

Review of the Validity of (COD) Cash On Delivery Sale and Purchase Agreements via the Facebook Platform

[Tinjauan Keabsahan Perjanjian Jual Beli Cash On Delivery (COD) melalui Platform Facebook]

Muhammad Ghazi Al Ghifari¹⁾, Noor Fatimah Mediawati^{.2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: fatimah@umsida.ac.id

Abstract. This study analyzes the validity of online sales agreements using the COD (Cash on Delivery) payment method through Facebook, within the framework of Indonesian Civil Code (KUHPerdata) and the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE). A normative legal method was applied to examine relevant regulations, particularly Article 1320 of the Civil Code on the requirements of a valid contract and provisions of UU ITE on electronic transactions. The findings reveal that electronic agreements are legally binding once digital consensus is reached, making COD payment merely part of performance fulfillment. Any unilateral price increase after agreement violates the principles of consensualism, *pacta sunt servanda*, and good faith, leading to legal consequences such as the buyer's right to demand performance, compensation, or contract termination. The study highlights the need for stronger regulations and legal awareness, as well as effective dispute resolution mechanisms by online platforms to enhance consumer protection in digital commerce.

Keywords - sales agreement; electronic commerce; civil code; electronic information and transactions law; cash on delivery.

Abstrak. Penelitian ini menganalisis keabsahan perjanjian jual beli online dengan metode pembayaran COD melalui platform Facebook dalam perspektif KUHPerdata dan UU ITE. Menggunakan Metode normatif untuk menganalisis peraturan perundang-undangan yang relevan seperti kitab Undang-Undang KUHPerdata khususnya pasal 1320 tentang syarat sahnya perjanjian dan transaksi elektronik (UU ITE) mengatur mengenai transaksi jual beli online. Ditemukan bahwa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian elektronik telah sah dan mengikat sejak dicapainya kesepakatan secara digital, sehingga pembayaran COD hanya merupakan bagian dari pelaksanaan prestasi. Tindakan menaikkan harga setelah kesepakatan melanggar asas konsensualisme, asas *pacta sunt servanda*, dan asas itikad baik, serta menimbulkan konsekuensi hukum berupa hak pembeli untuk menuntut pemenuhan prestasi, ganti rugi, atau pembatalan perjanjian. Pada penelitian ini diperlukan penguatan regulasi dan sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat, khususnya terkait status kesepakatan digital sebagai kontrak sah, serta penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif oleh platform daring guna memperkuat perlindungan hukum konsumen di era perdagangan elektronik.

Kata Kunci – perjanjian jual beli; perdagangan elektronik; KUHPerdata; UU ITE; cash on delivery.

I. PENDAHULUAN

Jual beli adalah suatu persetujuan antara pihak satu dengan pihak yang lain dengan prosesi pertukaran suatu barang dengan harga yang telah di sepakati. Dalam pasal 1457 KUHPerdata yang menjelaskan bahwa jual beli adalah persetujuan yang mengikat antara penjual dan pembeli untuk menyerahkan barang dan pembeli untuk membayar barang dan perjanjian ini telah mencapai kesepakatan tentang barang dan harganya[1].

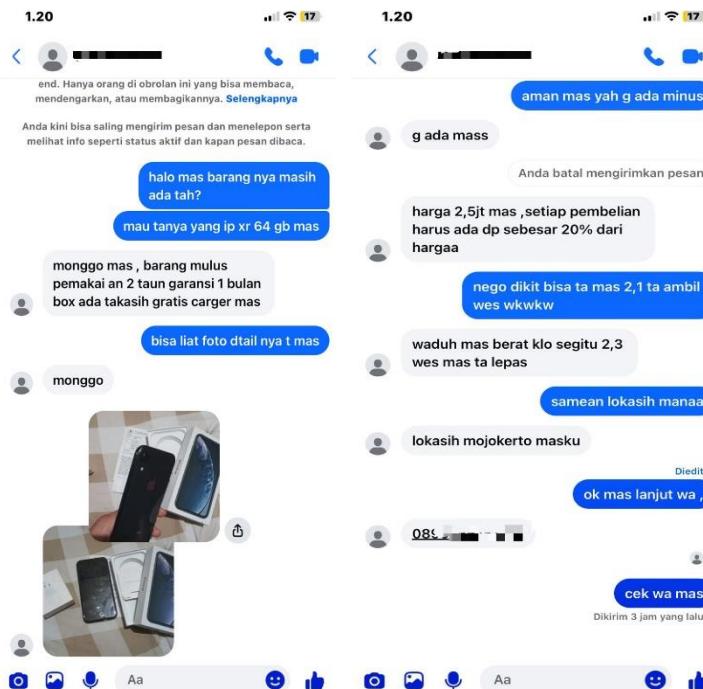
Seiring berkembangnya teknologi yang telah membawa perubahan dan dampak yang besar bagi kehidupan masyarakat, Teknologi merupakan hasil dari pengembangan perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) yang didasarkan pada ilmu pengetahuan serta seiring berkembangnya waktu untuk memenuhi kebutuhan manusia[2]. Saat ini kemajuan teknologi telah memungkinkan berbagai pekerjaan yang dahulu dilakukan secara manual atau konvensional dan kini dapat diselesaikan secara *online* atau digital.

Salah satu bidang yang turut mengalami dampak signifikan dari perkembangan teknologi adalah bidang perdagangan. Jika dahulu aktivitas jual beli dilakukan secara konvensional kini semakin banyak yang beralih ke *platform media online*[3]. Perubahan ini didorong oleh meningkatnya penggunaan internet serta berbagai perangkat digital. Dalam beberapa tahun terakhir, tren *e-commerce* atau jual beli secara *online* tumbuh pesat di Indonesia dan menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat modern.

