

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Flash sale sebagai suatu *event* yang dilakukan oleh perusahaan, tentunya memiliki suatu tujuan dan target yang harus dicapai. Menurut Deblina Sahavashista, *event* tersebut gunanya untuk menaikkan *brand* suatu produk atau barang dari perusahaan.¹ *Flash sale* sebagai salah satu alat promosi yang diberlakukan oleh perusahaan retail, sangat menarik pengguna atau pembeli untuk mengikuti *event* tersebut. Namun, seperti yang dijelaskan dalam tabel 1 dan tabel 2, menurut tabel yang disajikan oleh Mahir Pradana dalam journalnya yang berjudul *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia*, dijelaskan bahwa terdapat perbedaan antara *event flash sale* dengan *event* lainnya.²

Menariknya, dalam table yang disajikan oleh Mahir Pradana tersebut, terlihat perbedaan yang sangat signifikan antara *event flash sale* dengan lainnya.³ Mereka yang hendak mengikuti *event* tersebut haruslah mereka yang sudah memiliki *e-mail* dan akun yang terdaftar, selain itu tidak bisa karena sifat *event* ini adalah *private sales*. *Private sales* ini dilakukan dengan alokasi waktu yang

¹ Deblina Sahavashista, *Gone In60 Seconds-online Flash Sales: The Next Innovation In Indian E-Commerce Or Just A Flash In A Pan?-a Critical And Empirical Analysis With Consumer Perspective*,

² Pradana, Mahir. "Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di indonesia." *Neo-Bis* 9.2 (2015): 32-40.

³ *Ibid.*,

terbatas, singkat dan kuantitas dari barang yang dijual juga terbatas. Selanjutnya, demi mendapatkan barang yang mereka inginkan, pembeli harus melalui beberapa langkah. Namun, terkadang karena yang dinamakan kompetisi dengan jumlah barang yang terbatas, maka biasanya tidak jarang pembeli tidak bisa mendapatkan barang yang diinginkan. Bahkan, ketika sudah melangkah beberapa *step* yang harus dilalui, hingga tiba hanya proses verifikasi, biasanya pembeli tidak bisa melanjutkan prosesnya dan keluar kembali di menu awal.

Sebenarnya, proses tersebut apabila dipersingkat akan sama dengan pemesanan biasa pada *electronic commerce* biasanya. Barang dipesan secara online, kemudian dipilih metode pembayarannya, pembayaran dilakukan di awal secara penuh, kemudian barang akan dikirim oleh penjual, begitu apabila prosesnya dipersingkat. Berikut skema atau alur dalam system *flash sale* di Lazada maupun Bukalapak.

A. Sistem Flash Sale

Dalam papernya Deblina Sahavashishta, menurut dia sendiri, menyebutkan bahwa *flash sale* disebut dengan istilah *private sales*. *Private sales* adalah jual beli yang sistemnya menggunakan undangan. Undangan ini digunakan untuk mengunjungi dan mengikuti *event*. Undangan dalam *flash sale* ini, biasanya dilakukan melalui *e-mail* yang sudah terdaftar.¹

Pembeli yang ingin mengikuti *event* tersebut harus terlebih dahulu diundang melalui *e-mail* yang dimilikinya. Catatannya, pembeli juga harus memiliki aplikasi penyelenggara *event* di perangkat *smartphonenya*. Contoh, Lazada maupun Bukalapak. Undangan tersebut berbentuk pengumuman yang rentang pemberitahuannya antara 2-4 hari sebelum *flash sale* dimulai.²

S. N.	Features	Daily Deals	Online Flash Sales
1	Openness	Open For All	By Invite Only For Members
2	Geography	Local	National
3	Type of Product	Virtual Voucher	Physical Product
4	Hold of Inventory	Does Not Hold Inventory	Holds Inventory
5	Instant Consumption	Yes	No
6	Cash Flow	Received Cash Upfront Then Pay Out Over 90 Days	Pay out Cash For Products, Then Earn Back When The Products Are Sold
7	Scarcity	Time Based	Quantity Based
8	Suppliers	Small Merchants	Large Brands/Designers
9	Value Proposition To Supplier	Get New Customers	Sell Post Peak Inventory
10	Brands	Relatively Unknown	Exclusive Brand Names

Tabel. 2³

Pada umumnya orang yang mempunyai suatu aplikasi jual-beli online, seperti Lazada dan BukaLapak harus mempunyai *e-mail* dan *username* yang terdaftar. Sebagai alat promosi yang digunakan untuk menarik minat belanja,

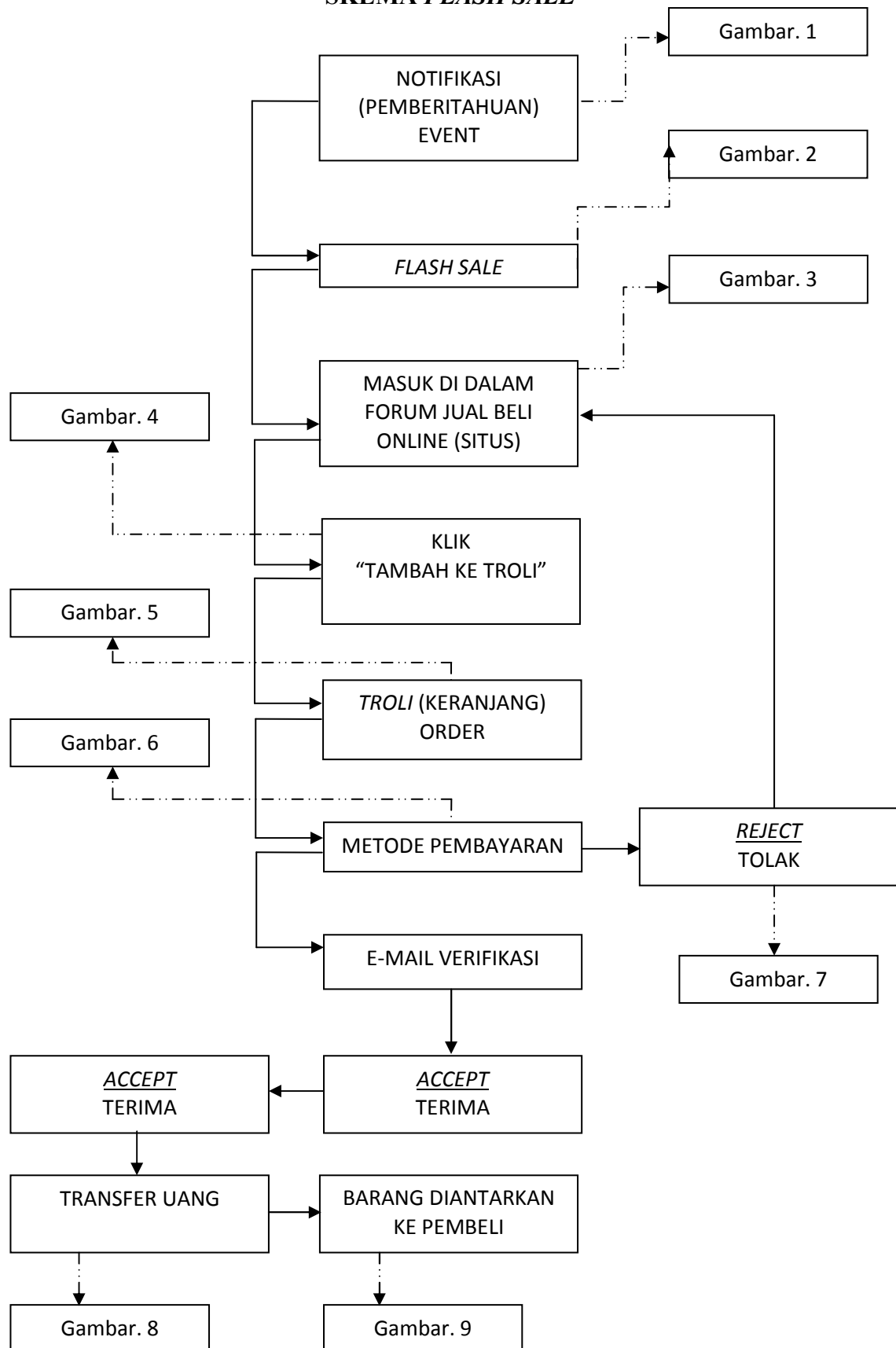
¹ Deblina Sahavashishta, *Gone In60 Seconds-online Flash Sales: The Next Innovation In Indian E-Commerce Or Just A Flash In A Pan?-a Critical And Empirical Analysis With Consumer Perspective*,

