

BAB III

SISTEM JUAL BELI KOSMETIK MELALUI *INSTAGRAM*

A. Proses Bisnis dan Mekanisme Transaksi Online

Seperti halnya aktivitas bisnis konvensional, sistem jual beli online juga melalui tahapan-tahapan aktivitas tertentu yang biasa diistilahkan dengan proses bisnis. Wirjono Prodjodikoro mengatakan bahwa jual beli adalah suatu persetujuan dimana suatu pihak mengikat diri untuk wajib menyerahkan suatu barang dan pihak lain wajib membayar harga, yang di mufakati mereka berdua.⁷⁶Selanjutnya menurut Mariam Darus Badruzaman, dkk bahwa jual beli online adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik dimana para pihak tidak hadir secara fisik.

Proses bisnis yang pertama *Information sharing*. Dalam proses ini, prinsip penjual adalah mencari dan menjaring calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba untuk mencari tahu penelitian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut.

Kedua, melakukan pesanan produk atau jasa secara elektronik. Dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktivitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, aman dan benar.

⁷⁶Wirjono Prodjodikoro. *Hukum Perdata tentang Persetujuan-persetujuan tertentu*, (Bandung: Sumur. 1997), Hlm. 17

Ketiga, setelah transaksi usai dilakukan dan produk telah di distribusikan ke tangan konsumen, barulah proses terakhir yaitu aktivitas purna jual dijalankan.`

Ada dua hal utama yang biasa digunakan oleh customers di dunia maya. Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang di iklankan oleh perusahaan terkait melalui websitenya. Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan.⁷⁷ Jika tertarik dengan produk atau jasa yang di tawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (*online orders*) yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet. Berdasarkan pesanan tersebut, *merchant* akan mendistribusikan barangnya kepada *customers* melalui dua jalur. Bagi perusahaan yang melibatkan barang secara fisik, perusahaan akan mengirimkannya melalui kurir ke tempat. Jalur kedua adalah jalur yang menarik karena disediakan bagi produk atau jasa yang dapat digitalisasi (diubah menjadi sinyal digital). Contohnya *electronic newspaper*, *digital library* dan sebagainya

1. Proses transaksi Online Orders

Transaksi jual beli online biasanya didahului oleh penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Menurut Edmon Makarim, pada dasarnya proses transaksi secara elektronik tidak jauh berbeda dengan proses transaksi jual beli biasa di dunia nyata.

⁷⁷Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat Dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*,(Jakarta:PT Elex media Komputindo,2001),Hlm.7-8

Proses pengikat transaksi jual beli secara elektronik ini dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut :

Pertama, penawaran. Yang dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha melalui website pada internet. Penjual atau pelaku usaha menyediakan *storefront* yang berisi katalog produk dan pelayanan yang akan diberikan. Masyarakat yang memasuki website pelaku usaha tersebut dapat melihat barang yang ditawarkan oleh penjual. Salah satu keuntungan transaksi jual beli melalui toko online ini adalah bahwa pembeli dapat berbelanja kapan saja dan dimana saja tanpa dibatasi ruang dan waktu. Penawaran dalam sebuah website biasanya menampilkan barang-barang yang ditawarkan, harga, nilai rating atau poll otomatis tentang barang yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi barang termaksud dan menu produk lain yang berhubungan. Penawaran di internet terjadi apabila pihak lain yang menggunakan media internet memasuki situs milik penjual atau pelaku usaha yang melakukan penawaran, oleh karena itu apabila seseorang tidak menggunakan situs media internet dan memasuki situs milik penjual usaha yang menawarkan sebuah produk, maka tidak dapat dikatakan ada penawaran. Dengan demikian penawaran melalui media internet hanya dapat terjadi apabila seseorang membuka situs yang menampilkan sebuah tawaran melalui internet tersebut

Kedua, penerimaan. Dapat dikatakan tergantung penawaran yang terjadi. Apabila penawaran dilakukan melalui e-mail address, maka

penerimaan dilakukan melalui e-mail. Penawaran melalui website ditujukan kepada seluruh masyarakat yang membuka website tersebut. Setiap orang yang berminat membeli barang yang ditawarkan, dapat membuat kesepakatan dengan penjual atau pelaku usaha yang menawarkan barang tersebut. Pada transaksi jual beli secara elektronik, khususnya melalui website, biasanya calon pembeli akan memilih barang tertentu yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha, dan jika tertarik, maka barang itu akan disimpan terlebih dahulu sampai calon pembeli yakin pada pilihannya, selanjutnya akan memasuki tahap pembayaran.