Perkembangan jual beli secara *online* awalnya dimulai melalui situs-situs kecil yang memiliki peran sebagai perantara sederhana diantara penjual dan pembeli. Namun, seiring berjalananya waktu dan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Berbagai *platform e-commerce* besar mulai bermunculan yang membawa perubahan besar dalam kebiasaan belanja masyarakat Indonesia. Dari yang sebelumnya masyarakat terbiasa berbelanja secara langsung di pasar atau secara konvesional, kini semakin banyak yang beralih ke metode belanja secara *online* atau digital. Peralihan secara signifikan ini terjadi karena sistem belanja *online* dianggap lebih efisien, praktis dan sesuai dengan gaya hidup berbelanja secara modern[4].

Facebook adalah *platform* jejaring sosial yang didirikan oleh Mark Elliot Zuckerberg. Yang merupakan salah satu media sosial paling populer yang digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. *Platform* ini awalnya dimanfaatkan untuk menjalin komunikasi dan membangun relasi sosial. Kepopulerannya tidak hanya menjadikan facebook sebagai alat komunikasi digital, tetapi juga sebagai pelopor kemunculan berbagai media sosial lain seperti BBM, Twitter, Instagram, dan WhatsApp. Facebook semula popular sebagai *platform* komunikasi antar satu orang dengan yang lainnya[5]. Didalam facebook terdapat beberapa individu yang membuat komunitas sesuai hobi masing-masing individu tersebut[6]. Dan seiring berjalananya waktu, komunitas tersebut mulai dijadikan sebagai wadah transaksi jual beli sebagai pemenuhan kebutuhan manusia dan dapat dikatakan sebagai aktifitas bisnis didalam sebuah komunitas. Transaksi jual beli ini di bagi atas beberapa kategori yang terbagi dari masing-masing komunitas.

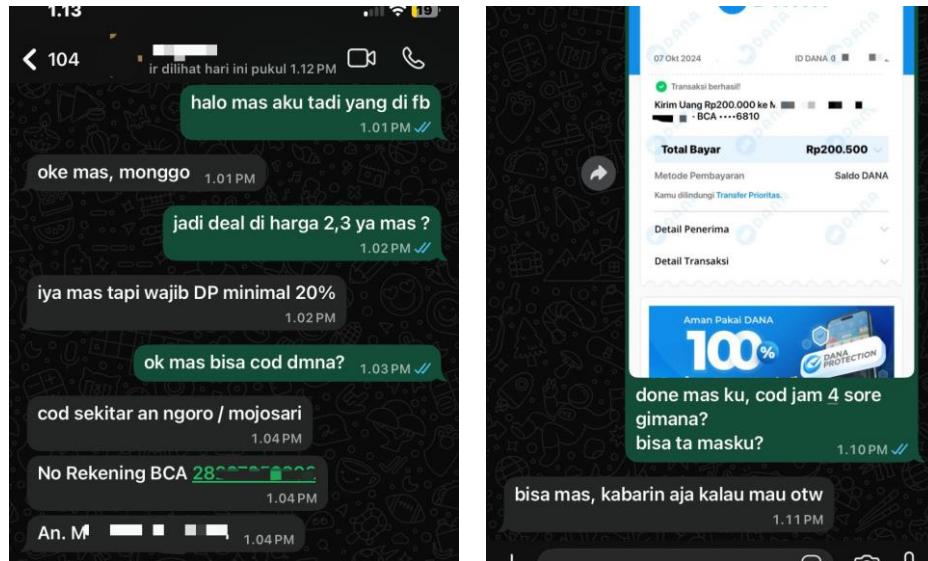
Dikarenakan banyaknya minat dari setiap kalangan yang melakukan proses jual beli didalam komunitas tersebut. Facebook mengembangkan suatu *fiture e-commerce* yang ditambahkan kedalam aplikasi, yang memungkinkan pengguna mencari, menjual, membeli barang secara langsung di *platform* yang di sebut *marketplace*[7]. Keunggulan adanya transaksi jual beli dalam *marketplace* facebook menjadikan sistem belanja *online* dianggap lebih efisien, praktis dan sesuai dengan gaya hidup berbelanja secara modern[8]. Namun, hal ini juga memiliki kekurangan yakni banyaknya penyelaguanan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Seperti pada saat terjadinya transaksi secara *online* penjual dan pembeli menyetujui atas harga yang telah di sepakati. Namun, pada saat pengambilan barang marak terjadi ketidaksesuaian seperti yang telah disepakati di awal. Hal ini tidak selaras dengan Pasal 1320 KUHPerdata[9].



Gambar 1. Proses Negosiasi Melalui Facebook

Berdasarkan gambar 1. Proses Negosiasi Melalui Messenger Facebook, dapat diketahui bahwa terdapat penyajian gambar berupa tampilan proses negosiasi melalui messenger facebook. Berdasarkan keterangan diatas yang menjelaskan landasan hukum perjanjian jual beli menurut Pasal 1320 dan 1457 KUHPerdata serta Pasal 18 ayat 1 UU ITE. Gambar 1 yang berisikan skema transaksi di facebook dan sehingga dapat dipahami sebagai contoh konkret penerapan ketentuan tersebut dalam praktik jual beli melalui facebook. Proses transaksi yang dilakukan

antara Pihak A (Sebagai pembeli) dan Pihak B (Sebagai penjual) melalui facebook messenger menunjukkan adanya tahapan negosiasi hingga tercapai kesepakatan harga awal yang memenuhi syarat sahnya perjanjian.



Gambar 2. Proses transaksi melalui WhatsApp

Berdasarkan gambar 2 . Proses transaksi melalui WhatsApp, dapat diketahui bahwa terdapat penyajian gambar berupa lanjutan dari proses negosiasi melalui messenger facebook yang dilanjutkan melalui whatsapp. Yang berdasarkan keterangan di atas Terjadi proses cetak bukti uang muka, dan kesepakatan tempat pertemuan antara ke dua belah pihak yang berlangsung melalui chat pribadi melalui aplikasi whatsapp.