² *Ibid.*,

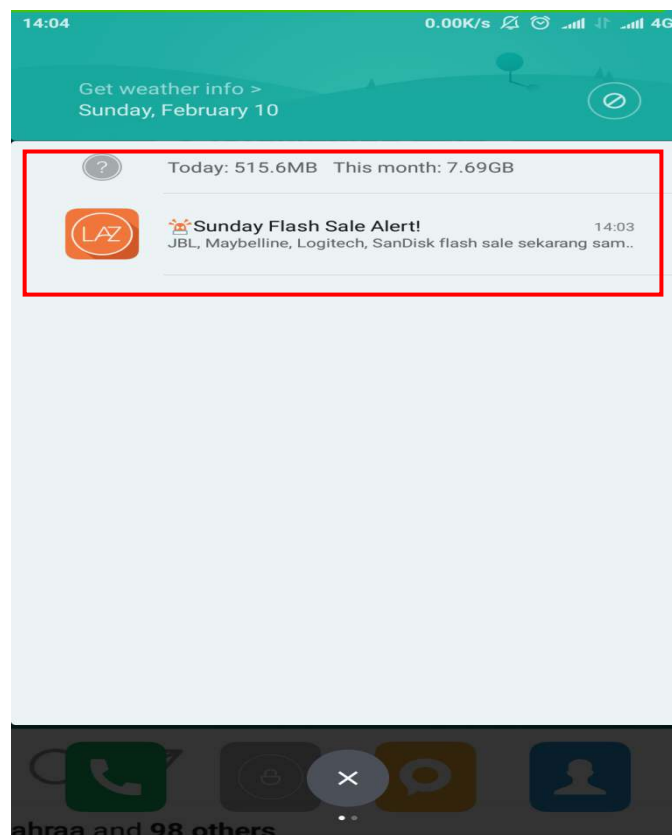
³ Pradana, Mahir. "Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di indonesia." *Neo-Bis* 9.2 (2015): 32-40.

flash sale dirancang dengan system yang unik. Di dalam keunikannya, pembeli dituntut harus berlomba-lomba dengan pembeli lain untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Alasannya adalah jumlah barang (*stock*) barang yang disediakan sangat terbatas.⁴ Berikut skema atau alur jalannya dari system *flash sale*:

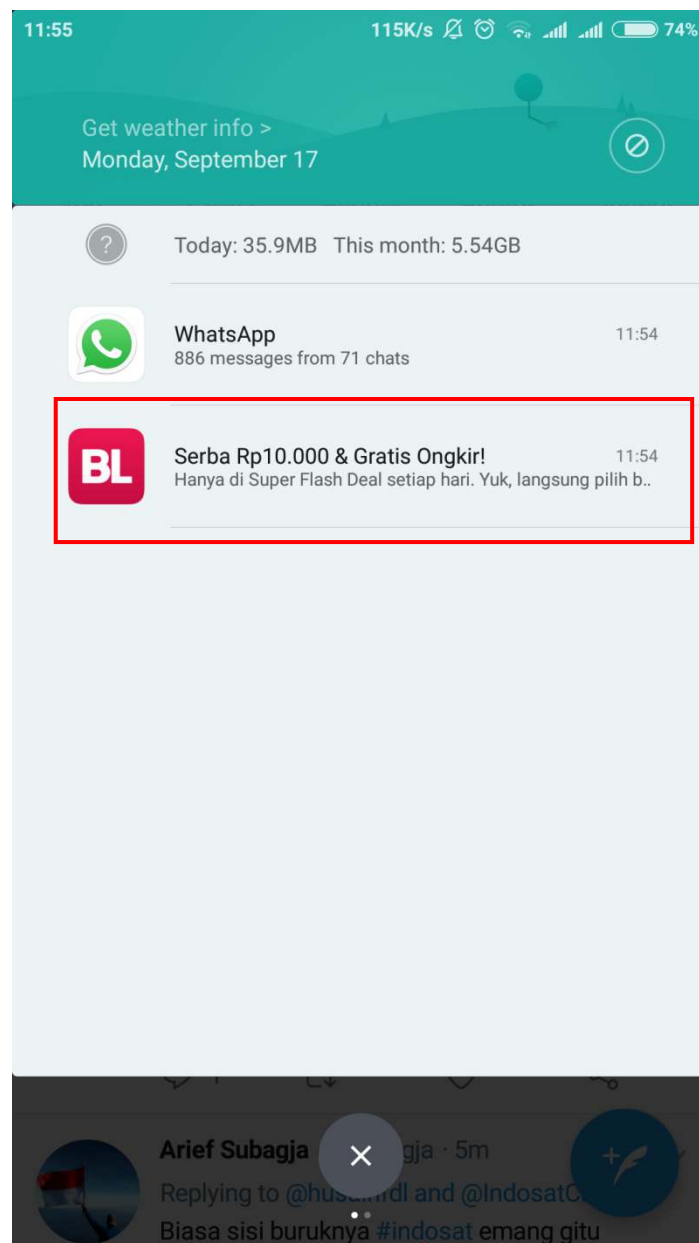
⁴ *Iming-iming Flash Sale, Lotre Digital di Toko Online*, diakses melalui http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?__twitter-impression=true pada 12 Maret 2019

SKEMA *FLASH SALE*

Skema atau alur dari terjadinya *flash sale* hingga pemesanan diterima oleh penjual maupun tidak diterima, akan dijelaskan sebagai berikut. Pada awalnya, pembeli atau pengguna *smartphone* yang mempunyai akun terdaftar dalam aplikasi Lazada maupun Bukalapak akan menerima notifikasi. Notifikasi tersebut berupa pemberitahuan yang muncul pada notif bar di layar *smartphone*. Dalam notifikasi tersebut memuat keterangan berupa tanggal maupun hari *flash sale* akan dilakukan, jenis barang yang akan diperdagangkan dan nilai atau harga barang. Seperti yang ditunjukkan dalam gambar kotak warna merah dibawah ini:



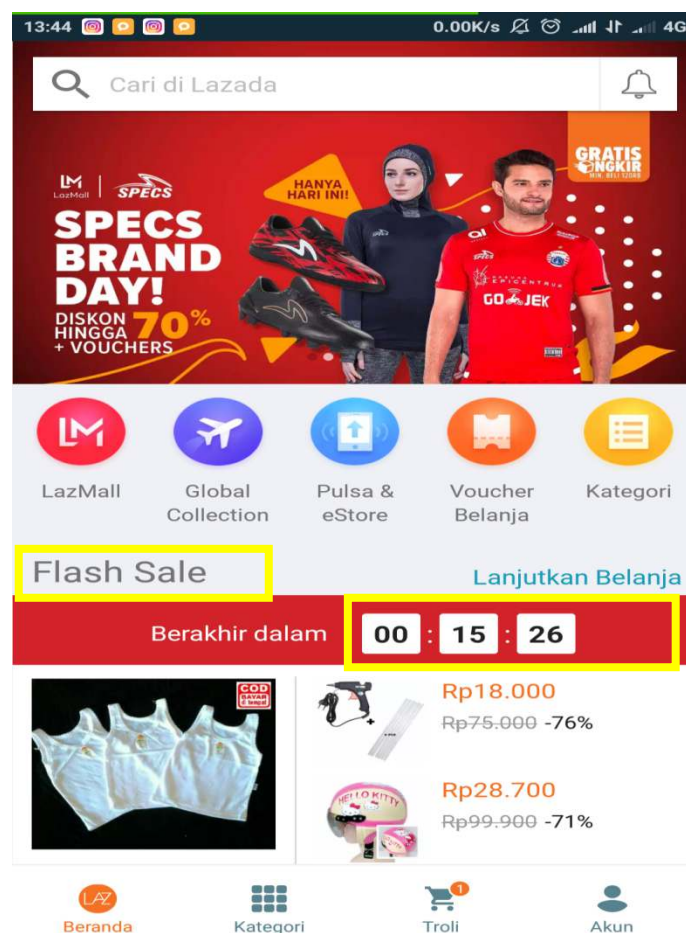
Gambar. 1



Gambar. 1

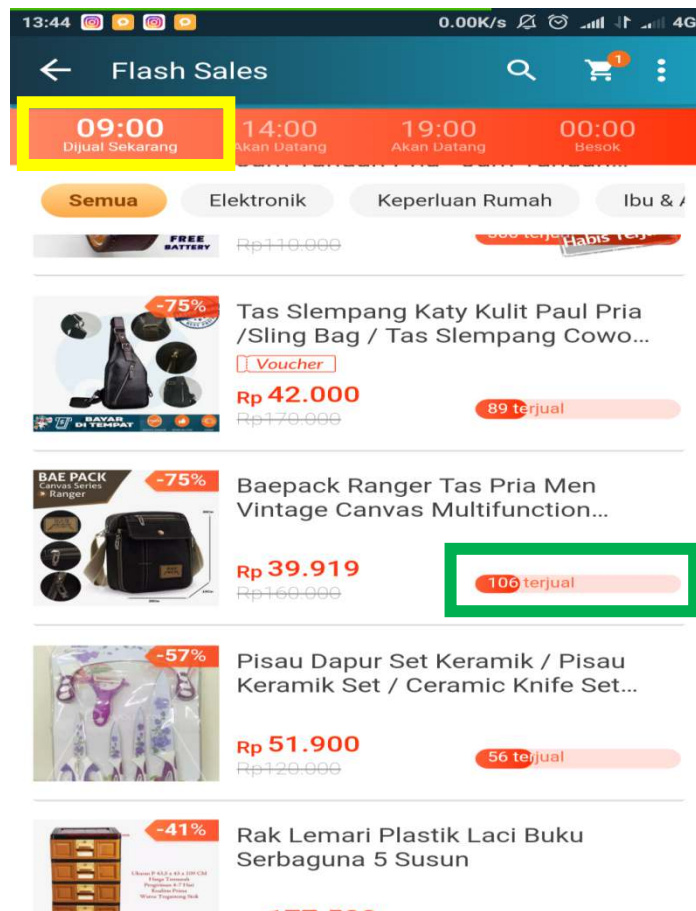
Kemudian, setelah menerima notifikasi atau pemberitahuan tersebut, pembeli bisa dipastikan akan tertarik. Alasannya, karena pembeli melihat daftar harga yang tercantum dalam notifikasi selama *flash sale* bisa diskon

lebih dari 50% (lima puluh persen). Diskon tersebut yang mempengaruhi minat dari pembeli untuk kemudian mengunjungi situs dan mengikuti *event flash sale* tersebut.⁵ Keputusan tersebut yang kemudian akan berkembang menjadi kompetisi antara pembeli satu dengan lainnya untuk mendapatkan barang yang diinginkan.



Gambar. 2

⁵ Reza, Faisal. "Strategi promosi penjualan online lazada. co. id." *Jurnal Kajian Komunikasi* 4.1 (2016): 63-74. Lihat juga Hartiwi Prabowo, Darman and Enny Noegraheni. "Analisis Kepercayaan dalam C2C E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Repurchase pada Kaskus." *Binus Business Review* 5.1 (2014): 301-314.

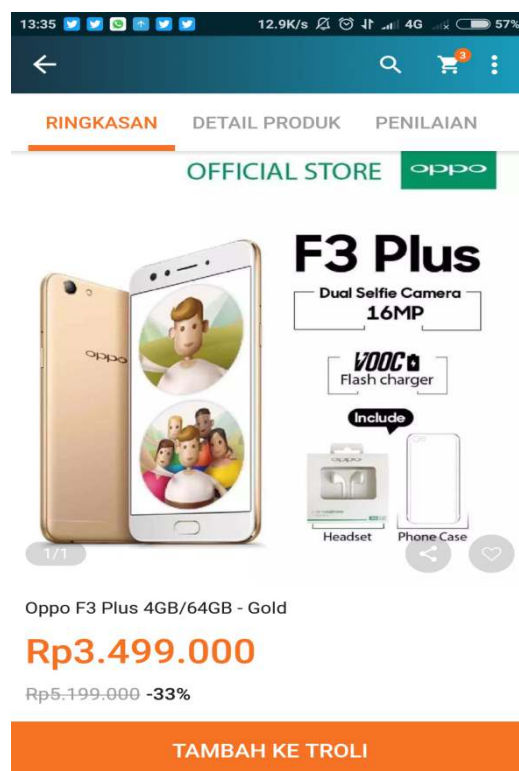


Gambar. 3.1

Kemudian pembeli yang tertarik tersebut akan meng-klik tombol link yang sudah disediakan dalam aplikasi. Setelahnya, pembeli akan masuk ke dalam forum jual beli online. Pembeli dituntut harus berlomba-lomba dengan pembeli lain untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Alasannya adalah jumlah barang (*stock*) barang yang disediakan sangat terbatas. Selain itu, pada event tersebut waktu yang disediakan juga sangat terbatas. Sebagaimana pada gambar di atas.

Di dalam kotak yang berwarna kuning tersebut (gambar. 2) menjelaskan tentang batas waktu yang disediakan dalam sekali *event flash sale* yang berlangsung. Sedangkan pada gambar. 3 menjelaskan waktu kapan tepatnya *flash sale* akan dimulai. Misal, pada gambar tersebut menunjukkan 09.00, 14.00, 19.00 dan 00.00, maka waktu tersebut menunjukkan kapan *flash sale* akan dimulai. Jadi, *flash sale* biasa diadakan 4 (empat) kali dalam sehari.