Ketiga, pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, misal melalui fasilitas internet, namun tetap bertumpu pada keuangan nasional, yang mengacu pada sistem keuangan lokal. Klasifikasi pembayaran dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Transaksi model ATM, sebagai transaksi yang hanya melibatkan institusi finansial dan pemegang account yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari account masing-masing.
- b. Pembayaran dua pihak tanpa perantara, yang dapat dilakukan langsung antara kedua pihak tanpa dengan menggunakan uang nasionalnya.
- c. Pembayaran dengan perantara pihak ketiga, umumnya merupakan proses pembayaran yang menyangkut debet, kredit ataupun cek masuk.

Keempat, pengiriman. Merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang di tawarkan kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang tersebut. Pada kenyataannya, barang yang dijadikan objek perjanjian dikirimkan oleh penjual kepada pembeli dengan biaya pengiriman telah diperjanjikan antara penjual dan pembeli.⁷⁸

Transaksi online menurut Cavanilas dan Nadal dalam *Research Paper on contractlaw* seperti yang dikutip oleh M. Sanusi Arysad, memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu :

a. Transaksi melalui *chatting* dan *video conference*

Adalah seorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, sepeerti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video conference* dilakukan melalui media elektronik, dimana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.

b. Transaksi melalui *e-mail*;

Dalam hal ini pihak yang saling bertransaksi harus memiliki e-mail address, selanjutnya sebelum melakukan transaksi, customers sudah mengetahui email yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian customer menulis nama produk dan

⁷⁸Edmon Makarin. *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2000). Hlm. 82

jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran yang digunakan.

c. Transaksi melalui *web* dan *situs*

Transaksi ini dengan *caramerchant* menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang dijual dalam web atau situs yang khusus dibuat oleh penjual.

2. Mekanisme pembayaran Online

Prinsip pembayaran online sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia maya, hanya saja internet (dunia maya) berfungsi sebagai pos yang dapat dengan mudah diakses melalui sebuah computer personal (PC), dan semuanya serba digital dan didesain serba elektronik.

Di dunia internet saat ini banyak terdapat metode pembayaran yang ditawarkan, semua metode yang ditawarkan menggunakan teknologi canggih. Ini dilakukan karena bisnis yang dijalankan di internet adalah remote business yang selama perjalanan transaksi menggunakan media elektronik yang sudah tentu banyak “penyamun” di tengah jalan.

a. Pembayaran dengan kartu kredit/debit

Pembayaran ini dilakukan dengan cara customers memilih barang yang akan dibeli pada website merchant, setelah harga ditotal, kemudian consumer memasukkan informasi kartu kredit atau kartu debatnya pada form slip pembelian yang telah disediakan

website merchant. Informasi tersebut selanjutnya dikirim ke web server merchant bernama informasi pembelian lainnya. Melalui sebuah sistem gateway, merchant akan melakukan proses otorisasi. Merchant melakukan otorisasi ke acquirer untuk selanjutnya diteruskan ke issuer melalui jaringan kartu kredit atau debit. Setelah memeriksa informasi kartu kredit atau debit, issuer akan mengirimkan hasil otorisasi kembali ke acquirer. Acquirer selanjutnya mengirimkan hasil otorisasi kepada merchant dan diinformasikan kepada consumer melalui website merchant. Jika otorisasi berhasil, merchant mengesahkan transaksi tersebut dan mengirimkan sesuatu yang telah dibeli ke alamat yang telah disepakati.

b. Pembayaran dengan e-check

Dalam pembayaran e-check, pertama-tama customer membuka account bank di internet untuk pertama kali. Kemudian dia mengeluarkan e-check miliknya untuk membayar. Penerima e-check ini mengirimkan check tersebut ke bank untuk konfirmasi bahwa transaksi tersebut benar-benar valid, akhirnya bank memindahkan uang dari rekening pengirim ke rekening penerima check sesuai nominal yang dikirimkan.

c. Pembayaran dengan digital cash

Dalam digital cash, uang dapat direpresentasikan dalam susunan bit atau karakter dalam beberapa digit. Seperti halnya

penggunaan kupon dalam sebuah bazar, seorang nasabah bank dapat meminta beberapa kupon kepada bank tempatnya menabung dalam pecahan yang di inginkan. Melalui e-mail, bank akan memberikan nomor seri beberapa token tersebut kepada nasabahnya sesuai dengan permintaan. Bank selanjutnya akan mendebit sejumlah uang yang ditransfer pada rekening nasabah yang bersangkutan. Token inilah yang kan dipergunakan oleh nasabah untuk berbelanja di internet. Cukup dengan memberikan nomor seriyang ada kepada “TOKO” du dunia maya, yang kemudian akan diverifikasi dengan bank yang bersangkutan, transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dapat dengan mudah dan cepat dilakukan di internet.