Namun, ketika terjadi perubahan harga sepihak oleh Pihak B pada saat *Cash On Delivery (COD)*, hal tersebut menimbulkan ketidaksesuaian dengan kesepakatan awal yang sudah disetujui. Kondisi ini memperlihatkan bahwa meskipun perjanjian elektronik telah memenuhi unsur sahnya perjanjian, pelaksanaan di lapangan tetap harus menjunjung asas kepastian hukum, itikad baik, dan kesesuaian dengan syarat perjanjian agar tidak merugikan salah satu pihak. Disajikan tabel 1 yang memuat tentang awal mula proses transaksi jual beli:

Tabel 1. Proses transaksi jual beli

Uraian Transaksi	Proses
1. Inisiasi oleh Pihak A	Pihak A tertarik untuk membeli sebuah handphone setelah melihat postingan milik Pihak B di aplikasi Facebook
2. Kontak Awal melalui Chat Pribadi	Pihak A menghubungi Pihak B secara pribadi melalui fitur chat di Facebook Messenger untuk menanyakan ketersediaan barang.
3. Konfirmasi Barang Masih Tersedia	Pihak B mengonfirmasi bahwa barang (handphone) masih tersedia untuk dijual.
4. Proses Negosiasi Harga	Terjadi proses negosiasi antara Pihak A dan Pihak B mengenai harga handphone. Negosiasi berlangsung melalui chat pribadi melalui aplikasi whatsapp.

5. Kesepakatan Harga Awal	Kedua belah pihak menyetujui harga jual sebesar Rp2.300.000 (dua juta tiga ratus ribu rupiah).
6. Pembayaran Uang Tanda Jadi	Sebagai bentuk komitmen pembelian, Pihak A melakukan transfer sebagian uang kepada Pihak B sebesar Rp200.000 (Dua ratus ribu rupiah) sebagai bukti tanda jadi
7. Kesepakatan Proses <i>cash on delivery (COD)</i>	Setelah sepakat, kedua pihak menyetujui untuk melakukan transaksi secara langsung melalui sistem <i>Cash On Delivery (COD)</i>
8. Perubahan Harga Sepihak oleh Pihak B	Pada saat proses <i>Cash On Delivery (COD)</i> berlangsung, Pihak B secara sepihak menaikkan harga barang menjadi Rp2.600.000 (dua juta enam ratus ribu rupiah) dengan alasan biaya transportasi karena lokasi yang jauh.
9. Ketidaksesuaian dengan Kesepakatan Awal	Kenaikan harga tersebut tidak sesuai dengan kesepakatan awal yang telah disetujui oleh kedua pihak melalui chat messenger
10. Pembelian dengan Terpaksa oleh Pihak A	Karena kondisi saat itu, Pihak A merasa terpaksa menyetujui kenaikan harga dan membeli handphone dengan harga yang telah dinaikkan oleh Pihak B.

Pada tabel 1. Proses transaksi jual beli, sesuai dari kasus diatas yang ditunjukkan dengan skema tersebut terdapat sebuah permasalahan yang dimana pihak penjual melakukan kenaikan harga secara sepihak diluar perjanjian.

Penelitian yang dilakukan oleh Raihan Ardiansyah, 2023. menjadi salah satu acuan penting dalam penelitian ini, karena membahas mengenai perlindungan hukum dalam transaksi jual beli secara digital melalui platform Facebook, khususnya terkait dengan wanprestasi dalam perspektif hukum kontrak[10]. Penelitian tersebut menunjukkan Bagaimana pelanggaran terhadap asas-asas perjanjian dalam dikategorikan sebagai wanprestasi hal ini sejalan dengan fokus penelitian penulis yang juga menyoroti wanprestasi dalam kesepakatan jual beli melalui media sosial Facebook, sehingga dapat dijadikan tolak ukur dalam menganalisis bentuk pelanggaran Perjanjian serta upaya perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Stephanie Nathania Maramis, 2023. Penelitian mengenai keabsahan jual beli *online* melalui aplikasi Facebook sebagaimana dijelaskan di dalam abstrak tersebut, menjadi salah satu ajarnya penting dalam penelitian ini[11]. Penelitian tersebut menyoroti bagaimana jual beli yang dilakukan melalui media sosial dapat dinyatakan sah menurut kitab Undang-Undang hukum perdata dan Undang-Undang informasi dan transaksi elektronik. Penelitian terhadap pentingnya keabsahan perjanjian tersebut sejalan dengan fokus penelitian penulis yang mengangkat permasalahan wanprestasi dan keabsahan perjanjian jual beli dalam jual beli *online* melalui Facebook. Dengan menjadikan penelitian tersebut sebagai tolak ukur, penulis dapat menganalisis lebih lanjut mengenai akibat hukum yang timbul ketika salah satu pihak dalam perjanjian tidak memenuhi kewajibannya, serta Bagaimana perlindungan hukum dapat diberikan kepada pihak yang dirugikan dalam praktik jual beli *online* di media sosial.

Melalui analisis terhadap permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah perbuatan yang dilakukan oleh pihak A dapat dikatakan sebagai wanprestasi dan bagaimana keabsahan perjanjian jual beli tersebut secara hukum. Penelitian ini juga berfokus pada evaluasi bagaimana transaksi jual beli terhadap *platform* facebook yang tidak sesuai dengan Pasal 1320 dan 1458 KUHPerdata dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam melakukan perjanjian yang adil dan seimbang antara penjual dan pembeli[12]. Maka peneliti mengangkat permasalahan ini dengan judul "*Tinjauan Keabsahan Perjanjian Jual Beli Cash On Delivery (COD) melalui Platform Facebook*".

Rumusan Masalah :

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat ditarik sebuah rumusan masalah yaitu :

1. Kapan terjadinya keabsahan mengenai perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media *online* facebook dengan metode pembayaran *cash on delivery (COD)*?
2. Apakah menaikkan harga secara sepahik oleh penjual ketika sudah terjadi kesepakatan melalui chat *messenger* hal tersebut termasuk dalam kategori wanprestasi dan bagaimana akibat hukumnya?

II. METODE

Dalam menyusun penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian hukum normatif. Metode normatif digunakan untuk menganalisis peraturan perundang-undangan yang relevan seperti kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) khususnya pasal 1320 tentang syarat sahnya perjanjian dan transaksi elektronik (UU ITE) mengatur mengenai transaksi jual beli *online* di mana transaksi yang dilakukan secara *online* dianggap sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat di pertanggung jawabkan. Bahan Hukum lainnya juga di gunakan seperti Pasal 1243 dan Pasal 1248 KUHPerdata berisi tentang wanprestasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) untuk menelaah norma hukum yang tertuang dalam KUHPerdata dan peraturan terkait. Penulis juga menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dengan menelaah teori-teori hukum tentang perjanjian, jual beli, serta tanggung jawab hukum dalam transaksi elektronik dan penulis juga menggunakan jenis bahan hukum yaitu: bahan hukum yang terdiri dari KUHPerdata Undang-Undang informasi dan transaksi elektronik serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Antara lain juga bahan hukum sekunder. Yang meliputi : jurnal, artikel hukum, dan pendapat para ahli hukum yang relevan dengan permasalahannya, serta bahan hukum tersier berupa kamus hukum dan ensiklopedia hukum sebagai penunjang pemahaman terhadap istilah-istilah hukum. Konsep kajian dalam penelitian ini difokuskan pada analisis keabsahan perjanjian jual beli yang dilakukan melalui platform Facebook bentuk-bentuk pelanggaran yang sering terjadi dalam transaksi tersebut serta implikasi hukumnya ditinjau dari KUHPerdata dan UU ITE.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Keabsahan Perjanjian Jual Beli *Online* Dengan Metode Pembayaran *Cash On Delivery (COD)* Dalam Perspektif Teori Hukum Perjanjian Dan Kuherdata

Keabsahan perjanjian jual beli melalui media online dengan metode pembayaran *cash on delivery (COD)* dapat dianalisis berdasarkan teori hukum mengenai terjadinya suatu perjanjian dan ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Indonesia.

Menurut Pasal 1320 KUHPerdata, syarat sahnya suatu perjanjian meliputi:

1. Kesepakatan para pihak (*consensus*), yaitu adanya persetujuan bebas tanpa paksaan, penipuan, atau kesalahan.
2. Kecakapan para pihak untuk membuat suatu perjanjian.
3. Suatu pokok persoalan tertentu sebagai objek perjanjian.
4. Suatu sebab yang halal atau alasan yang tidak bertentangan dengan hukum, kesusilaan, dan ketertiban umum[13].

Dalam konteks jual beli online yang menggunakan metode *cash on delivery (COD)*, perjanjian dianggap terjadi ketika penjual dan pembeli telah mencapai kesepakatan tentang barang dan harga, meskipun barang belum diserahkan dan pembayaran belum dilakukan (Pasal 1458 KUHPerdata). Pembayaran secara *cash on delivery (COD)* berarti harga dibayar saat barang diserahkan, sehingga perjanjian telah terjalin terlebih dahulu melalui transaksi elektronik atau *online* sebagai dasar pelaksanaan *cash on delivery (COD)*.

Transaksi *cash on delivery (COD)* dalam jual beli online memenuhi syarat sah perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdata karena:

1. Adanya persetujuan atau kesepakatan secara elektronik antara penjual dan pembeli.
2. Kecakapan hukum para pihak sebagai subjek hukum.
3. Objek perjanjian berupa barang yang jelas.
4. Sebab yang halal karena jual beli adalah hubungan hukum yang dibenarkan.[13]

Dalam perspektif teori hukum perjanjian, Teori timbulnya perjanjian dalam transaksi konsumen elektronik menjelaskan bahwa terdapat beberapa teori yang dapat digunakan untuk menentukan kapan suatu perjanjian dianggap mengikat, yaitu teori pernyataan, teori pengiriman, teori pengetahuan, dan teori penerimaan[14]. Dari keempat teori tersebut, teori penerimaan (*ontvangsttheorie*) dipandang paling relevan diterapkan pada transaksi konsumen elektronik karena mampu memberikan kepastian hukum yang lebih jelas bagi para pihak[14]. Apabila dikaitkan dengan praktik jual beli online melalui metode *cash on delivery (COD)*, kesepakatan para pihak dianggap lahir pada saat pembeli menyatakan persetujuan atas tawaran penjual melalui media elektronik, meskipun

pembayaran baru dilakukan ketika barang telah diterima. Dengan demikian, mekanisme *cash on delivery (COD)* tidak menentukan lahirnya perjanjian, melainkan hanya merupakan tahap pemenuhan prestasi atas perjanjian yang telah terbentuk sebelumnya.

Dan juga menegaskan bahwa ketentuan dalam Undang-Undang ITE maupun Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) perlu dicermati secara komplementer. Undang-Undang ITE memang memberikan pengaturan mengenai waktu pengiriman dan penerimaan informasi elektronik yang berkaitan dengan terbentuknya perjanjian, namun rumusan norma yang ada berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum karena membuka peluang interpretasi yang beragam. Sebaliknya, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) menitikberatkan pada perlindungan konsumen sejak tahap pra-transaksi, dengan melarang adanya misrepresentasi dalam iklan atau penawaran yang dapat merugikan konsumen[15]. Oleh sebab itu, dalam transaksi jual beli online dengan metode *cash on delivery (COD)*, perjanjian secara hukum dianggap sah dan mengikat sejak tercapainya kesepakatan elektronik, sementara pembayaran *cash on delivery (COD)* hanya merupakan konsekuensi dari pelaksanaan kewajiban yang telah diperjanjikan.

Secara hukum, perjanjian jual beli *online cash on delivery (COD)* juga harus menganut asas itikad baik (*good faith*) sebagaimana prinsip umum hukum perjanjian dalam KUHPerdata. Bila terjadi pelanggaran, seperti pembeli menolak bayar (wanprestasi), penjual dapat menuntut ganti rugi atau pembatalan perjanjian sesuai ketentuan hukum[16]. Dari sudut pandang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan peraturan pelaksanaannya, kontrak elektronik dalam jual beli online dapat dianggap sah dan mengikat para pihak selama tidak melanggar syarat sahnya perjanjian dalam KUHPerdata.

Singkatnya, keabsahan perjanjian jual beli *online* dengan metode *cash on delivery (COD)* sah berdasarkan teori hukum perjanjian dan KUHPerdata asalkan memenuhi empat syarat sah menurut Pasal 1320 KUHPerdata, terutama adanya kesepakatan yang mengikat para pihak. Metode *cash on delivery (COD)* adalah cara pembayaran yang sah dan tidak menghilangkan keabsahan perjanjian tersebut.

Jika dikaitkan dengan transaksi melalui Facebook, unsur kesepakatan biasanya terbentuk melalui komunikasi antara penjual dan pembeli dalam kolom komentar atau pesan langsung (chat), di mana pembeli menyatakan minat untuk membeli suatu barang dan penjual menyetujui harga serta metode pengiriman dan pembayaran. Apabila kedua belah pihak saling menyetujui syarat tersebut, maka perjanjian dianggap telah lahir. Hal ini didukung oleh teori konsensualisme, yaitu bahwa suatu perjanjian lahir cukup dengan adanya kesepakatan (*consensus*) para pihak, tanpa harus adanya bentuk formal atau serah terima terlebih dahulu.

Dalam konteks metode *cash on delivery (COD)*, perjanjian hukum sudah terbentuk sebelum pembayaran dilakukan, yakni saat adanya tawaran dan penerimaan antara penjual dan pembeli. Ini sesuai dengan teori teori pernyataan (*declaration theory*), yang menyatakan bahwa perjanjian terjadi ketika suatu kehendak yang ditujukan kepada pihak lain dinyatakan secara eksplisit dan diterima oleh pihak penerima. Oleh karena itu, pembayaran *cash on delivery (COD)* bukanlah syarat lahirnya perjanjian, tetapi bagian dari pelaksanaan prestasi yang telah disepakati.

Dalam konteks transaksi jual beli melalui media sosial seperti Facebook, keabsahan perjanjian dapat dianalisis menggunakan dua teori, yaitu teori pengiriman (*verzendingstheorie*) dan teori pengetahuan (*vernemingstheorie*). Menurut teori pengiriman, perjanjian dianggap lahir ketika pihak pembeli mengirimkan jawaban akseptasi (persetujuan) terhadap penawaran yang diajukan oleh penjual, misalnya saat pembeli mengirim pesan persetujuan harga melalui Facebook Messenger. Pada titik tersebut, secara hukum sudah terbentuk suatu kesepakatan yang mengikat kedua belah pihak. Sedangkan menurut teori pengetahuan, perjanjian baru dianggap sah ketika penjual telah menerima dan mengetahui isi jawaban akseptasi tersebut. Artinya, kesepakatan lahir saat penjual membaca dan memahami pesan persetujuan harga yang dikirimkan oleh pembeli. Jika dikaitkan dengan praktik *cash on delivery (COD)*, maka perjanjian jual beli melalui Facebook tetap sah sepanjang terpenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata (kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab halal) serta pengaturan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang menyatakan bahwa kontrak elektronik sah apabila memenuhi ketentuan perjanjian pada umumnya[17]. Dengan demikian, meskipun mekanisme *cash on delivery (COD)* memungkinkan terjadinya perubahan atau pembatalan sepihak pada tahap pelaksanaan, dari sudut pandang teori pengiriman maupun teori pengetahuan, perjanjian jual beli sebenarnya sudah terbentuk sejak adanya akseptasi melalui media elektronik, sehingga perubahan sepihak setelah kesepakatan awal dapat dianggap tidak sesuai dengan asas kepastian hukum dan itikad baik dalam kontrak.

B. Tinjauan Yuridis Terhadap Kenaikan Harga Sepihak Oleh Penjual Setelah Kesepakatan Dalam Transaksi Online: Analisis Wanprestasi Dan Akibat Hukumnya

Keabsahan perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media *online* seperti Facebook dengan metode pembayaran *cash on delivery (COD)* dapat dipahami secara menyeluruh dengan mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta berbagai teori hukum mengenai lahirnya suatu perjanjian. Dalam praktiknya, perjanjian yang terbentuk secara elektronik tetap tunduk pada asas dan syarat umum perjanjian yang telah lama dikenal dalam hukum perdata Indonesia.

Menurut Pasal 1320 KUHPerdata, keabsahan suatu perjanjian memerlukan empat unsur penting:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Cakap untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Sebab yang halal[13]

Selanjutnya, transaksi melalui media elektronik seperti Facebook juga diatur dalam UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016. Pasal 1 angka 17 UU ITE mendefinisikan transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Pasal 5 ayat (1) menyatakan bahwa dokumen elektronik dianggap sah sebagai alat bukti hukum. Dengan demikian, bukti transaksi berupa pesan singkat, tangkapan layar, konfirmasi harga, hingga riwayat pengiriman dapat diakui secara hukum sebagai bukti adanya kesepakatan.

Namun, perlu digaris bawahi bahwa dalam praktik, metode *cash on delivery (COD)* menyimpan potensi permasalahan, seperti pembeli yang menolak barang saat pengantaran. Dalam situasi ini, penting untuk kembali pada prinsip itikad baik dalam berkontrak, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata, yang menyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Jika pembeli menolak tanpa alasan yang dapat dibenarkan (misalnya barang sesuai dengan kesepakatan), maka dapat dianggap sebagai wanprestasi. [18]

Jual beli melalui media sosial seperti Facebook dengan sistem pembayaran *cash on delivery (COD)* telah sah secara hukum pada saat terjadi kesepakatan antara para pihak melalui media elektronik, selama syarat subjektif dan objektif sebagaimana diatur dalam KUHPerdata terpenuhi. UU ITE memperkuat kedudukan hukum komunikasi elektronik sebagai bukti sah dari perbuatan hukum. Dengan mengaitkan teori konsensualisme, teori kehendak, dan teori pernyataan, maka dapat dipahami bahwa lahirnya perjanjian tidak mensyaratkan adanya pembayaran atau serah terima secara fisik terlebih dahulu, melainkan cukup adanya kesepakatan yang sah dan dilakukan secara sukarela oleh para pihak.

Dalam konteks hukum Indonesia, hal ini dapat dianalisis dari dua kerangka hukum utama, yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang telah diperbarui dengan UU Nomor 19 Tahun 2016. Kedua instrumen ini memberikan landasan hukum yang jelas mengenai kekuatan mengikat dari suatu perjanjian serta validitas kesepakatan elektronik.

Analisis KUHPerdata:

Pasal 1320 KUHPerdata menyebutkan bahwa syarat sah suatu perjanjian meliputi:

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

Dalam konteks transaksi melalui *chat messenger*, apabila telah terjadi komunikasi antara penjual dan pembeli yang menunjukkan adanya kesepakatan harga dan barang, maka dua syarat utama yaitu kesepakatan dan objek tertentu telah terpenuhi. Jika para pihak juga cakap hukum dan tidak ada unsur ilegal, maka perjanjian tersebut sah menurut hukum. Dengan terpenuhinya keempat syarat ini, terbentuklah perikatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1313 KUHPerdata, yang menyatakan bahwa "*perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih*".

Selanjutnya, apabila penjual kemudian menaikkan harga secara sepihak, maka ia dianggap melanggar isi perjanjian, yang merupakan bentuk wanprestasi menurut Pasal 1243 KUHPerdata. Pasal ini menyatakan:

"Penggantian biaya, kerugian, dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan apabila si debitur, setelah dinyatakan lalai untuk memenuhi perikatannya, tetap lalai memenuhinya."

Artinya, setelah terjadi kesepakatan, penjual berkewajiban menyerahkan barang dengan harga yang telah disetujui. Kenaikan harga tanpa kesepakatan ulang membuat penjual sebagai pihak yang lalai dalam memenuhi perikatannya. Akibatnya, pembeli dapat menuntut pemenuhan perjanjian, penggantian kerugian, atau pembatalan perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1266 dan Pasal 1267 KUHPerdata.

1. Pasal 1266 memungkinkan pembatalan perjanjian melalui pengadilan jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya.
2. Pasal 1267 memberi hak kepada pihak yang dirugikan untuk meminta pemenuhan perjanjian atau pembatalan beserta ganti rugi.

Dalam hal ini perbuatan oleh pihak B dapat dikatakan melanggar beberapa asas fundamental dalam KUHPerdata hal ini terjadi ketika penjual menaikkan harga secara sepihak:

1. Asas *Pacta Sunt Servanda* (Pasal 1338 KUHPerdata)

Perjanjian yang telah disepakati mengikat seperti Undang-Undang bagi para pihak. Kenaikan harga tanpa persetujuan merupakan pelanggaran terhadap asas ini.

2. Asas Itikad Baik (Pasal 1338 ayat 3)

Para pihak harus melaksanakan perjanjian dengan itikad baik. Perubahan harga sepihak menunjukkan itikad buruk dari penjual.

3. Asas Konsensualitas

Perjanjian telah sah sejak tercapainya kesepakatan, tidak perlu formalitas khusus. Ini menjadi dasar bagi sahnya perjanjian digital berbasis chat.

Atas terjadinya perbuatan tersebut pembeli memiliki hak untuk melakukan beberapa tindakan:

1. Menuntut pemenuhan prestasi, yaitu memaksa penjual tetap menjual dengan harga yang telah disepakati.
2. Menuntut ganti rugi atas kerugian materil (mengembalikan uang yang sebelumnya sudah dibayarkan terlebih dahulu).
3. Menggugat pembatalan perjanjian, jika perjanjian tidak dapat dijalankan akibat wanprestasi.

Analisis UU ITE:

Dalam konteks digital, komunikasi melalui *chat messenger* masuk dalam kategori informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik, yang status hukumnya diatur oleh UU ITE. Pasal 5 ayat: "*Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.*" Dengan demikian, percakapan melalui media seperti WhatsApp atau Telegram atau Messenger yang menunjukkan adanya kesepakatan transaksi dapat dianggap sebagai bukti sah dari kontrak elektronik. Ini berarti kesepakatan harga yang tercapai melalui percakapan digital memiliki kekuatan pembuktian yang sah di hadapan hukum. Dalam hal ini, UU ITE memberikan perluas terhadap sistem pembuktian hukum perdata konvensional, yang sebelumnya hanya mengandalkan dokumen fisik.

Secara komprehensif, menaikkan harga secara sepihak oleh penjual setelah terjadi kesepakatan melalui *chat messenger* adalah bentuk wanprestasi yang nyata, yang melanggar ketentuan Pasal 1243 KUHPerdata dan mencederai prinsip perjanjian yang sah sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Kesepakatan elektronik yang tercapai melalui percakapan digital memiliki kekuatan hukum yang sah berdasarkan Pasal 5 UU ITE. Oleh karena itu, tindakan semena-mena dalam transaksi digital tidak hanya merugikan secara moral tetapi juga memiliki konsekuensi hukum perdata yang dapat dituntut oleh pihak yang dirugikan, baik berupa pemenuhan prestasi, ganti rugi, maupun pembatalan perjanjian. Hal ini memperkuat pentingnya perlindungan hukum dalam transaksi elektronik dan menekankan bahwa kesepakatan digital bukanlah sekadar obrolan informal, melainkan bentuk kontrak yang sah dan mengikat secara hukum. Selain itu, meskipun belum masuk ke ranah pidana secara langsung, jika tindakan penjual dilakukan secara sistematis dan merugikan banyak pihak (misalnya dalam *e-commerce*), bisa dipertimbangkan aspek perlindungan konsumen dan potensi penipuan.

Tindakan menaikkan harga secara sepihak oleh penjual setelah tercapainya kesepakatan melalui media komunikasi digital seperti *chat messenger* merupakan permasalahan yang secara yuridis dapat dianalisis dari sudut pandang hukum perdata dan hukum perjanjian elektronik modern. Fenomena ini menjadi semakin relevan dalam era digital saat ini, di mana transaksi perdagangan tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, melainkan banyak dilakukan melalui platform daring dan aplikasi pesan instan. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis yang mendalam terhadap konsekuensi hukum dari tindakan tersebut, dengan merujuk pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) . sebagaimana telah diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016, serta asas-asas umum dalam hukum kontrak.

Analisis Terhadap Sistem Jual Beli Marketplace:

Tabel 2. Analisis terhadap sistem jual beli marketplace dengan metode Cash On Delivery (COD)

No	Aspek	Facebook Messenger	Marketplace (Shopee, Lazada, dll.)
1.	Tempat transaksi	Chat langsung via Messenger	Aplikasi marketplace resmi
2.	Sistem pembayaran	Hanya <i>cash on delivery (COD)</i> , Tunai / transfer di tempat antar penjual dan pembeli secara langsung	<i>cash on delivery (COD)</i> , melalui pihak ke tiga (ekspedisi)
	Jaminan	Tidak ada	

3.		Ada (<i>escrow, refund, retur, complain, Asuransi pengiriman, garansi 100% ori</i>)
4.	Proses pengiriman	Bawa langsung saat penjual dan pembeli melakukan proses <i>cash on delivery (COD)</i>
5.	Perlindungan konsumen	Tidak ada. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019, (garansi uang kembali, pusat resolusi) UU perlindungan konsumen
6.	Resiko	Tinggi (rawan penipuan, tidak dijamin) Rendah (karena memakai pihak ke 3 / perantara & proteksi)
7.	Kelebihan	Simple, cepat, tanpa admin <i>fee</i> Aman, banyak pilihan bayar & kirim, terjamin (lebih aman dan ada garansi dari pihak ke 3)
8.	Kekurangan	tergantung kepercayaan pribadi Proses lebih resmi sesuai SOP marketplace & ada biaya layanan

Pada Tabel 2. Analisis terhadap sistem jual beli marketplace menjelaskan tentang perbandingan antara transaksi jual beli melalui facebook messenger dengan metode *cash on delivery (COD)* dan transaksi jual beli melalui *platform marketplace* resmi dengan menggunakan metode *cash on delivery (COD)* menunjukkan perbedaan dasar dalam aspek tempat transaksi sistem pembayaran jaminan hingga perlindungan hukum transaksi melalui messenger dilakukan secara langsung melalui percakapan pribadi antara penjual dan pembeli tanpa adanya regulasi atau perantara resmi. Kondisi ini berbeda dengan *marketplace* seperti shopee atau lazada yang menyediakan aplikasi resmi dengan standar operasional yang jelas dan terintegrasi.

Messenger tidak memberikan perlindungan hukum maupun mekanisme penyelesaian sengketa, sehingga konsumen menanggung resiko yang tinggi terhadap penipuan atau barang yang tidak sesuai. sebaliknya *marketplace* menyediakan sistem *escrow, retur, dan complain* yang memberi perlindungan lebih optimal. Selain itu, pengiriman barang melalui messenger dilakukan secara langsung secara *cash on delivery (COD)*, sedangkan *marketplace* menggunakan jasa ekspedisi resmi yang terintegrasi dalam aplikasi sehingga aspek keamanan lebih terjamin.

Selanjutnya, perbedaan juga tampak pada aspek perlindungan konsumen risiko, serta kelebihan dan kekurangan masing-masing sistem. Transaksi melalui messenger tidak dilindungi oleh regulasi khusus sehingga konsumen sangat rentan mengalami kerugian. Sebaliknya, *marketplace* tunduk pada Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik[19]. dan memberikan dasar hukum untuk perlindungan termasuk jaminan uang kembali dan pusat resolusi sengketa. Dari sisi risiko, transaksi messenger berpotensi tinggi menimbulkan penipuan, serta *marketplace* relatif lebih aman karena adanya pihak ketiga yang berfungsi sebagai penjamin walaupun messenger memiliki kelebihan berupa proses yang cepat sederhana dan tanpa biaya tambahan, namun kelemahan utamanya terletak pada keamanan yang

bergantung sepenuhnya kepada kepercayaan personal. Sebaiknya, *marketplace* lebih aman dengan berbagai pilihan pembayaran dan pengiriman, tetapi konsekuensinya terdapat biaya layanan dan prosedur yang lebih ketat[20].

VII. SIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap keabsahan perjanjian jual beli online dengan metode pembayaran *cash on delivery (COD)* dan tinjauan yuridis terhadap kenaikan harga sepihak oleh penjual setelah kesepakatan, dapat disimpulkan bahwa perjanjian jual beli online dengan metode *cash on delivery (COD)* sah sepanjang memenuhi syarat Pasal 1320 KUHPerdata, karena lahir sejak tercapainya kesepakatan elektronik antara penjual dan pembeli, sedangkan mekanisme *cash on delivery (COD)* hanya merupakan tahap pemenuhan prestasi. Kontrak elektronik yang terbentuk melalui media sosial tetap mengikat secara hukum berdasarkan teori konsensualisme, teori penerimaan, serta ketentuan UU ITE dan UU Perlindungan Konsumen. Sehingga tindakan penjual yang menaikkan harga secara sepihak setelah adanya kesepakatan dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi yang menimbulkan konsekuensi hukum berupa hak bagi pembeli untuk menuntut pemenuhan prestasi, ganti rugi, atau pembatalan perjanjian sesuai Pasal 1243, Pasal 1266, dan Pasal 1267 KUHPerdata. Namun, transaksi melalui facebook messenger dengan sistem metode *cash on delivery (COD)* memiliki kelemahan mendasar karena tidak dilengkapi perlindungan hukum yang jelas dan rentan menimbulkan penipuan maupun cacat perjanjian. Sebaliknya, *marketplace modern* seperti shopee, tokopedia atau lazada lebih sistematis karena menyediakan perlindungan konsumen melalui *escrow*, *retur*, dan *komplain*, serta didukung sistem pembayaran yang beragam seperti *cash on delivery (COD)* transfer, e-wallet, kartu kredit dan integrasi dengan jasa ekspedisi yang meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Oleh karena itu, meskipun sah secara hukum, praktik jual beli dengan metode *cash on delivery (COD)* di facebook melalui aplikasi messenger kurang direkomendasikan, sedangkan penggunaan *marketplace modern* lebih dianjurkan untuk menjamin kepastian hukum, rasa aman, dan perlindungan konsumen dalam transaksi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur saya selaku penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Karena telah dimampukan dan dimudahkan dalam menyelesaikan penelitian ini. Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada Orang tua dan keluarga yang telah memberikan motivasi dan do'a. Serta pemilik NIM 212020100114 yang telah memberi support tiada henti hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Dan Terakhir saya mengucapkan terimakasih kepada seluruh dosen, tenaga kependidikan, dan teman-teman di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah menyumbangkan wawasan, keahlian dan arahan yang tak ternilai selama penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini. Penelitian ini memang belum sempurna, tapi semoga penelitian ini bisa bermanfaat untuk para pembaca.

REFERENSI-

- [1] Shobirin, “Jual Beli Dalam,” *Bisnis dan Manaj. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 240–261, 2015, [Online]. URL : <https://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Bisnis>
- [2] N. E. Husda and Y. Wangdra, “Pengantar teknologi informasi,” 2016. URL : <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/51>
- [3] H. Haqqi and H. Wijayati, *Revolusi Industri 4.0 di Tengah Society 5.0: Sebuah Integrasi Ruang, Terobosan Teknologi, dan Transformasi Kehidupan di Era Disruptif*. 2019. URL : <https://share.google/FdKtiwl61y9G4PcP8>
- [4] Pengadilan Negeri Banda Aceh, “Pembatasan Asas ‘Freedom Of Contract’ Dalam Perjanjian Komersial.” [Online]. URL : <https://pn-bandaaceh.go.id/pembatasan-asas-freedom-of-contract-dalam-perjanjian-komersial/>
- [5] Ayu Oktaviani, Anwar Maulana, and Ricky Firmansyah, “Peranan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital,” *Mukasi J. Ilmu Komun.*, vol. 2, no. 2, pp. 143–150, 2023, DOI : <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1592>
- [6] D. W. Prayugo, “Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda,” *eJurnal Ilmu Komun. Univ. Mulawarman*, vol. 6, no. 1, pp. 143–157, 2018. URL : <https://share.google/nTCxTAPi48qlxtNOW>
- [7] S. Santoso, “Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Kuh Perdata Dan Hukum Islam,” *Ahkam J. Huk. Islam*, vol. 4, no. 2, pp. 217–246, Nov. 2016, DOI : <https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.2.217-246>
- [8] S. Simatupang, E. Efendi, and D. E. Putri, “Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli,”

- J. Ekbis*, vol. 22, no. 1, p. 28, 2021,
 URL : <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.695>
- [9] R. Subekti and R. Tjitrosudibio, “Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata) 1838,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., PP. 11–28, 2019.
 URL : <https://share.google/YNCBpi2AkRXaQ4Pmf>
- [10] R. Ardiansyah *Et Al.*, “Transaksi Jual Beli Skins Game Steam Melalui Group Facebook Dalam Perspektif Hukum Kontrak,” *Reinventing Fash. Retail.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 221–233, 2023,
 DOI : <https://doi.org/10.1007/978-3-031-11185-3>
- [11] D. Rika Widianita, “Kajian Hukum Tentang Keabsahan Jual Beli Online Pada Aplikasi Facebook,” *At-Tawassuth J. Ekon. Islam*, Vol. Viii, No. I, PP. 1–19, 2023.
 URL : <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/47946>
- [12] N. L. G. M. Septiari And N. M. P. Ujianti, “Kekuatan Hukum Perjanjian Elektronik Dalam Perspektif Kuh Perdata Dan Uu Ite,” *Indones. J. Law Justice*, Vol. 2, No. 4, P. 10, 2025,
 DOI : <https://doi.org/10.47134/Ijlj.V2i4.4320> .
- [13] Mahkamah Agung, *Kitab Undang-Undang Perdata*. [Online].
 URL : <Https://Jdih.Mahkamahagung.Go.Id/Download-File-Satker/Kitab-Undang-Undang-Hukum-Perdata-1>
- [14] D. S. Meliala, “Hukum Perjanjian Khusus Jual Beli, Sewa-Menyewa, Pinjam-Meminjam,” pp. 103–111, 2012.
 URL : https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/4628/Djaja_142986-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- [15] Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, vol. 2003, no. 1. 1999, pp. 1–46.
 URL : <https://share.google/IMPwjXIT2l6va5Oa8>
- [16] M. Rifauddin and A. N. Halida, “Hoax Pada Media Sosial Facebook,” *Khizanah Al-Hikmah*, vol. 6, no. 2, pp. 98–111, 2018.
 DOI : <https://doi.org/10.24252/kah.v6i2a2>
- [17] Peraturan Pemerintah RI, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008*. 2008.
 URL: <https://share.google/SqtzAV8zZBsUqz0JO>
- [18] N. F. Mediawati, “Buku Ajar Hukum Kontrak Dan Perikatan,” in *Buku Ajar Hukum Kontrak Dan Perikatan*, 2018. doi: 10.21070/2018/978-602-5914-35-5.
 DOI : <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-35-5>.
- [19] PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*, vol. 80, no. 019092. 2019, p. 61.
 URL : <https://share.google/cETKtH3JUemksmxik>
- [20] I. Habibullah, “Perlindungan Hukum Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Belanja Online Di Shopee,” pp. 1–93, 2024.
 URL : <https://share.google/Ua66DHbjUtzBU5Cmj>

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.