli menghubungi penjual untuk meminta penjelasan, dan penjual berjanji akan mengirimkan PC yang kurang setelah PC tersebut sampai pada penjual atau akan melakukan pengembalian uang kepada pembeli. Namun, hingga tanggal 26 April 2023, penjual belum mengirimkan PC yang kurang atau mengembalikan uang kepada pembeli, dan tidak ada kabar hingga saat ini.¹²

2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak tepat waktu

Berdasarkan Pasal 1268 KUHPdata yang menyatakan waktu yang ditetapkan tidaklah menunda sebuah perikatan, melainkan hanya pelaksanaannya, namun penjual menunda perikatan yang disepakati dengan melakukan pengiriman barang tetapi waktu pengirimannya terlambat dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Pembeli dan penjual yang telah melakukan komunikasi dan kesepakatan mengenai PC yang ingin dibeli dengan melakukan pembelian melalui *link shopee* yang dikirimkan tanggal 16 Januari 2023 melalui *whatsapp* oleh penjual, namun pada tanggal 19 Januari 2023 penjual menghubungi pembeli dengan memberikan alasan bahwa bahan *packing* belum sampai pada penjual, sehingga pemesanan pembelian PC tertunda dan waktu pengiriman mengalami proses keterlambatan.
- b. Tanggal 25 Januari 2023, penjual menghubungi pembeli untuk mengajukan pembatalan pemesanan sehingga waktu pemesanan PC kembali mengalami keterlambatan waktu pengiriman dan pembeli menyetujui.
- c. Tanggal 1 Februari 2023 pembeli menanyakan kembali perihal pemesanan PC dan penjual mengatakan kepada pembeli untuk bisa langsung melakukan

¹² Maula, Responden dari akun *Lonelyygirlll*, *Wawancara* pada tanggal 17 Mei 2023.

checkout PC pada akun *shopee* penjual. Tanggal 10 Februari 2023 PC yang dipesan sampai kepada pembeli, namun PC yang sampai tidak sesuai dan kurang, penjual memberikan alasan bahwa PC yang kurang belum bisa dikirimkan kepada pembeli dikarenakan PC yang kurang tersebut belum sampai kepada penjual, sehingga PC yang kurang akan dikirimkan apabila telah sampai pada penjual.

Kasus wanprestasi kedua yang terjadi melalui *Twitter* melibatkan seorang pembeli yang melakukan penipuan. Kasus dimulai ketika pembeli ingin membeli PC dari penjual Korea (selanjutnya disebut *sellkor*) dan meminta bantuan *admin group order* sebagai perantara. *Admin group order* melakukan komunikasi dengan *sellkor* mengenai harga dan biaya pengiriman PC, yang kemudian disepakati. *Admin group order* berkomunikasi dengan pembeli untuk memberikan rincian harga dan kondisi PC, yang disetujui oleh pembeli. Kemudian, *admin group order* berinteraksi kembali dengan *sellkor* untuk mengonfirmasi pembelian dan melakukan pemesanan PC. *Admin group order* memberitahu pembeli untuk melakukan pembayaran dan mengirimkan bukti transfer, yang mereka letakkan pada catatan *group order*. Namun, setelah beberapa hari berlalu, *admin group order* memeriksa catatan pembayaran dan menemukan bahwa pembeli belum melakukan pembayaran. Mereka menghubungi pembeli yang selalu memberikan alasan untuk menunda pembayaran.

Pada akhirnya, setelah beberapa hari, pembeli mengirimkan bukti transfer. Namun, bukti transfer tersebut bukan milik pembeli, melainkan milik orang lain dalam *grup order* yang sama. Pembeli juga tidak memiliki niat baik untuk melakukan pembayaran atau melunasi pembelian PC. Kasus ini kemudian dibuatkan *thread* di *Twitter*, dan pembeli tetap tidak menunjukkan niat baik untuk membayar atau menyelesaikan pembelian PC. Pada kasus ini, wanprestasi dilakukan oleh pembeli kepada penjual. Bentuk wanprestasi yang dilakukan yaitu:

1. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak tepat waktu

Berdasarkan Pasal 1513 KUHPPerdata pembeli mempunyai kewajiban utama yaitu membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang ditetapkan dalam persetujuan, namun pembeli melakukan keterlambatan pembayaran sehingga tidak menjalankan kewajibannya sebagai pembeli untuk membayar sesuai dengan waktu kesepakatan. Ketika telah disepakati harga PC dan *shipping fee* antara *sellkor* dan *admin group order*, kemudian *admin group order* melakukan komunikasi dengan

pembeli untuk memberikan informasi mengenai harga PC dan *shipping fee* yang telah disepakati dengan *sellkor*, dan pembeli menyetujui.

2. Tidak memenuhi perjanjian sama sekali

Berdasarkan Pasal 1513 KUHPerdara pembeli mempunyai kewajiban utama yaitu membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang ditetapkan dalam persetujuan, namun pembeli selain melakukan keterlambatan pembayaran yang tidak sesuai dengan waktu kesepakatan, pembeli juga tidak melaksanakan kewajibannya untuk melakukan pembayaran.

3. Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan

Berdasarkan Pasal 1513 KUHPerdara pembeli mempunyai kewajiban utama yaitu membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang ditetapkan dalam persetujuan, namun pembeli tidak melakukan pembayaran sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati yang mana pembeli seharusnya melakukan pembayaran sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan antara *admin group order* dan pembeli mengenai harga PC dan waktu pembayaran dengan melampirkan bukti *transfer* pada *chat* dan *notes group order*, namun pembeli melampirkan bukti *transfer* pada *notes group order* dengan bukti *transfer* palsu yang diedit oleh pembeli yang merupakan bukti *transfer* milik orang lain pada *grup order* yang sama.

C. Upaya Hukum Dalam Menyelesaikan Wanprestasi Perjanjian Jual Beli *K-Pop Merch* Melalui Media *Twitter*

Upaya penyelesaian wanprestasi dalam perjanjian jual beli *k-pop merch* melalui media *twitter* diselesaikan melalui proses litigasi sesuai dengan Pasal 38 ayat (1) UU ITE yang menyatakan “*bahwa setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian dan diselesaikan melalui non litigasi sesuai dengan Pasal 39 ayat (2) UU ITE yang menyatakan bahwa selain penyelesaian gugatan perdata, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya.*”

Berdasarkan kedua kasus wanprestasi yang terjadi melalui media *twitter* yaitu kasus wanprestasi *scammer* PC Mark BNW dan kasus *scammer* pembelian PC, pihak pembeli atau penjual yang merasa dirugikan akibat wanprestasi memilih untuk menyelesaikan kasus wanprestasi dengan jalur non litigasi yaitu negosiasi. Upaya

penyelesaian secara negosiasi ini dipilih dikarenakan prosesnya yang tidak sulit, tidak panjang, dan mudah dilakukan.

Dalam kasus wanprestasi pertama yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli melalui *twitter* yaitu kasus *scammer* PC Mark BNW. Pembeli memilih menyelesaikan dengan menggunakan jalur non litigasi yaitu negosiasi dan meminta ganti rugi berupa uang kepada penjual sesuai dengan ketentuan Pasal 1243 KUHPperdata. Tahapan negosiasi ini dimulai dengan pembeli yang terlebih dahulu memulai komunikasi dengan penjual melalui *direct message twitter*. Pada *direct message twitter* pembeli mempertanyakan kepastian PC kurang yang tidak dikirimkan penjual. Penjual merespon dengan meminta tambahan waktu kepada pembeli bahwa PC kurang yang belum dikirimkan akan segera dikirim oleh penjual setelah PC tersebut telah berada ditangan penjual, namun setelah beberapa hari menunggu kabar dari penjual, pembeli belum juga mendapatkan kabar mengenai PC. Pembeli kembali berusaha untuk menghubungi penjual untuk menanyakan perihal PC, setelah dilakukan beberapa kali komunikasi dengan penjual, keputusan akhir dari negosiasi antara penjual dan pembeli adalah penjual bersedia untuk mengganti kerugian dengan ganti rugi berupa pengembalian uang sebesar Rp.50.000, namun PC yang kurang tidak dikirimkan kepada pembeli, penjual hanya mengganti kerugian uang.¹³

Dalam kasus wanprestasi yang kedua dilakukan pembeli melalui *twitter* yaitu kasus *scammer* pembelian PC. Pada kasus ini penjual memilih menyelesaikan kasus dengan jalur non litigasi yaitu negosiasi. Penjual terlebih dahulu menghubungi pembeli melalui *direct message twitter*, namun tidak mendapatkan balasan dan respon dari pembeli. Penjual akhirnya dibantu dengan beberapa teman yang berada di grup *order* yang sama dengan pembeli untuk mencari akun sosial media pembeli yang lain atau informasi lain untuk dapat menghubungi pembeli, kemudian setelah dilakukan pencaharian ditemukan akun *instagram* kakak dari pembeli dan penjual melakukan komunikasi melalui *direct message instagram* dengan kakak pembeli dengan memberikan penjelasan mengenai pembeli yang belum melakukan pembayaran PC pesannya, kakak pembeli mengatakan komunikasi bisa dilanjutkan melalui *whatsapp* agar mudah.

¹³ Maula, Responden dari akun Lonelyygirlll, *Wawancara* pada tanggal 17 Mei 2023.

Penjual dan kakak pembeli melakukan beberapa kali komunikasi melalui *whatsapp* dengan penjual menanyakan perihal informasi dari pembeli atau akun media sosial pembeli dan nomor *whatsapp* dari pembeli, namun kakak pembeli mengatakan bahwa akun media sosial dari pembeli telah dihapus, sehingga penjual berkomunikasi mengenai pembeli melalui perantara kakak pembeli saja. Beberapa kali setelah melakukan percakapan dengan kakak pembeli, keputusan akhir dari negosiasi yang dilakukan antara penjual dan kakak pembeli adalah pembeli tetap tidak mau bertanggung jawab untuk membayar pemesanan PC, dikarenakan kakak pembeli memberikan alasan bahwa akun *twitter* pembeli telah diretas oleh seseorang dan beralasan bahwa pembeli tidak pernah melakukan pembelian atau pemesanan PC dengan penjual, setelah memberikan alasan mengenai hal tersebut penjual kembali menanyakan perihal bukti siapa yang meretas akun *twitter* pembeli, namun hingga saat ini pembeli tidak memberikan jawaban bahkan tidak dapat dihubungi dan tidak membalas pesan *whatsapp* dari penjual, sehingga pada akhirnya hasil negosiasi penjual dan pembeli berakhir dengan pembeli tidak bisa dihubungi dan tetap tidak melakukan pembayaran.

KESIMPULAN

Pelaksanaan perjanjian jual beli *k-pop merch* melalui media *twitter* dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu pertama penawaran yang dilakukan oleh penjual *k-pop merch* melalui *twitter* dengan mengunggah foto, video, dan informasi terkait *k-pop merch* pada akun *twitter* penjual atau akun-akun base jual beli *k-pop merch*, kedua tahapan kesepakatan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dalam menentukan perjanjian dan proses jual beli, ketiga proses pembayaran, dan keempat pengiriman yang dilakukan setelah pembeli melakukan pembayaran dengan menggunakan jasa pengiriman atau cara pengiriman lainnya. Dalam pelaksanaannya perjanjian jual beli *k-pop merch* melalui media *twitter* tidak selalu berjalan sesuai dengan yang diperjanjikan berdasarkan Pasal 1338 KUHPerdata yang mana menyatakan bahwa persetujuan harus dilaksanakan dengan iktikad baik dari para pihak, akibatnya hal ini menimbulkan wanprestasi.

Bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh penjual yaitu melaksanakan apa yang diperjanjikannya tetapi tidak sebagaimana dijanjikan seperti barang kiriman tidak sesuai dengan kesepakatan yang ditentukan sebelumnya (Pasal 1481 KUHPerdata) dan melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi tidak tepat waktu seperti melakukan pengiriman barang tetapi waktu pengirimannya terlambat (Pasal 1268 KUHPerdata), sedangkan bentuk

wanprestasi yang dilakukan oleh pembeli berdasarkan Pasal 1513 KUHPPerdata yaitu melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi tidak tepat waktu seperti pembeli melakukan keterlambatan pembayaran, tidak memenuhi perjanjian sama sekali seperti tidak melakukan pembayaran dan melaksanakan apa yang diperjanjikannya tetapi tidak sebagaimana dijanjikan seperti pembayaran yang dilakukan tidak sesuai dengan kesepakatan.

Upaya hukum yang dilakukan penjual dan pembeli dalam menyelesaikan kedua kasus wanprestasi yang dilakukan penjual yaitu scammer PC Mark BNW dan kasus wanprestasi yang dilakukan pembeli yaitu scammer pembelian PC memilih penyelesaian dengan jalur non litigasi yaitu negosiasi dengan melakukan komunikasi untuk menemukan solusi dan alternatif penyelesaian yang bagaimana akan digunakan dalam menyelesaikan kasus wanprestasi yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir Muhammad, “*Hukum dan Penelitian Hukum,*” Bandung: Citra Aditya, 2004.
- Adistie Arista Putri, “Pelaksanaan Transaksi Jual Beli *Online* Di Situs Heavenlight.Co”, *Seminar Nasional Mahasiswa*, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, April 2019
- Ahmad Ansyari Siregar, “Keabsahan Jual Beli Online Shop Di Tinjau Dari Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)”, *Jurnal Ilmiah “Advokasi”* Vol.7 , No.2 2019.
- Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia”, *Publiciana* Vol.9 , No.1 2016.
- Byunpeachyna, “Sok Sultan Beli PC Overprice Ternyata Penipu”, <<https://twitter.com/byunpeachyna/status/1303997824154046464?s=20>> diakses pada [01/03/2023]
- Ishaq, “*Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*”, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Lukman Santoso Az, *Aspek Hukum Perjanjian*, Yogyakarta: Media Pustaka, 2019.
- Muhammad Kamran dan Maskun, “Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika”, *BALOBEL Law Journal* Vol.1 , No.1 2021.
- M. Rizqa Anas Fawzi dan Suatra Putrawan, “Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik”, *Jurnal Kertha Semaya* Vol.8 , No.4, 2020.

RR Dewi Anggraeni dan Acep Heri Rizal, “Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan (*Implementation of The Sale and Purchase Agreement Through the Internet (E-Commerce) Judging from The Aspect of Civil Law*)”, *Jurnal Sosial & Budaya Syar-I* Vol.6 , No.3 2019.