B. Sistem jual beli kosmetik melalui *Instagram* di Masyarakat

Semakin berkembangnya tren jual beli online saat ini, tentu akan membuat banyak masyarakat yang ingin melakukan jual beli secara online pula, entah menjadi penjual atau menjadi pembelinya. Mereka para pelaku jual beli online baik pelaku usaha maupun konsumen tentunya menginginkan transaksi yang aman dan nyaman. Namun dimana ada peluang, disitu juga pasti akan memunculkan beberapa oknum yang akan memanfaatkan ketidaktahuan dan keterbatasan konsumen untuk kepentingan pribadi dengan melakukan kecurangan-kecurangan.

Pemasaran produk maupun jasa dengan menggunakan media online menjadi alternatif yang besar untuk suatu usaha di era serba digital seperti sekarang ini. Konsumenpun juga semakin tertarik untuk mencari produk atau membeli suatu produk melalui media online dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan. Adapun alasan mengapa konsumen lebih tertarik menggunakan jual beli secara online yaitu karena pembeli tidak perlu meluangkan waktu khusus untuk berbelanja keluar rumah, cukup dengan membuka situs online yang diinginkan kapan saja selama 24 jam *nonstop* setiap hari dengan pilihan yang sangat beragam sesuai dengan keinginan produk barang atau jasa, sekaligus dapat membandingkan produk yang ditawarkan dengan produk yang diperoleh dipasar tradisional. Yang paling penting adalah kemudahan tanpa perlu waktu yang banyak untuk bisa berbelanja melalui online, cukup dengan duduk di depan komputer atau cukup dengan memegang handphone yang terhubung dengan jaringan internet dan mengikuti persyaratan-persyaratan yang telah ditetapkan masing-masing situs yang menawarkan produk maupun jasanya.⁷⁹Salah satu sosial media yang sering digunakan untuk melakukan jual beli secara online adalah *Instagram*.

Instagram merupakan aplikasi untuk *photo-sharing* dan juga merupakan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan dalam penggunaannya dapat digunakan untuk mengambil suatu gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagi hasilnya melalui

⁷⁹Haris Faulida Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta:Magistra Insani Pres.2004),Hlm.21-22

berbagai layanan sosial media seperti *facebook*, *Twitter* dan situs lainnya. Nama *Instagram* diambil dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan”, sedangkan “gram” di ambil dari kata “telegram” yang berarti cara kerjanya mengirimkan informasi secara cepat.

Dalam perkembangannya, *Instagram* menjadi sangat multifungsi saat ini. Bukan hanya menjadi media untuk berkomunikasi saja, tetapi bisa untuk media promosi dan popularitas seseorang. Pengaruh besar dalam *Instagram* yang paling utama adalah Followers. Followers adalah pengikut dalam jejaring sosial *Instagram*, dalam setiap akun *Instagram* yang memiliki followers banyak maka akan menjadikan popularitas akun tersebut meningkat. Karena alasan tersebutlah kini *Instagram* dijadikan peluang dalam kegiatan perekonomian, bisnis atau jual beli.

Proses transaksi jual beli melalui internet biasanya akan di dahului dengan oleh penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara online, misalnya melalui website, situs di internet atau melalui posting di mailing list dan news group atau melalui undangan untuk para customer melalui model business-to-business. Transaksi online menurut Cavanilas dan Nadal dan *Research Paper on Contract Law*, seperti yang dikutip oleh M. Sanusi Arsyad memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu Transaksi melalui *chatting* dan *video conference*, transaksi melalui *email* dan transaksi melalui *web* atau *situs*.⁸⁰

⁸⁰*Ibid.*, Hlm.28

Pada sistem transaksi jual beli suatu produk melalui *instagram*, di setiap akunnya mempunyai cara tersendiri bagaimana cara pemesanannya dan kemudian cara pembayarannya seperti apa dan menggunakan jasa pengiriman barang apa ketika pesanan itu di antarkan ke konsumen.