Layaknya barang yang dijual dalam jual beli online lainnya, event *flash sale* juga menawarkan barang seperti peralatan electronic, peralatan dapur, asesoris dan lainnya. Barang khusus yang menjadi objek jual beli *flash sale* dan menarik banyak minat dari pembeli adalah *smartphone*. Seperti gambar di bawah ini:

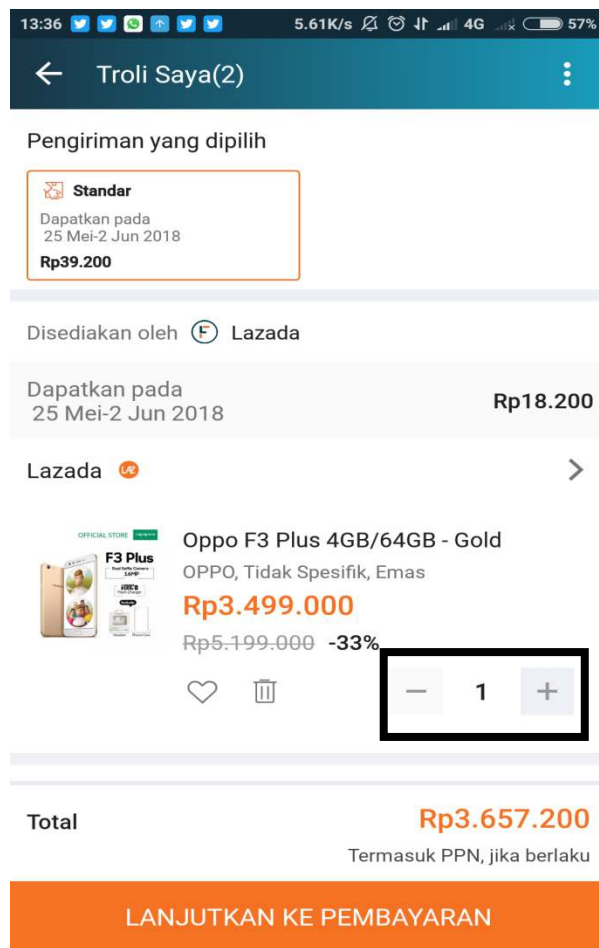


Gambar. 3.2



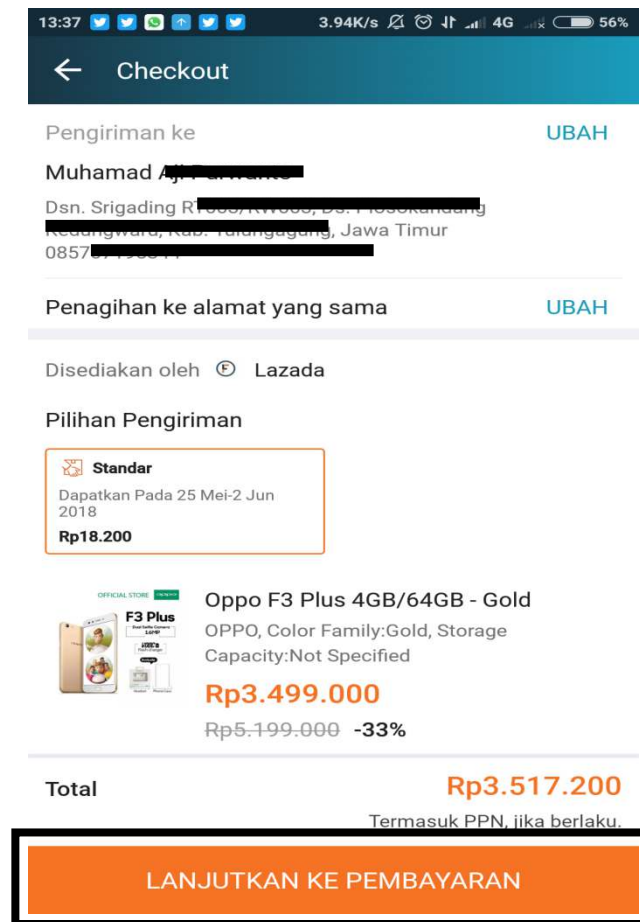
Gambar. 4

Setelah pembeli masuk ke dalam forum jual beli online, maka pembeli akan menemui barang yang ingin dibelinya tersebut. Langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah meng-klik tombol “TAMBAH KE TROLI”. Layaknya seperti berbelanja dalam sebuah minimarket atau supermarket, pembeli dituntut untuk mandiri melayani dirinya sendiri dalam hal mengambil barang. Selain itu, pembeli dituntut untuk berkompetisi satu dengan lainnya, agar bisa mendapatkan barang yang diinginkan.



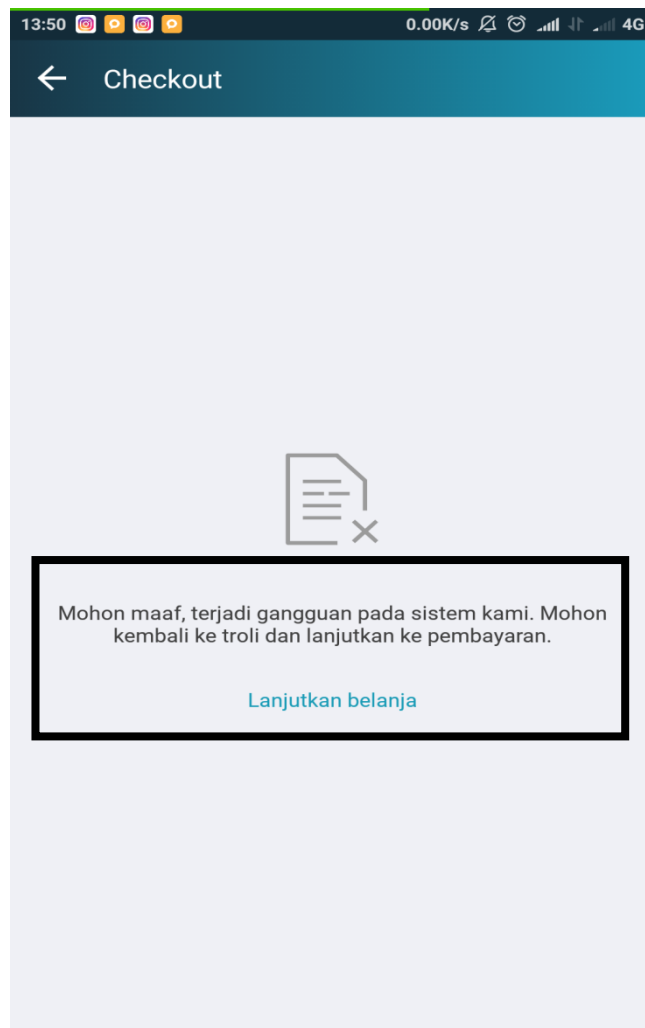
Gambar. 5

Pembeli yang sudah meng-klik tombol tambahkan ke troli, maka jenis barang yang diinginkan akan masuk ke dalam keranjang pesanan. Barang masuk ke dalam keranjang pesanan sesuai kuantitas yang diinginkan oleh pembeli. Seperti pada gambar. 5 di atas, terlihat bahwa kuantitas barang yang dipesan sejumlah 1 (satu) buah.



Gambar. 6

Setelah pembeli menambahkan barang ke dalam troli belanja, maka pembeli akan diminta untuk mengisi form pengiriman. Isi dalam form pengiriman tersebut antara lain adalah nama pembeli (penerima), alamat tujuan pengiriman, nomor telepon yang bisa dihubungi. Setelah proses tersebut selesai, maka akan muncul tampilan seperti pada gambar. 6 di atas.

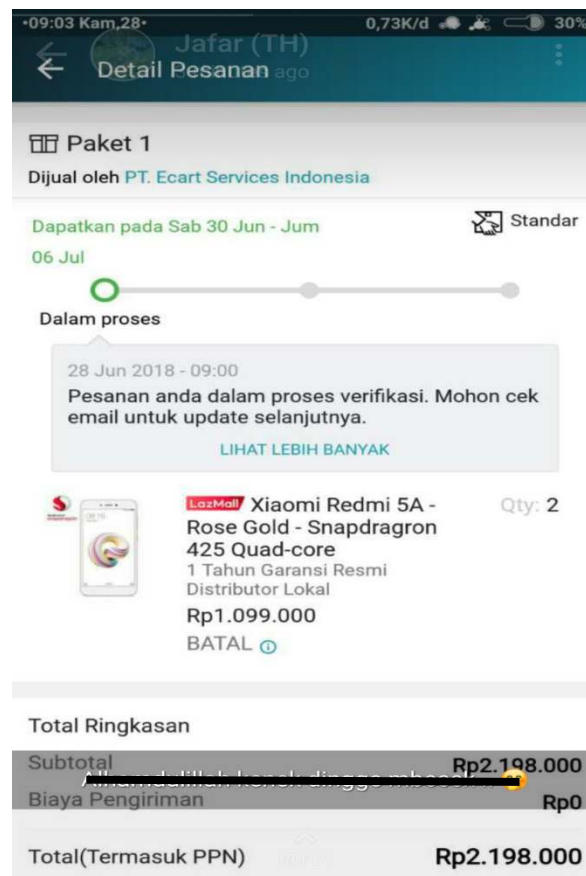


Gambar. 7

Ketika pemesanan yang dilakukan oleh pembeli tidak disetujui atau ditolak (*reject*), maka akan muncul tampilan seperti gambar. 7 di atas. Pembeli yang pemesanannya tidak berhasil dan muncul gambar seperti di

atas, bisa diakibatkan karena waktu yang telah habis atau factor yang paling dominan adalah barang sudah terjual habis.⁶

Namun, berbeda ketika pemesanan yang dilakukan oleh pembeli disetujui atau diterima (*accept*) oleh penjual melalui system *flash sale*, maka pembeli akan masuk pada langkah selanjutnya. Langkah selanjutnya adalah konfirmasi atau verifikasi melalui e-mail yang telah didaftarkan dalam akun Lazada maupun Bukalapak yang mengadakan *event flash sale* tersebut. Seperti pada gambar dibawah ini:

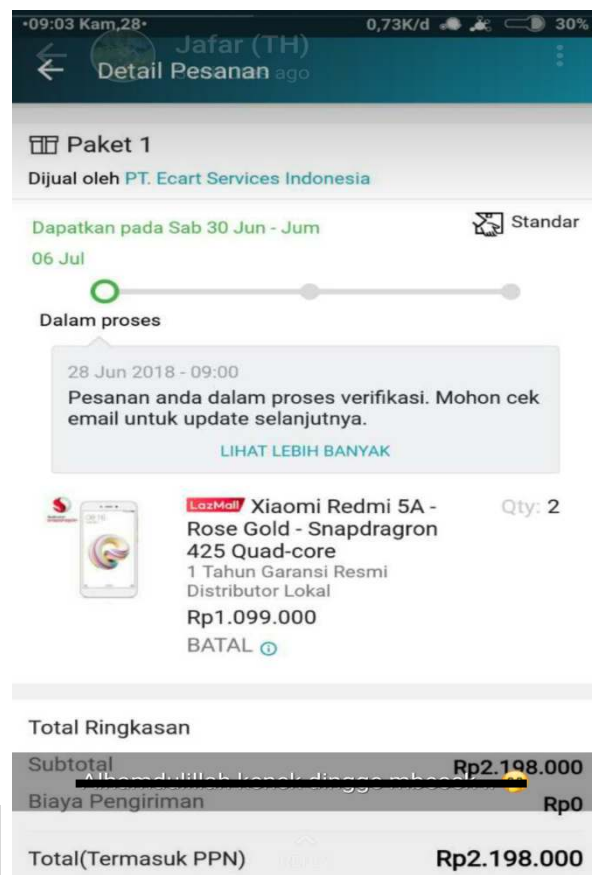


Gambar. 8

⁶ *Iming-iming Flash Sale, Lotre Digital di Toko Online*, diakses melalui http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?__twitter-impression=true pada 12 Maret 2019

Gambar di atas adalah langkah-langkah yang berhasil pada *event flash sale* di salah satu situs *electronic commerce*, yaitu Lazada. Sangat sulit untuk mendapatkan *moment* seperti gambar di atas dalam penelitian ini. Karena yang sering terjadi adalah gagal pada langkah metode pembayaran (*check out*).

Ketika e-mail verifikasi sudah diterima dan nomor rekening bank penjual sudah diterima, maka bisa dipastikan barang akan menjadi milik pembeli. Dengan catatan, ketika pembeli sudah mentransfer sejumlah uang dengan lunas (tidak dicicil). Jadi, pembayaran dilakukan lunas di awal dan kemudian barang akan dikirim ke alamat pembeli oleh penjual.



Gambar. 9

A. *Flash Sale, Electronic Commerce* dan Hukum Islam

Sebagaimana disebutkan oleh Deblina Sahavashista dalam papernya, *flash sale* biasa disebut dengan istilah *private sale*. Alasannya adalah, ketika seseorang yang ingin mengikuti *flash sale*, maka dia terlebih dahulu harus diundang melalui *e-mail* pribadinya.¹ Undangan tersebut biasanya diberitahukan atau dikirimkan 2-4 hari sebelum *event flash sale* dimulai. Gambar. 1.

Setelah menerima *e-mail* tersebut, pembeli biasanya diminta untuk menunggu dan mencatat tanggal diselenggarakannya *flash sale*. Pada hari yang ditentukan dalam *event flash sale*, pembeli akan tertarik untuk mengunjungi situs dan mengikuti *flash sale*. Dalam syarat rukun jual beli secara normal atau yang lazim dilakukan di masyarakat harus dipenuhi semuanya. Itu, juga berlaku bagi jual beli melalui media online.

Setiap perbuatan muamalah pada dasarnya adalah boleh, sampai ada dalil yang mengharamkannya.² Muamalah sendiri menurut Rasyid Ridha sebagaimana ditulis oleh Prof. Racmat Syafei seorang dosen di salah satu universitas Islam Negeri di Indoneia, memiliki arti sebagai tukar menukar barang atau sesuatu yang bermanfaat dengan cara yang telah ditentukan.³

¹ Deblina Sahavashista, *Gone In60 Seconds-online Flash Sales: The Next Innovation In Indian E-Commerce Or Just A Flash In A Pan?-a Critical And Empirical Analysis With Consumer Perspective*,

² Agus Arwani, Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah), *Religia*, 2017, Diakses Melalui [Http://E-Journal.iainpekalongan.Ac.Id/Index.Php/Religia/Article/View/126](http://E-Journal.iainpekalongan.Ac.Id/Index.Php/Religia/Article/View/126), Pada Tanggal 18 Januari 2019

³ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2000), Hal. 16

Menurut al-Bahuti dalam Haris Faulidi⁴ *al-salam* atau disebut juga *as-salaf* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna penyerahan. Lebih lanjut ia mendefinisikan *al-salam* sebagai transaksi atas sesuatu yang masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan diserahkan kemudian dengan pembayaran harga di tempat kontrak. *Al-salam* merupakan suatu transaksi dan sebagian menyebutnya sebagai transaksi jual beli. Kedua, adanya keharusan menyebutkan kriteria-kriteria untuk sesuatu yang dijadikan obyek transaksi atau *al-muslam fih*. Ketiga, obyek transaksi atau *al-muslam fih* harus berada dalam tanggungan.

Transaksi *al-salam* merupakan bagian dari transaksi jual beli biasa. Hanya saja dalam transaksi *al-salam* terdapat persyaratan tambahan yang menentukan validitas transaksi tersebut. Karena dalam transaksi *al-salam* produk yang dijadikan obyek transaksi tidak ada tidak dapat dihadirkan pada saat transaksi terjadi. Penjual, dalam hal ini, hanya menyebutkan kriteria-kriteria tertentu pada produk yang akan dijual. *Electronic commerce* dalam hal ini adalah sama dengan jual beli *al-salam*. Rukun dan syarat yang ada dalam jual beli *al-salam* berlaku dalam jual beli online (*flash sale*).

1. Akad

Seperti pada umumnya jual yang dilakukan baik secara langsung maupun ditangguhkan (online) atau jual beli *salam*, maka akan ditemui rukun yang disebut sebagai akad. Sighat ijab qabul atau akad ini

⁴ Haris Faulidi, *Transaksi Bisnis Ecommerce*, (Yogyakarta : Magistra, 2004), Hal. 92

dilakukan berdasarkan keinginan sendiri dari para pihak, baik penjual maupun pembeli. Dalam pembagiannya, sighat dibagi menjadi empat, yaitu: sighat secara lisan, tulisan, isyarat dan perbuatan.⁵

Sighat yang tepat dan mendekati dalam perjanjian jual beli online ini (*flash sale*) adalah sighat secara tertulis. Karena di dalam Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa yang dimaksud dengan kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui system elektronik.⁶ Didukung dengan Pasal 1 angka 12, disebutkan bahwa:

Tanda tangan elektronik adalah tanda tangan yang terdiri atas informasi elektronik yang dilekatkan, terasosiasi atau terkait dengan informasi elektronik lainnya yang digunakan sebagai alat verifikasi dan autentikasi

“...digunakan sebagai alat verifikasi dan autentikasi” artinya, dalam perjanjian jual beli online dapat diperoleh bukti secara tertulis dan berupa catatan. Maka, jelas bahwa perjanjian jual beli online ini (*flash sale*) menggunakan sighat tertulis.

⁵ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2000), Hal. 46

⁶ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Syarat dalam jual beli *salam* ini salah satunya adalah menyebutkan kriteria barang (pesanan) secara spesifik.⁷ Dalam akad jual beli online (*flash sale*) ini juga sebutkan juga kriteria barang (pesanan) secara spesifik. Seperti jenis barang, merk dan kuantitas. Bisa dilihat dalam Gambar. 5 dan Gambar. 6

Kemudian, juga disebutkan waktu dan tempat penyerahan barang. Sebagaimana layaknya *electronic commerce* yang pengiriman barang dilakukan melalui kurir, dalam pengirimannya akan disebutkan estimasi waktu yang dibutuhkan oleh pengirim untuk melakukan pengiriman melalui jasa ekspedisi. Estimasi waktu pengiriman tergantung dari jarak yang harus ditempuh. Dalam *flash sale* ini, estimasi waktu kirim bisa dilihat dalam aplikasi, baik Lazada maupun Bukalapak.

2. Barang

Seperti yang telah disebutkan di atas, bahwa barang diserahkan berupa benda yang telah ditentukan jenis, kadar dan sifatnya. Dalam hal ini, mulai dari jenis barang, kadar (kuantitas) dan sifatnya, penjual dalam *event flash sale* telah memaparkan secara jelas. Bisa dilihat dalam Gambar. 5 dan Gambar. 6

Kemudian, barang yang dijual dalam *event flash sale* ini berstatus hutang. Artinya, barang akan dikirimkan melalui kurir dengan estimasi waktu yang telah ditentukan dan telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Dengan pembeli melakukan verifikasi melalui e-mail dan

⁷ Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kota Kediri, Lirboy Press, 2015), Hal. 89-91

melakukan pembayaran, maka telah dianggap tercapai kesepakatan antara penjual dan pembeli.

3. Harga dan Khiyar

Seperti pada jual beli pada umumnya *electronic commerce*, barang yang dijual haruslah ditentukan harganya terlebih dahulu di awal. Hal tersebut juga harus diketahui oleh pembeli yang akan membeli barang tersebut.⁸ Pada *event flash sale* yang dilakukan oleh Lazada dan Bukalapak, harga barang bisa dilihat dengan jelas dan dimengerti oleh penjual juga pembeli. Bisa dilihat Gambar. 5, Gambar. 6 dan Gambar. 8

Untuk penerapan khiyar dalam jual beli online (*flash sale*) ini bisa dilakukan kapan saja, baik oleh pembeli maupun penjual. Ketika pembeli merasa tidak yakin akan barang yang akan dibeli, maka pembeli dapat melakukan khiyar majlis. Khiyar majlis yaitu hak bagi para pihak yang melakukan akad untuk membatalkan selagi masih berada pada tempat akad dan para pihak belum berpisah. Di dalam *flash sale* ini, yang disebut dengan majlis diqiyyaskan pada forum jual beli, selama masih mengikuti *event flash sale* yang dilakukan pada saat itu. Bagi penjual, penerapan khiyar ini bisa dilakukan dengan cara tidak mengirimkan e-mail konfirmasi pada pembeli karena suatu alasan. Misalnya, stock barang yang dijual sudah habis. Atau bisa juga dengan melalui system, bisa dilihat Gambar. 7

⁸ Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kota Kediri, Lirboy Press, 2015), Hal. 91-94

B. *Flash Sale, Electronic Commerce* Lazada dan Bukalapak dalam Perspektif Hukum Positif Indonesia

Flash sale Indonesia yang telah dilakukan oleh beberapa perusahaan retail, seperti Lazada dan Bukalapak telah sukses menarik perhatian dari masyarakat umum. Misi dalam pengembangan dan menaikkan *rate* dari *brand* yang bekerjasama dengan mereka, telah tercapai. Seperti *brand* dari *merk smartphone* asal Cina, Xiaomi yang pada tahun 2017 bekerjasama dengan Lazada. Xiaomi dan Lazada bekerjasama menyelenggarakan *flash sale* di Indonesia. Dengan merilis *smartphone* terbarunya Redmi 5A, Xiaomi berusaha masuk ke pasar Indonesia lewat *flash sale*, dan hal tersebut berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia.⁹

Kemudian disusul dengan perusahaan retail lainnya, Bukalapak juga menggelar *event* yang sama dengan *flash sale*, hanya saja beda dalam penyebutannya, yaitu *flash deal*. Dalam *flash deal* Bukalapak juga ada *brand* dari *merk smartphone* yang bekerjasama untuk menjual dan memasarkan produknya. Seperti perusahaan *smartphone* Oppo, mereka berusaha menaikkan nilai jualnya di pasar Indonesia dengan menggelar *flash sale* melalui *flash deal* di Bukalapak.¹⁰

Semua produk jual beli yang dilakukan tersebut tidak lepas dari yang disebut dengan perjanjian (kontrak) jual beli. Para pihak yang mengikatkan

⁹ *Iming-iming Flash Sale, Lotre Digital di Toko Online*, diakses melalui http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?__twitter-impression=true pada 12 Maret 2019 Lihat juga Sonam, Gupta and Ishneet Dhillon. "Can Xiaomi shake the global smartphone industry with an innovative "services-based business model"?" *AIMA Journal of Management & Research* 8.3/4 (2014): 2177-97.

¹⁰ *Flash Dela Mulai Dari 5000*, diakses melalui <https://www.bukalapak.com/promo-detail/flash-deal-mulai-dari-rp5-000-beli-sekarang> pada 12 Maret 2019

diri dalam perjanjian, tidak bisa lepas dari syarat sahnya perjanjian. Dengan perkembangan teknologi dan banyaknya penggunaan *smartphone* sebagai media jual beli, maka kemungkinan untuk berkembangnya problem hukum (perdata) juga semakin banyak. Jual beli yang dilakukan pada masa dahulu dengan masa sekarang mengalami perkembangan. Yang mulanya perjanjian jual beli dilakukan secara tertulis, sekarang berubah menjadi secara elektronik. Rosa Agustina menyebut perubahan tersebut yang awal mula perjanjian dilakukan secara tertulis disebut dengan *paperbased* berubah menjadi perjanjian (kontrak) elektronik (*paperless based*).¹¹

Dalam *flash sale* yang termasuk dalam jual beli *online* atau *electronic commerce*, yang menggunakan media online sebagai tempat memperdagangkan barangnya, tentu ada aturan yang mengatur tentang hal tersebut.¹² Di Indonesia ada undang-undang yang khusus mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.¹³ Namun, yang dinamakan dengan transaksi, tentu tidak bisa lepas dari yang disebut perjanjian jual beli. Perjanjian jual beli di Indonesia diatur dalam hukum perdata dan KUH Perdata sebagai kitab induk dalam landasan atau rujukan hukum.¹⁴

Dalam jual beli, baik yang dilakukan secara *offline* maupun *online* tentu ada pihak-pihak yang terkait dan terikat di dalamnya. Seperti yang

¹¹ Agustina, Rosa. "Kontrak Elektronik (E-Contract) Dalam Sistem Hukum Indonesia." *Gloria Juris* 8.1 (2008).

¹² Pradana, Mahir. "Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di indonesia." *Neo-Bis* 9.2 (2015): 32-40.

¹³ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

¹⁴ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, (Jakarta: Intermasa, 1963), Hal. 16

disebutkan dalam syarat sah jual beli, Pasal 1320 KUH Perdata huruf a, salah satu syarat yang harus dan mutlak ada adalah para pihak.¹⁵

Untuk sahnya perjanjian-perjanjian, diperlukan empat syarat:

1. *Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;*
2. *Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;*
3. *Suatu pokok persoalan tertentu;*
4. *Suatu sebab yang tidak terlarang.*

Prof. Abdulkadir Muhammad memberikan penjelasan tentang point “...mereka yang mengikatkan dirinya” sebagai para pihak yang disebut dengan penjual dan pembeli, dalam hal jual beli.¹⁶ Dalam kaitannya dengan *flash sale* yang merupakan bagian dari *electronic commerce*, maka dalam hal ini berlaku Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.¹⁷

Dalam syarat dan ketentuan dari masing-masing perusahaan retail, seperti Lazada dan Bukalapak pasti menjelaskan yang dimaksud dengan penjual, pembeli (para pihak), barang dan lain sebagainya.¹⁸

¹⁵ Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245

¹⁶ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), Hal. 290

¹⁷ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lihat juga RR Dewi Anggraeni, and Acep Heri Rizal. "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan." *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 6.3 (2019): 223.

¹⁸ Kebijakan Privasi Indonesia, https://www.lazada.co.id/privacy-policy/?spm=a2o4j.11531698.footer_top.10.26d32f2497d57S, diakses pada 9 September 2019, Lihat juga <https://www.bukalapak.com/terms> Aturan Penggunaan Bukalapak diakses melalui, pada 8 Juli 2019

1. Subjek Hukum

Lazada adalah situs retail *online* dengan system C2C (*Customer to Customer*). Situs retail ini artinya hanya menyediakan lapak berupa tempat (situs) online untuk memasarkan barang bagi penjual. Sistem C2C mempertemukan penjual dan pembeli, pihak Lazada hanya sebagai penyedia situs.

Bukalapak adalah salah perusahaan retail online yang besar di Indonesia. Sistem dalam model jual beli yang diterapkan dalam perusahaan ini adalah C2C (*Customer to Customer*). Sama dengan Lazada yang menggunakan system C2C. Artinya, Bukalapak hanya sebagai penyedia situs (lapak) bagi penjual untuk menjual barangnya.¹⁹

Pengguna Lazada dan Bukalapak seperti pada *marketplace* pada umumnya dibagi menjadi 2 (dua), yaitu terdaftar dan tidak terdaftar.²⁰ Pengguna terdaftar merupakan mereka yang secara resmi memiliki akun dan *password* yang terdaftar pada situs website www.lazada.co.id. Sedangkan, mereka sebagai pengguna yang tidak terdaftar adalah siapa saja yang mengakses *platform* lazada tanpa menggunakan akun atau ID. Artinya, pengguna yang tidak terdaftar adalah masyarakat yang tidak mendaftarkan diri, baik sebagai penjual maupun pembeli, namun mereka bisa dengan aktif mengakses *platform* Lazada atau Bukalapak.

¹⁹ <https://www.bukalapak.com/terms> Aturan Penggunaan Bukalapak diakses melalui, pada 8 Juli 2019

²⁰ Kebijakan Privasi Indonesia, https://www.lazada.co.id/privacy-policy/?spm=a2o4j.11531698.footer_top.10.26d32f2497d57S, diakses pada 9 September 2019, Lihat juga <https://www.bukalapak.com/terms> Aturan Penggunaan Bukalapak diakses melalui, pada 8 Juli 2019

Namun, khusus untuk flash sale, hanya pengguna yang terdaftar saja yang bisa mengakses dan mengikuti *event*. Mereka yang terdaftar akunnya, sebagaimana yang disebutkan dalam syarat dan kebijakan dari Lazada dan Bukalapak “*Pengguna terdaftar merupakan mereka yang secara resmi memiliki akun dan password yang terdaftar pada situs.*”²¹ Mereka yang memiliki akun terdaftar akan menerima notifikasi atau pemberitahuan pada *smartphone* yang dimilikinya. Di dalam notifikasi tersebut berisi informasi tentang hari dan/atau tanggal *flash sale*, jenis barang dan harga barang yang akan dijual pada *event* tersebut. Point ini bisa kita lihat pada Gambar.1. Dalam *screenshot* atau *screen capture* tersebut memang terdapat informasi berupa hari dan/atau tanggal pelaksanaan *flash sale*, harga dan jenis barang yang dijual pada *event* tersebut.

Dalam hukum positif Indonesia syarat sah perjanjian adalah adanya para pihak. Para pihak yang dimaksudkan tersebut juga harus memenuhi syarat yang ditentukan, yaitu cakap hukum. Di Indonesia syarat seseorang dianggap cakap hukum dan dewasa adalah minimal berumur 21 tahun atau mereka yang sudah menikah.²² Hanya saja, disini terletak kelemahan bagi pihak Lazada, yaitu dalam mengatur seleksi

²¹ Kebijakan Privasi Indonesia, https://www.lazada.co.id/privacy-policy/?spm=a2o4j.11531698.footer_top.10.26d32f2497d57S, diakses pada 9 September 2019, Lihat juga <https://www.bukalapak.com/terms> Aturan Penggunaan Bukalapak diakses melalui, pada 8 Juli 2019

²² Lihat Pasal 6 angka (2) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan dan Pasal 330 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

cakap hukum penggunaan aplikasi dan transaksi tidak diatur dan diseleksi secara mendetail. Baik itu bagi pembeli maupun penjual.

Namun, dalam hal penjual pada flash sale di Lazada ini, sudah tentu memenuhi syarat cakap hukum. Karena, pihak yang menjual barang adalah *brand* terkenal seperti Xiaomi maupun Oppo. Mereka (Xiaomi atau Oppo) merupakan subjek hukum yang tergolong dalam *recth person* atau badan hukum. Jadi, untuk syarat umur ditiadakan. Dan juga, untuk *brand* yang terkenal sudah tentu ada izin perusahaannya. Salah satu indikatornya adalah terdapat alamat resmi kantor dan telah banyak menjalin kerjasama dengan perusahaan lain maupun bank.²³

Yang sedikit menjadi perhatian peneliti pada penelitian ini adalah batas usia pada subjek hukum (pembeli). Ketika penjual berupa bentuk badan usaha, maka syarat usia tidak harus ada, yang ada hanya syarat ijin usaha. Sedangkan, ketika subjek hukum (pembeli) adalah *person*, maka syarat batas umur ini berlaku. Dan, perusahaan retail online dalam hal ini sistemnya untuk memilah para pihak atau subjek hukum (pembeli) masih kurang. Pasal 330 KUH Perdata:

Yang belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap dua puluh satu tahun dan tidak kawin sebelumnya. Bila perkawinan dibubarkan sebelum umur mereka genap dua puluh satu tahun, maka mereka tidak kembali berstatus belum dewasa. Mereka yang belum dewasa dan tidak di bawah kekuasaan orang tua, berada di

bawah perwalian atas dasar dan dengan cara seperti yang diatur dalam Bagian 3, 4, 5 dan 6 dalam bab ini.

Penentuan tentang arti istilah "belum dewasa" yang dipergunakan dalam beberapa peraturan undang-undang terhadap penduduk Indonesia. Untuk menghilangkan keraguan-raguan yang disebabkan oleh adanya Ordonansi tanggal 21 Desember 1971 dalam S.1917-738, maka Ordonansi ini dicabut kembali, dan ditentukan sebagai berikut:

- 1. Bila peraturan-peraturan menggunakan istilah "belum dewasa", maka sejauh mengenai penduduk Indonesia, dengan istilah ini dimaksudkan semua orang yang belum genap 21 tahun dan yang sebelumnya tidak pernah kawin.*
- 2. Bila perkawinan itu dibubarkan sebelum mereka berumur 21 tahun, maka mereka tidak kembali berstatus belum dewasa.*
- 3. Dalam pengertian perkawinan tidak termasuk perkawinan anak-anak.*

2. Barang

Tentang barang yang diperjual belikan, harus ada suatu hal pokok yang menjadi perjanjian dan suatu hal yang halal sebagaimana disebutkan dalam KUH Perdata. Pasal 1333 menyebutkan:²⁴

Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok perjanjian berupa suatu kebendaan yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah kebendaan tidak tentu, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung.

²⁴ Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang...*, Hal. 245

Pasal 1335 menyebutkan:²⁵

Suatu perjanjian tanpa sebab, atau yang telah dibuat karena suatu sebab yang palsu atau yang terlarang, tidaklah mempunyai kekuatan.

Semua barang yang diperjualbelikan dalam *electronic commerce* Lazada dan Bukalapak, khususnya pada *event flash sale* adalah barang yang tidak dilarang undang-undang. Sebagaimana disebutkan dalam point 4 dan 11 dalam syarat dan ketentuan dari Bukalapak. Sedangkan, Lazada terdapat pada kebijakan dan syarat ketentuannya.²⁶

Baik Lazada maupun Bukalapak pasti bersepakat bahwa jenis barang yang tidak dijualnya adalah karena barang tersebut dilarang oleh undang-undang yang berlaku di Indonesia. Barang terlarang tersebut seperti, *napza*, benda yang mengandung unsure pornografi, melanggar hak kekayaan intelektual atau hak kepemilikan pihak lainnya, ada juga benda yang dilarang karena mengandung virus computer atau kode

²⁵ Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang...*, Hal. 245

²⁶ Kebijakan Privasi Indonesia, https://www.lazada.co.id/privacy-policy/?spm=a2o4j.11531698.footer_top.10.26d32f2497d57S, diakses pada 9 September 2019

invasive yang dapat merusak program, barang ilegal dan barang lainnya yang dilarang oleh hukum.²⁷

Barang yang diperjual belikan dalam *flash sale* sebagaimana contohnya yang telah dipaparkan dalam beberapa gambar pada pembahasan di atas.

3. Perjanjian

Dalam sebuah jual beli, baik itu dilakukan secara tertulis, tidak tertulis maupun yang dilakukan melalui media online tidak bisa lepas dari akad. Model jual beli yang disebutkan terakhir merupakan model perjanjian jual beli baru, yaitu dengan menggunakan media online. Namun, sebenarnya model tersebut konsepnya adalah sama dengan perjanjian jual beli umumnya.²⁸ Dahulu perjanjian jual beli yang dilakukan secara tertulis melalui media kertas disebut dengan *paper based*. Namun, saat ini perjanjian sudah berkembang dengan media *electronic* atau melalui media online. Media online yang disebut disini adalah situs atau portal website WWW.²⁹

Meskipun media dalam perjanjian berkembang menjadi media online, namun aturan dasar perjanjian tetap kembali kepada dasar awal,

²⁷ Barang atau Benda yang diperjual belikan, https://www.lazada.co.id/privacy-policy/?spm=a2o4j.11531698.footer_top.10.26d32f2497d57S, diakses pada 9 September 2019

²⁸ Santonius Tambunan, "Mekanisme Dan Keabsahan Transaksi Jual Beli E-Commerce Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Badamai Law Journal* 1.1 (2016).

²⁹ Rosa Agustina, "Kontrak Elektronik (E-Contract) Dalam Sistem Hukum Indonesia." *Gloria Juris* 8.1 (2008).

yaitu KUH Perdata. *Flash sale* sebagai jual beli yang berbasis online juga tetap berdasar pada Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.³⁰

“Jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.”

Didalam pasal tersebut terdapat beberapa unsure perjanjian, yaitu unsure *esensialia*, *naturalia*, dan *aksidentalialia*. Pasal tersebut berlaku juga dalam perjanjian jual beli melalui media online. Semua kesepakatan terletak pada para pihak yang mengikuti *flash sale*. Karena Lazada dan Bukalapak merupakan perusahaan retail yang menyediakan situs untuk berjual beli online, maka tidak banyak memiliki hak dalam perjanjian jual beli antara penjual dengan pembeli.

³⁰ Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245