Untuk cara penyerahan barang dalam jual beli di *Instagram* mempunyai 2 cara yaitu yang pertama penyerahan secara langsung antara penjual dan pembeli atau yang sering disebut dengan COD (*Cash On Delivery*). Pada sistem COD ini sebenarnya masih menganut cara lama dengan bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli. Biasanya sistem transaksi ini dilakukan dalam penyerahan barang terhadap konsumen yang masih dalam satu kota dengan penjual. Keuntungan dalam sistem COD ini adalah meminimalisir penipuan dalam proses transaksi. Sementara kekurangannya adalah menyangkut keamanan baik penjual maupun konsumen, karena memungkinkan pihak yang akan ditemui adalah orang yang memiliki niatan jahat. Oleh karena itu sebaiknya COD dilakukan ditempat yang aman atau bisa ditempat keramaian. Cara yang kedua yaitu dengan menggunakan jasa kurir pengantar barang, dalam transaksinya menggunakan via transfer antar rekening. Transaksi ini merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para penjual online, selain transaksi ini cukup simple, jenis ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat dicek oleh penerima dana atau penjual lalu setelah dana masuk penjual akan memproses pengiriman barang yang dibeli oleh konsumen. Kekurangan transaksi antar rekening ini adalah

diperlukan kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Dalam transaksi seperti ini sering terjadi penipuan yang dilakukan oleh penjual, dimana ketika konsumen telah mengirimkan dana ternyata barang tidak kunjung dikirimkan.



Gambar 2.1 Sistem Transaksi

Seperti gambar di atas, bahwa setiap akun bisnis di *Instagram* mempunyai layanan tersendiri untuk cara pemesanan produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha dan bagaimana cara pembayarannya ketika konsumen ingin atau tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dalam praktiknya seperti gambar di atas dapat kita ketahui bagaimana sistem transaksi jual beli online produk kosmetik tidak layak edar melalui *instagram*.

Pertama, konsumen akan masuk pada akun jual beli produk kosmetik tersebut, lalu konsumen akan memilih barang apa yang di inginkannya setelah konsumen merasa tertarik terhadap produk yang di tawarkan maka konsumen bisa menghubungi nomer whatsapp yang telah ditampilkan oleh

penjual pada akunnya. Pada akun tersebut penjual tidak menanggapi pertanyaan atau pemesanan melalui komentar yang berada di bawah gambar produk yang ditawarkannya, sehingga konsumen di arahkan untuk menghubungi nomor yang telah di tampilkan oleh pelaku usaha tersebut.

Kedua, Konsumen selanjutnya akan menghubungi penjual untuk menanyakan apakah produk yang di pilih nya masih tersedia. Jika produk tersebut masih tersedia dan konsumen berminat untuk membeli, selanjutnya penjual akan memberikan format pemesanan kepada konsumen. Format tersebut berisikan nama, alamat (lengkap dengan kecamatan, kabupaten dan kode pos), nomer telephone, barang yang di pesan dan cara pembayaran. Setelah format tersebut sudah di isi dan di lengkapi oleh konsumen selanjutnya penjual akan merinci jumlah harga produk yang di pesan sekaligus biaya jasa pengantaran barang karena harga yang di cantumkan pada akun penjual belum termasuk dengan biaya ongkos kirim.

Ketiga, ketika biaya tersebut telah disepakati selanjutnya adalah pembeli melakukan pembayaran antar rekening yang sudah disediakan oleh penjual. Pembayaran ini sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli, bisa dengan cara penyerahan langsung dan di bayar pada saat itu jika alamat penjual dan pembeli masih dalam satu kota atau berdekatan. Selanjutnya pembeli akan melakukan pembayaran melalui transfer antar rekening sesuai dengan jumlah harga yang telah di tentukan di awal.

Keempat, ketika pembayaran sudah dilakukan maka pembeli akan mengirimkan bukti kepada penjual bahwa pembeli telah melakukan

pembayaran dengan baik sesuai harga yang telah di sepakati. Pengiriman bukti transaksi tersebut bisa berupa status transaksi jika pengiriman melalui e-banking atau kwitansi transaksi pembayaran dari bank.

Kelima ketika pembayaran sudah dilakukan maka yang terakhir adalah penjual akan memproses pengiriman barang kepada pembeli. Pengiriman ini menggunakan jasa kurir yang di pakai oleh penjual. Pembeli akan mendapatkan nomor resi atau nomor barang pengantaran pesanan tersebut, nomor resi tersebut di dapatkan penjual dari jasa pengantaran barang. Nomor resi tersebut digunakan untuk melacak barang pesanan telah sampai dimana. Setelah barang pesanan tersebut sampai kepada pembeli, pembeli akan mengkonfirmasi bahwa barang pesanan yang di pesan telah sampai kepada pembeli. Proses pengantaran barang mulai dari penjual hingga sampai ke konsumen ini biasanya paling cepat dalam waktu seminggu.

Setiap pelaku bisnis melakukan metode nya sendiri dalam setiap transaksi, walaupun dalam transaksinya relatif sama, yaitu terdapat penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan.