

SKRIPSI
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JASA TITIP BELI BARANG
SECARA ONLINE



Oleh :

FILDA AMADA

040 2019 0208

Diajukan sebagai Tugas Akhir dalam rangka Penyelesaian Studi

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR

2023

HALAMAN JUDUL

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM

PERJANJIAN JASA TITIP BELI BARANG

SECARA ONLINE

SKRIPSI

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna

Memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum pada

Program Studi Ilmu Hukum di Universitas Muslim Indonesia

OLEH :

FILDA AMADA

04020190208

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama : Filda Amada

Stambuk : 040 2019 0208

Program Studi : Ilmu Hukum

Bagian : Hukum Perdata

Judul : **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM PERJANJIAN JASA TITIP BELI BARANG
SECARA ONLINE**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam ujian skripsi.

Makassar, Februari 2023

Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Ilham Abbas, S.H.,M.H
NIPs. 104910375

Pembimbing II



Dr. Agussalim A. Gadjong, S.H.,M.H
NIPs. 104960615

Mengetahui

Ketua Bagian Hukum Perdata



Dr. Hj. A. Risma, S.H.,M.H
NIPs. 104101111

PERSETUJUAN SKRIPSI

Pimpinan Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia Makassar
memberikan persetujuan untuk ujian Skripsi kepada :

Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam
Perjanjian Jasa Titip Beli Barang Secara Online
Nama : Filda Amada
Stambuk : 04020190208
Bagian : Hukum Perdata
Dasar Penetapan : 0360/H.05/FH-UMI/IX/2022

Makassar, Februari 2023

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Muslim Indonesia

Makassar




Prof. Dr. H. La Ode Husein, S.H., M.H
NIPS. 104 86 0192

PENGESAHAN SKRIPSI
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JASA TITIP BELI BARANG
SECARA ONLINE

Disusun dan diajukan oleh:

FILDA AMADA

04020190208

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Skripsi
pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum Fakultas Hukum
Universitas Muslim Indonesia
Pada, 20 Februari 2023
dan dinyatakan diterima

Makassar, Februari 2023

Panitia Ujian,

Ketua,

Anggota,

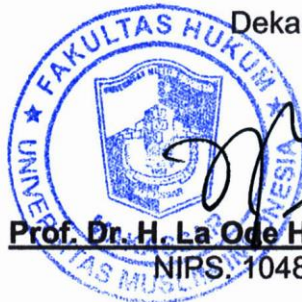


Dr. Ilham Abbas, S.H., M.H
NIPs. 104910375



Dr. Agussalim A. Gadjong, S.H., M.H
NIPs. 104960615

Dekan



Prof. Dr. H. La Ode Husein, S.H., M.H
NIPs. 104860192

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa Skripsi tersebut dibawah ini :

Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam
Perjanjian Jasa Titip Beli Barang Secara Online
Nama : Filda Amada
Stambuk : 04020190208
Bagian : Hukum Perdata
Dasar Penetapan : 0360/H.05/FH-UMI/IX/2022

Telah dipertahankan di hadapan Majelis Ujian Skripsi Pada 20
Februari 2023, dan dinyatakan LULUS oleh :

1. Dr. Ilham Abbas, S.H., M.H
(Pembimbing Ketua)

(.....)

2. Dr. Agussalim A. Gadjong, S.H., M.H
(Pembimbing Anggota)

(.....)

3. Dr. Nurhaedah, S.H., M.H
(Penguji I)

(.....)

4. Dr. Rustan, S.H., M.H
(Penguji II)

(.....)



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Filda Amada

NIM : 040 2019 0208

Bagian : Hukum Perdata

Judul : **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM PERJANJIAN JASA TITIP BELI BARANG
SECARA ONLINE**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi terhadap karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi karena perbuatan tersebut.

Makassar, Februari 2023

Yang menyatakan,



Filda Amada

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat, taufik, dan inayah-Nya sehingga penyusunan Skripsi ini dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jasa Titip Beli Barang Secara Online” dapat dirampungkan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Tak lupa penulis kirimkan salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai teladan bagi seluruh umat manusia.

Disadari bahwa Skripsi ini kurang sempurna, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang ada pada penulis. Oleh karena itu, kritik, saran dan koreksi untuk perbaikan dan penyempurnaannya sangat penulis harapkan.

Pada kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih diiringi do'a kepada Allah SWT, kepada Kedua orang tua Penulis Ayahanda Arham Alwi dan Ibunda Sitti Mardhijah yang telah mendidik, membesarkan dan membimbing serta doa yang tulus. Selanjutnya diucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Basri Modding, S.E.,M.Si selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia;
2. Prof. Dr. H. La Ode Husen, S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia;
3. Dr. Hj. A. Risma, S.H., M.H selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia; yang telah

memberikan izin, kesempatan, dan fasilitas kepada Penulis selama mengikuti pendidikan Program Sarjana;

4. Dr. Ilham Abbas, S.H.,M.H selaku Ketua Pembimbing dan Dr. Agussalim A. Gadjong, S.H.,M.H selaku Anggota Pembimbing yang memberikan bimbingan, dengan penuh keseriusan, kecermatan dan kebijakan dalam memberi petunjuk-petunjuk perihal prinsip penulisan karya ilmiah kepada penulis;
5. Dr. Nurhaedah, S.H., M.H dan Dr. Rustan S.H., M.H selaku Penilai yang memberikan masukan dan saran pada ujian Seminar Proposal sampai Ujian Skripsi;
6. Segenap Dosen Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia atas ilmu yang telah diberikan selama Penulis menempuh perkuliahan dan seluruh staf karyawan Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia yang telah membantu dalam setiap pengurusan;
7. Miftah Saddatin Nur selaku pelaku usaha jasa titip beli yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Jastip Mks;
8. Kepada sahabat-sahabat Penulis Nela, Jija, Tenri, Aca, Anggun, Rusthi, Intan, Febi, Alya, Kayla, Nada;
9. Untuk teman seperjuangan Archindy, Marwa, Cika, Cindy yang selalu membantu Penulis dan memberikan dukungan serta motivasi;
10. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini;

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya Penulis mengharap semoga dengan hadirnya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan teknologi. Semoga Allah SWT, senantiasa memberkati dan merahmati segala aktivitas keseharian sebagai suatu ibadah disisi-Nya. Amin.

Makassar, Februari 2023

Filda Amada

ABSTRAK

Filda Amada. 04020190208 dengan Judul “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jasa Titip Beli Barang Secara Online*”. Di bawah bimbingan (Ilham Abbas) sebagai Ketua Pembimbing dan (Agussalim A. Gadjong) sebagai Anggota Pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jasa titip beli barang secara *online* dan mengetahui hubungan hukum para pihak dalam perjanjian jasa titip beli barang secara *online*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris, yaitu suatu metode penelitian yang menggunakan fakta-fakta empiris dengan menggunakan data primer dan sekunder. Dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu wawancara, kuesioner dan observasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jasa titip beli pelaku usaha jasa titip beli bertanggung jawab mengganti kerugian yang dialami konsumen. Bentuk ganti rugi yang diberikan berupa penggantian barang dengan barang yang sesuai pesanan konsumen serta menanggung ongkos kirim ke alamat konsumen. Hubungan hukum yang terjadi antara penjual toko dan pelaku usaha jasa titip beli merupakan perjanjian jual beli, sedangkan hubungan hukum antara pelaku usaha jasa titip beli dan konsumen merupakan perjanjian jual beli yang akan ada atau *pre-order*. Hubungan hukum yang terjadi antara para pihak dalam perjanjian jasa titip beli pada akhirnya melahirkan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terciptanya suatu tanggung jawab.

Rekomendasi penelitian ditujukan bagi Pemerintah Republik Indonesia perlu adanya tindakan konkret, sejauh ini sangatlah sedikit aturan hukum yang membahas secara khusus mengenai jenis transaksi yang berkembang dalam praktik jual beli seperti perjanjian jasa titip beli, hal tersebut perlu diadakan agar terjaminnya hak dan kewajiban serta perlindungan bagi para pihak dan untuk menghindari kecurangan yang selama ini terjadi yang dapat merugikan semua pihak dalam perjanjian jasa titip beli tersebut.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Jasa Titip Beli Barang Online

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	12
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	12
2. Asas-asas Perlindungan Konsumen	13
3. Tujuan Perlindungan Konsumen	15
4. Hak dan Kewajiban Konsumen	16
5. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	19

B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli	21
1. Pengertian Perjanjian Jual Beli.....	21
2. Syarat Sah Perjanjian Jual Beli	22
3. Unsur-unsur Perjanjian Jual Beli	24
4. Asas-asas Perjanjian Jual Beli	25
C. Tinjauan Umum Tentang E-Commerce	27
1. Pengertian E-Commerce	27
2. Jenis-jenis E-Commerce.....	28
3. Para Pihak dalam E-Commerce	30
4. Mekanisme dan Sistem Pembayaran E-Commerce	32
D. Tinjauan Umum Tentang Jasa Titip Beli.....	34
1. Sejarah Jasa Titip Beli	34
2. Pengertian Jasa Titip Beli	36
3. Mekanisme Jasa Titip Beli	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Tipe Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel.....	39
D. Jenis dan Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jasa Titip Beli Barang Secara Online	44
B. Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Jasa Titip Beli Barang Online	56
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Alasan Konsumen Membeli Barang Melalui Jasa Titip Beli Secara Online	44
2. Pengalaman Konsumen yang Mengalami Kerugian Membeli Barang Melalui Jasa Titip Beli Secara Online	45
3. Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Jasa Titip Beli Barang Secara Online.....	49
4. Tingkat Kejelasan Informasi yang Diberikan Pelaku Usaha Jasa Titip Beli Kepada Konsumen	51
5. Pengalaman Konsumen Dirugikan yang Mendapatkan Tanggung Jawab Dari Pelaku Usaha Jasa Titip Beli.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya pertumbuhan teknologi informasi telah mempengaruhi hampir segala aspek dalam kehidupan manusia, termasuk di dalamnya kegiatan perdagangan. Pada awalnya kegiatan perdagangan dilakukan dengan cara konvensional, yaitu penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring perkembangannya, pelaksanaan jual beli mengalami perubahan yang tidak memerlukan tatap muka lagi namun dapat dilakukan dengan menggunakan media elektronik yang terhubung secara *online*. Internet membawa perubahan besar dalam perekonomian dunia dengan mengubah sistem konvensional menjadi sistem ekonomi digital.

Teknik perdagangan menggunakan media elektronik ini biasa disebut dengan istilah *E-commerce*. Secara umum, *e-commerce* didefinisikan sebagai bentuk perbuatan hukum melalui transaksi elektronik menggunakan media teknologi internet¹. Dengan adanya jual beli *online* ini menciptakan kegiatan bisnis yang efektif karena

¹ RR Dewi Anggraeni dan Acep Heri Rizal. (2019). Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya*, 6(3), hlm. 224.

transaksi bisnis antara penjual dan pembeli tidak dibatasi oleh ruang dan waktu².

Transaksi jual beli melalui media ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati para konsumen, karena memberikan banyak kemudahan seperti sangat mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah, serta produk dapat dilihat 24 jam oleh siapapun dan kapanpun³. *E-Commerce* tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, namun perkembangan ini memudahkan pelaku usaha dalam memasarkan produk yang berpengaruh pada penghematan biaya dan waktu.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan jual beli *online* yaitu: Pertama, jual beli *online* dapat menjangkau lebih banyak pelanggan serta akses terhadap informasi jadi lebih mudah; Kedua, dalam jual beli *online* penjual dapat secara tepat waktu dan efisien melakukan penyebaran informasi; Ketiga, jual beli *online* lebih menghemat waktu serta informatif; Keempat, dalam jual beli *online* pelanggan mendapatkan kepuasan dengan pelayanan yang cepat, mudah, dan aman⁴.

² Abdul Halim Barkatullah. (2007). Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Hukum*, 14(2), hlm. 250.

³ Fitriah. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial. *Solusi*, 18(3), hlm. 372.

⁴ Ridwan Khairandy. (2001). Pembaharuan Hukum Kontrak sebagai Antisipasi Transaksi Electronic Commerce. *Jurnal Hukum*, 8(16), hlm. 46.

Dalam perjanjian jual beli, harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sehingga memiliki kekuatan hukum bagi para pihak yang membuat perjanjian. Perjanjian yang memiliki kekuatan hukum adalah perjanjian yang memenuhi unsur-unsur hukum yang telah dijelaskan dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Dalam Pasal 1320 KUHPerdara mengatur bahwa perjanjian harus memenuhi syarat sah perjanjian yaitu adanya kata sepakat, kecakapan, hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Apabila syarat sah perjanjian telah terpenuhi, maka perjanjian dapat dikatakan sah dan mengikat para pihak.

Maraknya sistem jual beli *online* ini menciptakan model bisnis baru yang dikenal sebagai jasa titip beli barang. Jasa titip beli merupakan bisnis yang menawarkan berupa jasa pembelian barang kepada orang yang ingin membeli atau membutuhkan sesuatu barang tetapi tidak bisa menjangkau produk atau barang tersebut. Layanan jasa titip beli ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mendapatkan barang yang dibutuhkan. Dalam hal ini biasanya barang yang diinginkan oleh pembeli adalah barang seperti *fashion* (baju, sepatu, tas, aksesoris, dll), makanan kemasan, *make up*, alat elektronik, dan lainnya.

Para konsumen yang menggunakan jasa titip beli barang *online* ini biasanya ingin membeli barang yang tidak ditemukan di kota mereka. Misalnya, seseorang di Makassar ingin membeli

produk dari brand *Zara* tetapi saat ini di Makassar tidak terdapat outlet *Zara* dan hanya terdapat di kota lain saja. Atau misalnya barang yang ingin dibeli oleh seseorang tersebut berasal dari luar negeri yang dimana harga barang tersebut lebih terjangkau apabila dibeli langsung dari luar negeri daripada beli di Indonesia. Maka dari itu banyak orang yang tinggal di kota-kota besar atau memang tinggal di luar negeri, mulai menawarkan bisnis jasa titip beli barang melalui media *online*.

Media *online* yang banyak digunakan oleh pelaku usaha jasa titip beli barang *online* ini adalah aplikasi *Instagram*. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi sosial media yang menyediakan fasilitas komunikasi lewat foto dan video yang bisa dibagikan kepada tiap orang pengguna *Instagram*. Dengan adanya fitur tersebut menarik para pelaku usaha memanfaatkan *Instagram* dalam menjalankan bisnis *online* mereka dengan mudah⁵.

Transaksi jual beli *online* pada dasarnya sama dengan transaksi jual beli pada umumnya dimana terdapat para pihak yang terlibat. Dalam hal ini para pihak pada jual beli *online* melalui jasa titip beli ini yaitu pihak pertama sebagai pelaku usaha dan pihak lainnya sebagai konsumen. Pelaku usaha yaitu sebagai penyedia jasa titip beli yang bertugas membelikan barang sesuai dengan

⁵ Intan Siti Muslichah dan Irwansyah. (2020). *Instagram dan Fenomena Jastip di Indonesia. Journal Communication Spectrum*, (9)2, hlm. 152.

pesanan yang dititipkan atas jasa tersebut dan pelanggan sebagai pengguna jasa titip beli yang melakukan pembayaran dan penerimaan atas barang tersebut⁶.

Pada jual beli *online*, pelaku usaha jasa titip beli dan konsumen tidak bertemu secara langsung satu sama lain, melainkan berkomunikasi melalui internet. Dalam hal transaksi titip jual beli barang ini pelaku usaha jasa titip beli menetapkan biaya (*fee*) atas jasanya sebagai upah atas tenaga yang dikeluarkan untuk membeli produk yang diinginkan konsumen. Biaya tersebut akan ditentukan oleh pelaku usaha jasa titip beli yang disesuaikan dengan bagaimana mereka memperoleh barang pesanan tersebut. Kemudian *fee* tersebut akan ditambahkan oleh pelaku usaha jasa titip beli lalu diberitahukan kepada konsumen agar dapat disepakati bersama untuk selanjutnya pesanan yang dilakukan oleh konsumen dapat diproses oleh pelaku usaha jasa titip beli dengan konsumen melakukan pembayaran terlebih dahulu sesuai dengan harga yang telah disepakati tersebut.

Mekanisme atau cara kerja dari jasa titip beli barang ini yaitu pelaku usaha jasa titip beli mengunggah foto atau video terkait produk yang akan ditawarkan melalui akun Instagram. Pelaku usaha jasa titip beli juga memberikan keterangan harga dan penjelasan

⁶ Haris Faulidi Asnawi. (2008). *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Laskar Press, hlm. 34.

atas produk yang ditawarkannya tersebut. Selanjutnya, untuk melakukan pesanan konsumen dapat menghubungi pelaku usaha jasa titip beli dengan menggunakan fitur DM atau pesan yang ada di aplikasi *Instagram* atau melalui aplikasi *Whatsapp*. Setelah terjadi kesepakatan harga, biaya jasa titip beli dan ongkos kirim maka konsumen dapat membayar melalui transfer bank. Selanjutnya, pelaku usaha jasa titip beli akan membelikan barang yang dipesan dan langsung dikirimkan ke alamat konsumen.

Dengan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak yang bertransaksi maka sudah terjadi adanya kontrak elektronik, ditandai dengan adanya kata sepakat terkait berbagai ketentuan secara *online* sebagai bentuk dari kontrak elektronik. Berdasarkan Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dianggap sah apabila:

- a. Adanya kesepakatan para pihak;
- b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- c. Terdapat hal tertentu;
- d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Pelaksanaan jual beli secara *online* dalam prakteknya menimbulkan berbagai permasalahan, diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Masalah perlindungan konsumen dalam jual beli *online* merupakan aspek yang penting untuk diperhatikan, karena konsumen sering kali berada pada posisi yang lemah atau dirugikan. Dengan menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi suatu perlindungan kepada konsumen yang melakukan transaksi jual beli diterbitkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Fenomena menjamurnya bisnis jasa titip beli barang secara *online* tidak lepas dari suatu permasalahan hukum. Tidak jarang ditemukan kecacatan yang dapat membahayakan konsumen yang disebabkan cacat tersembunyi dan secara berjangka dapat menyebabkan barang yang diperjualbelikan tidak bekerja sebagaimana fungsinya atau cepat sekali rusak, karena barang cacat pada umumnya memang tampak seolah-olah telah memenuhi standar akan tetapi pada akhirnya dapat merugikan konsumen dalam penggunaannya yang tidak memenuhi tujuan awal produk tersebut, dan mengakibatkan berkurangnya manfaat pada barang, sehingga dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Dalam hal ini, seseorang tidak diperkenankan menyembunyikan cacat suatu produk saat melakukan jual beli.

Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda :

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَجِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

“Seorang muslim adalah saudara bagi muslim yang lain. Tidak halal bagi seorang muslim menjual barang dagangan yang memiliki cacat kepada saudaranya sesama muslim, melainkan ia harus menjelaskan cacat itu kepadanya” (HR. Ibnu Majah nomor 2246).

Mengingat pentingnya perlindungan hukum yang harus ada untuk dapat memberi kepastian hukum bagi para pihak yang menggunakan media elektronik dalam bertransaksi, maka dalam hal ini pemerintah berperan sebagai kepastian hukum. Kepastian hukum yang diberikan untuk warga negara Indonesia dengan menetapkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan juga menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sebagai payung hukum⁷.

Transaksi melalui media elektronik, meskipun dibuat secara *online*, harus seaman kontrak biasa. Ketentuan hukum yang menegaskan keabsahan kontrak elektronik diatur dalam Pasal 18

⁷ RR Dewi Anggraeni dan Acep Heri Rizal. (2019). *Op. Cit*, hlm. 220.

ayat (1) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik selanjutnya disingkat UU No.11 Tahun 2008 yaitu, transaksi elektronik yang terkandung dalam kontrak elektronik mengikat para pihak⁸.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jasa titip beli barang secara *online* dan bagaimanakah hubungan hukum para pihak dalam perjanjian jasa titip beli barang *online*.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji dan mencari pemecahan masalah tersebut dengan melakukan penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jasa Titip Beli Barang Secara Online”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jasa titip beli barang secara *online* ?
2. Bagaimanakah hubungan hukum para pihak dalam perjanjian jasa titip beli barang secara *online* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

⁸ *Ibid*, hlm. 227.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jasa titip beli barang secara *online*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hubungan hukum para pihak dalam perjanjian jasa titip beli barang secara *online*.

D. Manfaat Penelitian

Dari tujuan yang telah diuraikan maka diharapkan dapat memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis, yaitu antara lain:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam bidang hukum keperdataan, khususnya berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jasa titip beli barang secara *online*.

2. Praktis

- a) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi, serta wawasan terkini mengenai permasalahan dalam perjanjian jasa titip beli barang yang dilakukan secara *online*.

- b) Bagi Perusahaan jasa titip beli *online*

Bagi pemilik atau pelaku usaha jasa titip beli dapat mengetahui batasan serta peraturan yang mengatur antara para pihak yang terkait dalam perjanjian jasa titip beli barang yang dilakukan secara *online*.

c) Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dalam menyusun kebijakan regulasi terkait permasalahan perjanjian jasa titip beli barang yang dilakukan secara *online*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka (1) disebutkan bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Kepastian hukum meliputi segala upaya untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut⁹.

Perlindungan konsumen menetapkan prinsip atau kaidah hukum perlindungan konsumen, yang menyatakan bahwa perlindungan hukum konsumen adalah segala upaya untuk menjamin kepastian hukum guna memberikan perlindungan kepada konsumen. Penegakan perlindungan hak-hak konsumen merupakan bagian penting dari negara Indonesia, karena hukum sebagai tolak ukur pembangunan nasional diharapkan mampu

⁹ Ahmadi Miru. (2013). *Prinsip-prinsip Perlindungan Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm. 1.

memberikan kepercayaan kepada masyarakat untuk melakukan reformasi menyeluruh di segala aspek¹⁰.

Dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan kedudukan yang seimbang, dan juga dapat menggugat apabila ternyata haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan rangkaian asas dan aturan hukum yang mengatur hubungan dan persoalan antara satu pihak dengan pihak lain dalam kaitannya dengan barang dan/atau jasa konsumen¹¹. Hukum perlindungan konsumen menurut Janus Sidabalok dapat pula diartikan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen.

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan

¹⁰ Rosmawati. (2018). *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedia Group, hlm. 32.

¹¹ Az Nasution. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, hlm. 23.

keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu¹²:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan yang dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberi keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

¹² Janus Sidabalok. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, hlm. 31.

- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Berdasarkan asas-asas hukum perlindungan konsumen, maka pada pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan perlindungan konsumen bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen adalah pengguna akhir dari suatu produk, yaitu setiap pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup dan tidak dapat diperdagangkan¹³.

Hak konsumen di Indonesia sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut¹⁴:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan;

¹³ Az Nasution. (2006). *Op. Cit*, hlm. 37.

¹⁴ Elsa Kartika Sari. (2008). *Hukum Dalam Ekonomi*. Jakarta: PT Grasindo, hlm. 159.

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau pengganti, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak dasar konsumen sebenarnya berasal dari hak-hak dasar yang diakui secara internasional sebagaimana yang ditekankan oleh John F. Kennedy, Presiden Amerika Serikat (AS) pada tanggal 15 Maret 1962 menyatakan antara lain sebagai berikut¹⁵:

- a. Hak memperoleh jaminan atau hak untuk dijamin

Setiap konsumen berhak mendapatkan perlindungan atas barang/jasa yang dikonsumsi. Misalnya, konsumen merasa aman jika produk makanan atau minuman yang dikonsumsi dianggap aman bagi kesehatan.

¹⁵ Happy Susanto. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia, hlm. 24.

b. Hak atas informasi atau hak untuk diinformasikan

Konsumen berhak untuk memperoleh informasi tentang barang/jasa yang akan dibeli. Akses informasi sangat penting karena konsumen dapat mengetahui status barang/jasa yang akan dikonsumsi.

c. Hak memilih

Setiap konsumen berhak memilih barang/jasa dengan harga yang wajar. Artinya, konsumen tidak boleh dipaksa atau ditekan untuk memilih produk yang dapat melanggar haknya, mereka harus bebas memilih barang/jasa untuk dikonsumsi.

d. Hak untuk didengar

Konsumen harus memiliki hak agar kebutuhan dan tuntutan mereka dapat didengar, baik oleh pelaku usaha yang bersangkutan maupun oleh lembaga perlindungan konsumen yang memperjuangkan hak konsumen.

Dari beberapa hak konsumen yang disebutkan di atas, jelas bahwa kenyamanan dan keamanan konsumen merupakan salah satu aspek yang paling mendasar dan penting dalam hukum perlindungan konsumen. Untuk melaksanakan hak-hak tersebut, konsumen berhak menerima informasi yang akurat tentang barang atau jasa yang mereka gunakan.

Selain hak, konsumen juga memiliki kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal

5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu¹⁶:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.

Adanya kewajiban konsumen untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan merupakan hal yang penting. Pentingnya kewajiban ini adalah bahwa pelaku usaha sering mencantumkan peringatan yang jelas pada produk, tetapi konsumen tidak membaca peringatan yang dikirim. Penetapan kewajiban ini berarti bahwa pelaku usaha tidak bertanggung jawab jika konsumen menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban ini.

5. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan

¹⁶ Elsa Kartika Sari. (2008). *Op. Cit*, hlm. 161.

badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi¹⁷.

Adapun hak pelaku usaha tertuang pada Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut¹⁸:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

¹⁷ Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Purnada Media Group, hlm. 22.

¹⁸ Rosmawati. (2018). *Op. Cit*, hlm. 56.

Kewajiban pelaku usaha tertuang pada Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut¹⁹:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan keturunan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 57.

B. Tinjauan Umum Perjanjian Jual Beli

1. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana ada seorang berjanji kepada seorang lain atau dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Sehingga dari peristiwa ini, timbul suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Dalam bentuknya, perjanjian berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis²⁰.

Perjanjian jual beli menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dijelaskan dalam Pasal 1457 merupakan persetujuan atau kontrak yang dibuat oleh lebih dari satu pihak dimana pihak yang ada mengikatkan dirinya sebagai pihak yang memberikan suatu benda dan pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk membayar atas harga yang telah diperjanjikan.

Terjadinya perjanjian jual beli terhadap sebuah barang, apabila telah terjadi kesepakatan. Pasal 1458 KUHPdata menyebutkan bahwa kesepakatan transaksi jual beli dianggap sah secara hukum apabila jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai kata sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang ini belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.

²⁰ Subekti. (2001). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa, hlm. 1.

2. Syarat Sah Perjanjian Jual Beli

Perjanjian yang dibuat agar mengikat bagi masing-masing pihak harus memenuhi syarat sahnya perjanjian. Syarat sahnya perjanjian diatur di dalam Pasal 1320 KUHPerdara, antara lain:

a. Kesepakatan

Kesepakatan merupakan syarat utama dalam membuat perjanjian. Masing-masing pihak yang saling mengikatkan diri harus sepakat tentang objek yang diperjanjikan. Kesepakatan merupakan syarat subjektif dalam perjanjian, yang artinya bahwa dalam membuat perjanjian apabila syarat subjektif ini tidak dipenuhi, maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

b. Kecakapan

Dalam perjanjian, seseorang dikatakan telah cakap hukum apabila seseorang mampu melakukan tindakan hukum. Seseorang menurut hukum telah dikatakan cakap apabila telah berusia 21 tahun atau sudah pernah menikah sebelumnya. Apabila seseorang yang melakukan perbuatan hukum tersebut belum cakap hukum, maka perjanjian yang dibuat batal demi hukum.

c. Suatu hal tertentu

Adanya suatu hal tertentu merupakan syarat objektif sebuah perjanjian. Hal tertentu adalah objek berupa barang

atau benda yang diperjanjikan. Apabila dalam sebuah perjanjian yang dibuat tidak memenuhi unsur ini, maka perjanjian yang dibuat tersebut dapat dibatalkan. Dapat dibatalkan artinya perjanjian yang dibuat tersebut dapat dicabut dan ditarik karena menyalahi unsur syarat sah nya perjanjian.

d. Suatu sebab yang halal

Suatu sebab yang halal merupakan syarat objektif sebuah perjanjian. Maka, apabila syarat ini tidak dipenuhi dapat dikatakan perjanjian yang dibuat tersebut dapat dibatalkan. Pembatalan sebuah perjanjian dapat dilakukan atas dasar kesepakatan bersama atau dalam hal ini salah satu pihak tidak terima, maka dapat dibatalkan melalui pengadilan.

Suatu sebab yang halal ini memiliki unsur-unsur penting dalam menentukan isi perjanjian yang akan dibuat, yaitu:

- 1) Tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 2) Tidak bertentangan dengan kaidah hukum dan norma hukum yang berlaku di masyarakat.
- 3) Tidak bertentangan dengan ketertiban umum dan norma kesusilaan.

3. Unsur-Unsur Perjanjian Jual Beli

Suatu perjanjian lahir jika disepakati tentang hal yang pokok atau unsur esensial dalam suatu perjanjian. Penekanan tentang unsur yang esensial tersebut karena selain unsur esensial masih dikenal unsur lain dalam suatu perjanjian. Dalam unsur perjanjian dikenal tiga unsur, yaitu²¹:

- a. Unsur Esensialia, merupakan unsur yang mutlak harus ada dalam suatu perjanjian. Sebagai contoh, dalam perjanjian jual beli harus ada kesepakatan mengenai barang dan harga karena tanpa adanya kesepakatan tersebut dalam perjanjian jual beli, maka perjanjian jual beli tersebut batal demi hukum karena tidak ada hal yang diperjanjikan.
- b. Unsur Naturalia, merupakan unsur yang selalu dianggap ada dalam perjanjian sehingga melekat pada perjanjian. Misalnya, menjamin cacat tersembunyi terhadap barang yang diperjual belikan.
- c. Unsur Aksidentalialia, merupakan unsur yang nanti ada atau mengikat para pihak jika para pihak memperjanjikannya.

4. Asas-Asas Perjanjian Jual Beli

Di dalam perjanjian jual beli dikenal 5 (lima) asas penting yaitu diantaranya sebagai berikut²²:

²¹ Ahmadi Miru dan Sakka Pati. (2011). *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm. 31-33.

²² Salim H.S. (2003). *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 9.

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Setiap orang dapat dan berhak untuk melakukan perbuatan hukum yaitu membuat sebuah kontrak hukum dengan siapa saja. Secara yuridis asas kebebasan berkontrak ditekankan kembali dalam Pasal 1338 Ayat 1 KUHPerdata bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

b. Asas Konsensualisme

Konsensualisme merupakan asas utama dalam membuat sebuah kontrak. Dengan asas konsensualisme, kontrak dikatakan telah lahir jika ada kata sepakat diantara para pihak yang membuat kontrak tersebut.

c. Asas Kepastian Hukum

Pada dasarnya perjanjian yang dibuat oleh masing-masing pihak harus memberikan kepastian hukum bagi pembuatnya. Oleh karena itu, perjanjian yang dibuat akan ditaati dan dilaksanakan oleh masing-masing pihak atas dasar kewajiban, bukan atas dasar adanya paksaan.

d. Asas Itikad Baik

Itikad baik diatur dalam Pasal 1338 Ayat 3 KUHPerdata bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Secara umum, itikad baik akan selalu ada pada setiap tahap

perjanjian sehingga kepentingan pihak yang satu selalu dapat diperhatikan oleh pihak yang lainnya.

e. Asas Personalitas

Pasal 1440 Ayat 1 KUHPerdara menyebutkan perjanjian hanya berlaku bagi mereka yang membuatnya. Dengan demikian asas personalitas bermakna bahwa kontrak atau perjanjian hanya berlaku bagi mereka yang membuatnya.

C. Tinjauan Umum *E-Commerce*

1. Pengertian *E-Commerce*

E-Commerce dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi elektronik yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak²³.

Menurut Shelly Cashman, *E-Commerce* atau kependekan dari *electronic commerce* (perdagangan secara elektronik), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.

²³ Abdul Halim Barkatullah dan Prasetyo. (2005). *E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 58.

Menurut Kalakota dan Whinston definisi *e-commerce* dapat ditinjau dari beberapa perspektif sebagai berikut²⁴:

- a. Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* adalah mengirimkan informasi, produk/layanan atau pembayaran pelanggan melalui saluran telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
- b. Dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* adalah penerapan teknologi untuk otomatisasi transaksi dan alur kerja perusahaan.
- c. Dari sudut pandang layanan, *e-commerce* adalah yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk mengurangi biaya layanan sambil meningkatkan kualitas produk dan kecepatan layanan.
- d. Dari perspektif *online*, *e-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk dan informasi serta layanan *online* lainnya melalui internet.

2. Jenis-Jenis E-Commerce

Jenis-jenis hubungan hukum yang terjadi dalam transaksi jual beli secara elektronik tidak hanya terjadi antara pengusaha dengan konsumen saja, tetapi juga terjadi pada pihak-pihak dibawah ini²⁵:

²⁴ M. Suyanto. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi, hlm. 34.

²⁵ Edmon Makarim. (2004). *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 227.

a. *Business to business*

Transaksi yang terjadi antarperusahaan dalam hal ini, baik penjual maupun pembeli adalah sebuah perusahaan dan bukan individu. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu.

b. *Business to customer*

Transaksi antara perusahaan dengan konsumen atau individu. Pada jenis transaksi disebarkan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

c. *Customer to customer*

Transaksi yang menggunakan cara-cara inovatif untuk memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi dengan satu sama lain. Konsep konvensional yang sudah lama hadir adalah pasar-pasar tradisional memerlukan usaha untuk interaksi pelanggan secara langsung, dimana pelanggan masuk ke bisnis langsung dalam rangka membeli produk atau layanan.

d. *Customer to business*

Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan dimana konsumen (individu) menciptakan nilai bisnis, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini.

e. *Customer to govenrment*

Transaksi yang dilakukan antar individu dengan pemerintah, seperti dalam pembayaran pajak.

3. Para Pihak dalam *E-Commerce*

Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli *online* (*e-commerce*) yaitu terdiri dari²⁶:

- a. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang wajib mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari customer dalam bentuk *credit card*.
- b. Konsumen/*card holder*, yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk (barang/jasa) melalui pembelian secara *online*. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen

²⁶ Dikdik M. Arief Mansyur dan Elisatris Gultom. (2005). *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*. Bandung: Refika Aditama, hlm. 144.

merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan menggunakan *credit card* atau dimungkinkan pembayaran dilakukan *secara cash*.

- c. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan penagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran adalah bank dimana pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).
- d. *Issuer*, yaitu perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu kredit.
- e. *Certification Authorities* yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan kepada *card holder*.

Apabila transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya dilakukan secara *online* dengan kata lain hanya proses transaksinya saja yang *online*, sementara pembayaran tetap dilakukan secara manual/cash, maka pihak *acquirer*, *issuer* dan *certification authority* tidak terlibat di dalamnya. Di samping pihak-pihak tersebut di atas, pihak lain yang keterlibatannya tidak secara langsung dalam transaksi *e-commerce* yaitu jasa pengiriman (ekspedisi).

4. Mekanisme dan Sistem Pembayaran *E-Commerce*

E-Commerce merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli pada umumnya. Dalam transaksi *e-commerce* terdapat asas konsensualisme yang artinya kesepakatan antara kedua belah pihak. Penawaran dan penerimaan inilah awal terjadinya sebuah kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan. Sebagai media transaksi *e-commerce* memberikan berbagai kemudahan yang dapat dirasakan oleh pengguna setelah melalui beberapa tahapan, yaitu²⁷:

- a. Berbagi informasi, ialah proses pertama dalam transaksi *e-commerce*. Pada tahap ini, calon pembeli biasanya

²⁷ Widi Nugraha Ningsih dan Mira Ernilawati. (2017). *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*. Surakarta: CV. Pustaka Bengawan, hlm. 33.

menjelajah internet untuk mendapatkan informasi tentang beberapa produk yang ingin dibeli.

- b. Pesanan *online*, adalah tahap pemesanan calon pembeli yang tertarik dengan produk (barang atau jasa) yang ditawarkan. Pelaku usaha biasanya menyediakan katalog yang berisi daftar produk yang akan dipasarkan. Setelah mengisi formulir pemesanan, maka pesanan dapat diproses.
- c. Transaksi *online*, adalah proses bisnis yang dilakukan secara *online*. Pada tahap ini biasanya diawali dengan proses tawar menawar antara para pihak yang terlibat dalam transaksi *online*.
- d. *E-payment*, merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Pelaku usaha yang ingin menggunakan layanan ini perlu menghubungi pihak penerbit terlebih dahulu agar bisa menggunakan layanan tersebut. Dalam *e-commerce*, paket pembayaran elektronik diimplementasikan dalam berbagai bentuk.
- e. *Digital cash*, adalah sistem pembayaran yang menggunakan uang digital. Melalui sistem ini uang dapat disajikan dalam bentuk kecil sesuai dengan jumlah yang diinginkan. Bank kemudian bisa mendebit sejumlah uang yang ditransfer ke rekening pelanggan sebagai alat pembayaran di internet.

D. Tinjauan Umum Jasa Titip Beli

1. Sejarah Jasa Titip Beli

Dengan pesatnya perkembangan zaman modern dan perkembangan teknologi yang terus berkembang, tidak dapat dipungkiri bahwa kebutuhan akan teknologi seakan menjadi kebutuhan pokok bagi manusia saat ini. Hal ini bisa kita lihat dari kebiasaan kita sehari-hari yang tidak pernah lepas dari *smartphone* yang kita gunakan. Usaha jasa titip beli barang sangat berpengaruh dan bisa menjadi model bisnis baru yang dapat menjanjikan. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada, usaha jasa titip beli barang dapat dijadikan sebagai suatu peluang yang dapat memenuhi kebutuhan manusia dalam hal berbelanja.

Munculnya usaha jasa titip beli barang ini berawal dari seseorang yang sedang melakukan perjalanan, lalu melakukan pembelian barang titipan. Lambat laun kegiatan titip menitip ini menjadi peluang bisnis yang bernilai ekonomi. Usaha jasa titip beli barang ini muncul karena beberapa faktor, diantaranya:

- a. Konsumen tidak mempunyai waktu untuk membeli barang tersebut;
- b. Konsumen jasa mencari barang yang tidak dijual di daerah tempat konsumen tinggal;

c. Konsumen jasa ingin membeli produk atau barang yang hanya dijual di kota atau negara tertentu saja.

Salah satu kelebihan dari usaha jasa titip beli barang ini adalah tidak diperlukannya modal yang besar bagi pelaku usaha jasa titip beli. Modal utama dari usaha ini hanyalah mengandalkan *smartphone* dan beragam aplikasi sosial media. Hal ini membuat banyak orang tertarik untuk menawarkan jasanya dengan menggunakan jasa titip beli.

Para konsumen yang menggunakan jasa titip beli barang ini pada umumnya ingin membeli barang yang tidak terdapat di kota tempat tinggal mereka. Sehingga adanya kemudahan dalam proses jual beli barang melalui sistem jasa titip beli ini memberikan keuntungan bagi pihak konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan keinginan tanpa harus mengeluarkan biaya dan tenaga yang lebih. Oleh karena itu, masyarakat cenderung memilih menggunakan jasa titip beli untuk berbelanja. Adapun barang yang biasanya diinginkan oleh pembeli adalah barang seperti *fashion* (baju, sepatu, tas, aksesoris, dll), makanan kemasan, *make up*, alat elektronik dan lainnya.

2. Pengertian Jasa Titip Beli

Jasa titip beli atau adalah usaha yang menawarkan jasa untuk pembelian barang sesuai dengan keinginan atau pesanan

pembeli dengan disertai *fee* atau upah setiap barangnya. Kedudukan pelaku usaha jasa titip beli ini pada dasarnya sebagai perantara antara penjual di toko dan pembeli, dimana jasa titip beli ini membelikan barang sesuai dengan apa yang dipesan oleh pembeli.

Secara umum, jasa titip beli juga dapat diartikan sebagai suatu peluang atau layanan usaha untuk membelikan barang pesanan yang diinginkan oleh pengguna jasa dengan memanfaatkan teknologi atau media sosial untuk pemasarannya²⁸. Dalam hal ini, media sosial yang banyak digunakan oleh pelaku usaha jasa titip beli adalah aplikasi Instagram.

3. Mekanisme Jasa Titip Beli

Mekanisme pada kegiatan jual beli yang dilakukan melalui jasa titip beli barang *online* melalui media sosial, pelaku usaha jasa titip beli dalam hal ini mereka memiliki sebuah akun *Instagram* yang pada akun tersebut berisikan foto atau video terkait barang yang mereka tawarkan kepada pembeli. Pelaku usaha jasa titip beli juga memberikan keterangan serta harga atas barang yang mereka unggah pada laman *Instagram* mereka. Tak hanya barang yang mereka unggah mereka juga dapat

²⁸ Masruri Muchtar. (2019). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Penanganan Barang Jasa Titip (Studi Kasus KPU BC Tipe C Soekarno-Hatta). *Jurnal Perspektif Bea dan Cukai*, 3(2), hlm. 134.

menerima *request* yang dilakukan oleh pembeli untuk membelikan barangnya jika barang tersebut dapat dibeli oleh mereka.

Dalam hal transaksi titip beli barang ini pelaku usaha menetapkan biaya (*fee*) atas jasanya sebagai upah atas tenaga yang dikeluarkan untuk membeli produk yang diinginkan konsumen. Biaya tersebut akan ditentukan oleh pelaku usaha yang disesuaikan dengan bagaimana mereka memperoleh barang yang dititipkan tersebut. Kemudian *fee* tersebut akan ditambahkan oleh pelaku usaha lalu diberitahukan kepada pembeli.

Untuk melakukan suatu pembelian barang, pembeli dapat menghubungi pelaku usaha jasa titip beli dengan cara melakukan pesan langsung yang ada *Instagram* atau juga dapat dengan aplikasi *Whatsapp*. Setelah adanya komunikasi antara pembeli dan pelaku usaha jasa titip beli dan terjadi kesepakatan harga dan tarif jasa titip serta ongkos kirim diantara mereka selanjutnya pembeli akan melakukan sebuah pembayaran melalui transfer bank dan setelah dilakukan pembayaran barang tersebut akan dibelikan terlebih dahulu oleh pelaku usaha jasa titip beli dan setelah barang tersebut berhasil dibeli maka akan langsung dikirimkan ke alamat pembeli tersebut.

Dengan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak yang bertransaksi maka sudah terjadi adanya kontrak elektronik, ditandai dengan adanya kata sepakat terkait berbagai ketentuan secara *online* sebagai bentuk dari kontrak elektronik. Berdasarkan Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dianggap sah apabila:

- a. Adanya kesepakatan para pihak;
- b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- c. Terdapat hal tertentu;
- d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses dari kegiatan mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menganalisis suatu data dalam sebuah peristiwa. Tipe penelitian ini adalah penelitian hukum empiris, yaitu penelitian yang menggunakan data-data lapangan sebagai sumber data utama, seperti hasil wawancara dan observasi.

Penelitian empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang memfokuskan penelitian pada realitas hukum dalam masyarakat atau berfungsi untuk melihat hukum dalam arti nyata dan meneliti sebagaimana hukum di lingkungan masyarakat. Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis hukum yang dilihat sebagai perilaku masyarakat yang selalu berinteraksi dan berhubungan dalam aspek kemasyarakatan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penelitian ini dilakukan pada salah satu pelaku usaha jasa titip beli barang *online* yaitu @jas.tipmks yang berlokasi di Jalan Bonto Bila Lima No 15 A Kota Makassar, Sulawesi Selatan dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

C. Populasi dan Sampel

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah pemilik usaha jasa titip beli *online* dan masyarakat yang melakukan transaksi atau membeli suatu barang secara *online* melalui jasa titip beli barang. Sampel pada penelitian ini adalah pelaku usaha jasa titip beli barang *online* pada akun @jas.tipmks dan 30 konsumen jasa titip beli barang *online*.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek yang dapat memberikan informasi mengenai suatu data. Informasi tersebut dapat berupa orang, benda atau yang lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dari informan secara langsung. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha jasa titip beli barang *online* pada akun @jas.tipmks serta 30 konsumen jasa titip beli barang *online*.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah pelengkap yang dapat dikorelasikan dengan data primer, data tersebut adalah sebagai bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis yang dapat dibagi atas: sumber buku, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, disertasi atau tesis, jurnal dan dokumen resmi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tata cara yang dilakukan secara sistematis dan sesuai standar yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Terdapat berbagai macam sumber dan cara yang dapat dilakukan untuk mengumpulkan data. Untuk mendapatkan data yang akurat, penulis menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, kuesioner, dan observasi.

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara diskusi atau tanya jawab antara satu dengan yang lain sebagai narasumber untuk bertukar pikiran agar mendapatkan informasi tertentu. Dalam wawancara digunakan daftar pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu yang berkaitan dengan praktik jasa titip beli barang *online*. Pengumpulan data dilakukan melalui tanya jawab secara langsung kepada informan yaitu pelaku usaha jasa titip beli barang *online* pada akun @jas.tipmks.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka dapat memberikan respon

atas daftar pertanyaan tersebut. Seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

c. Observasi

Observasi merupakan salah satu bagian dalam pengumpulan data yang akurat. Teknik observasi dapat dikatakan sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati perilaku secara sistematis dengan tujuan tertentu guna mencari data untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini dilakukan melalui pengamatan secara langsung terkait praktik jasa titip beli barang secara *online* melalui akun *@jas.tipmks*.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyusunan data tersebut ditafsirkan. Sebagai pendekatannya, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan analisis kualitatif. Metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode pemecahan masalah dengan mengumpulkan data dan melukiskan keadaan objek atau peristiwa lalu disusun, dijelaskan, dianalisis dan diinterpretasikan dan kemudian ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu dari hal yang bersifat umum menuju ke hal yang bersifat khusus.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Jasa Titip Beli Barang Online

Dewasa ini seiring dengan luasnya jangkauan *e-commerce* dan minat berbelanja *online* yang sangat tinggi, sehingga muncul berbagai macam inovasi di bidang berbisnis usaha dan salah satunya adalah jasa titip beli barang melalui media *online*. Jasa titip beli merupakan bisnis yang menawarkan jasa untuk pembelian barang sesuai dengan keinginan atau pesanan pembeli dengan disertai *fee* atau upah setiap barangnya. Cara kerja yang umumnya dilakukan oleh pelaku usaha titip beli yaitu dengan cara datang ke pusat perbelanjaan tertentu, mengambil gambar produk yang akan ditawarkan kemudian diunggah ke akun media sosial. Konsumen yang tertarik untuk membeli produk dapat melakukan pemesanan kepada pelaku usaha jasa titip beli, yang kemudian akan membeli produk yang dipesan dan mengirimkannya kepada konsumen.

Akun *@jas.tipmks* merupakan salah satu akun yang menawarkan jasa titip beli barang secara *online*. Akun ini dibuat oleh Miftah Saddatin pada tahun 2019 dan berdomisili di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Awal mula pemilik akun tersebut tertarik untuk berbisnis jasa titip beli ini berawal dari kebiasaannya berbelanja dan sering mengunjungi pusat perbelanjaan. Berawal dari hobi tersebut,

pemilik akun memulai bisnis ini dengan cara menawarkan beberapa barang kepada temannya. Respon temannya sangat baik, beberapa ada yang mulai memesan barang kepada beliau sampai semakin hari pesanan yang diterima semakin banyak²⁹.

Produk-produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha jasa titip beli seperti *H&M, Uniqlo, Urban&Co, Bellagio, Gosh, Charles & Keith, Mango, Everbest* dan menerima segala *request* dari pembeli. Pelaku usaha jasa titip beli mematok *fee* atau upah jasa titip beli sebesar Rp 20.000 sampai Rp 30.000 per produknya. Pelaku usaha jasa titip beli menjelaskan bahwa produk yang ditawarkan merupakan produk *original* dari masing-masing *brand* yang didapatkan langsung dari tokonya sehingga kualitasnya sudah terjamin³⁰. Setiap harinya pelaku usaha jasa titip beli mengunggah foto-foto produk yang ditawarkan kepada pembeli baik harga normal maupun promo. Pemasaran jasa titip beli barang ini hanya dilakukan melalui media sosial *Instagram*, karena pada saat ini aplikasi *Instagram* yang sedang diminati oleh masyarakat, juga dibantu media sosial *Whatsapp* untuk bertransaksi antara pembeli dan penjual³¹.

Dengan adanya kemudahan dalam berbelanja menggunakan jasa titip beli barang secara *online* memberikan keuntungan bagi

²⁹ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

³⁰ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

³¹ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan keinginannya tanpa harus mengeluarkan tenaga untuk mencari barang yang diinginkan tersebut. Dari hasil wawancara dengan pelaku usaha jasa titip beli dapat diketahui bahwa barang yang biasanya diinginkan oleh pembeli adalah barang seperti pakaian, sepatu, tas, aksesoris, *make up*, dan makanan kemasan³².

Berikut adalah hasil kuesioner yang menunjukkan alasan konsumen membeli barang melalui jasa titip beli secara *online*:

Tabel 1

Alasan Konsumen Membeli Barang Melalui Jasa Titip Beli
Secara *Online*

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Barang yang diinginkan tidak terdapat di kota tempat tinggal anda	16	53.3%
Hemat waktu dan tenaga	9	30%
Lebih terpercaya	3	10%
Kemudahan dalam memilih barang yang diinginkan	2	6.7%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui beberapa alasan konsumen membeli barang menggunakan layanan jasa titip beli

³² Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

secara *online* yaitu antara lain barang yang diinginkan tidak terdapat di kota tempat tinggal konsumen, hemat waktu dan tenaga, lebih terpercaya serta kemudahan dalam memilih barang yang diinginkan.

Dalam hal ini sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya kegiatan transaksi jual beli melalui jasa titip beli barang *online* pada praktiknya seringkali terjadi beberapa keadaan dimana barang yang sampai kepada konsumen tidak sebagaimana mestinya. Seperti halnya barang mengalami cacat produk, kecacatan pada barang yang tidak sesuai dengan perjanjian dan barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Hal tersebut dapat mengakibatkan berkurangnya manfaat pada barang sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Berikut adalah hasil kuesioner yang menunjukkan banyaknya responden yang pernah mengalami kerugian setelah membeli barang melalui jasa titip beli secara *online*:

Tabel 2

Pengalaman Konsumen yang Mengalami Kerugian Membeli
Barang Melalui Jasa Titip Beli Secara *Online*

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Pernah	13	43.3%
Tidak Pernah	17	56.7%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 13 (tiga belas) dengan persentase 43.3% menyatakan pernah mengalami kerugian ketika membeli barang melalui jasa titip beli secara *online* sedangkan 17 (tujuh belas) responden lainnya dengan persentase 56.7% menyatakan belum pernah mengalami kerugian setelah membeli barang melalui jasa titip beli secara *online*.

Pada umumnya konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan jasa titip beli barang secara *online* belum memiliki kesadaran dalam menuntut hak-haknya kepada pelaku usaha³³. Selain itu, rendahnya pengetahuan konsumen terhadap perlindungan yang diberikan hukum selalu dimanfaatkan pelaku usaha untuk menempatkan konsumen pada posisi yang lemah sehingga konsumen tidak dapat menghindari kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut.

Perlindungan hukum berdasarkan pandangan Satjipto Rahardjo yaitu adanya upaya untuk melindungi kepentingan seseorang dengan cara memberikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut³⁴. Dengan kata lain perlindungan hukum diartikan sebagai suatu gambaran tersendiri dari fungsi hukum yang memiliki konsep memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan, dan kedamaian

³³ Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2009). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 170.

³⁴ Ahmadi Miru. (2013). *Op. Cit.*, hlm. 102.

bagi segala kepentingan masyarakat³⁵. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif merupakan perlindungan yang diberikan oleh pemerintah bertujuan untuk mencegah sebelum terjadinya suatu pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah terjadinya suatu pelanggaran serta memberikan batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

2. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah bentuk perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara dan hukuman tambahan yang tepat diberikan apabila telah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran hukum. Perlindungan hukum represif mempunyai tujuan untuk menyelesaikan sengketa³⁶.

Perlindungan hukum identik dengan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Adapun hak-hak konsumen yang dimaksud diatur pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;

³⁵ Wahyu Simon Tampubolon. (2016). Upaya Perlindungan Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), hlm. 53.

³⁶ Muchsin. (2003). "Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia. Tesis. Universitas Sebelas Maret, Surakarta, hlm. 20.

- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak atas didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Konsumen memiliki hak penuh atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa pada saat melakukan transaksi melalui jasa titip beli secara *online*. Menurut Alya selaku konsumen jasa titip beli menyatakan bahwa selama ia berbelanja melalui jasa titip beli selalu mendapatkan pelayanan yang baik serta keamanan dan keselamatan barang yang

di pesan selalu dalam kondisi baik, sehingga ia merasa puas saat berbelanja menggunakan layanan jasa titip beli dan bahkan sudah lebih dari satu kali berbelanja menggunakan layanan jasa titip beli³⁷.

Berikut adalah hasil kuesioner terkait tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa titip beli barang secara *online*:

Tabel 3
Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan
Jasa Titip Beli Barang Secara *Online*

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Memuaskan	11	36.7%
Cukup Memuaskan	18	60%
Sangat Memuaskan	1	3.3%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 11 (sebelas) responden dengan persentase 36.7% menyatakan bahwa pelayanan yang didapatkan memuaskan, 18 (delapan belas) responden lainnya dengan persentase 60% menyatakan bahwa pelayanan yang didapatkan cukup memuaskan, dan 1 (satu) responden lainnya dengan persentase 3.3% yang menyatakan pelayanan yang didapatkan sangat memuaskan. Dengan demikian

³⁷ Alya Nurul Fadillah. Konsumen jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 3 Februari 2023.

dapat dikatakan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pelaku usaha jasa titip beli terhadap konsumennya menuai respon yang baik dari para konsumen.

Berkaitan dengan adanya permasalahan cacat produk atas barang yang dipesan oleh konsumen melalui jasa titip beli barang secara *online*, pelaku usaha telah melanggar hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu barang, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih barang yang diinginkan atau sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan barang³⁸. Terlebih untuk jasa titip beli barang secara *online* sebab transaksi yang dilakukan pelaku usaha dan konsumen tidak secara langsung sehingga dapat dikatakan konsumen sangat bergantung pada informasi yang diberikan pelaku usaha termasuk kualitas barang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha jasa titip beli menyatakan ia sudah berusaha maksimal dalam melakukan *review* produk atau barang yang ditawarkan secara jujur dengan mengunggah foto atau video barang tersebut melalui akun *Instagram*

³⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 41.

serta memberikan informasi yang jelas terkait kondisi barang kepada konsumen. Jika barang tersebut dalam kondisi yang baik, maka akan disampaikan kepada konsumen bahwa barang dalam kondisi yang baik, begitupun sebaliknya³⁹.

Berikut adalah hasil kuesioner terkait kejelasan informasi yang didapatkan oleh konsumen saat membeli barang melalui jasa titip beli *online*:

Tabel 4

Tingkat Kejelasan Informasi yang Diberikan Pelaku Usaha
Jasa Titip Beli Kepada Konsumen

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Jelas	23	76.7%
Tidak Jelas	7	23.3%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat 23 (dua puluh tiga) responden dengan persentase 76.7% menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh pelaku usaha jasa titip beli sudah jelas, sedangkan 7 (tujuh) responden lainnya dengan persentase 23.3% menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh pelaku usaha tidak jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha jasa titip beli

³⁹ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

sudah memenuhi kewajibannya untuk memberikan informasi yang jelas kepada konsumen terkait barang yang diperdagangkannya.

Perlindungan konsumen intinya merupakan sebuah tindakan yang melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang disampaikan dalam keterangan maupun iklan dari sistem penjualan barang tersebut, berlandaskan pada Pasal 8 Ayat (1) huruf f Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jika terjadi ketidaksesuaian barang yang ada di akun media sosial pelaku usaha jasa titip beli tersebut dengan barang yang diterima oleh konsumen merupakan bentuk pelanggaran bagi pelaku usaha dalam perdagangan barang.

Sebagai konsumen sesuai Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen, berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian barang apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha jasa titip beli, ditemukan bahwa sebelum barang dikirim kepada konsumen akan diperiksa terlebih dahulu dengan baik kondisi barang milik konsumen. Apabila terjadi kelalaian dari pihaknya

sehingga barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian, maka pelaku usaha jasa titip beli akan bertanggung jawab mengganti kerugian yang dialami konsumen⁴⁰.

Berikut adalah hasil kuesioner terkait pengalaman konsumen dirugikan yang mendapatkan tanggung jawab dari pelaku usaha jasa titip beli *online*:

Tabel 5
Pengalaman Konsumen Dirugikan yang Mendapatkan
Tanggung Jawab Dari Pelaku Usaha Jasa Titip Beli

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Ya	9	69.2%
Tidak	4	30.8%
Jumlah	13	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 9 (sembilan) responden dengan persentase 69.2% yang menyatakan mendapatkan tanggung jawab dari pelaku usaha jasa titip beli saat mengalami kerugian, sedangkan 4 (empat) responden lainnya dengan persentase 30.8% menyatakan tidak mendapatkan tanggung jawab dari pelaku usaha jasa titip beli saat mengalami kerugian. Konsumen yang tidak mendapatkan tanggung jawab dari pelaku usaha jasa titip beli biasanya saat terjadi barang pecah yang

⁴⁰ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

dapat disebabkan oleh pihak ekspedisi. Pelaku usaha jasa titip beli menyatakan sudah melakukan *packing* barang dengan aman sehingga hal tersebut bukan tanggungan mereka. Sedangkan jika barang yang tiba tidak lengkap sesuai yang dipesan atau tidak sesuai pesanan, maka itu masih menjadi tanggung jawab dari pelaku usaha jasa titip beli⁴¹.

Hasil wawancara dengan konsumen jasa titip beli menyatakan bahwa jika ia mengalami kerugian ketika membeli barang melalui jasa titip beli ia mengharapkan tanggung jawab dari pelaku usaha berupa penggantian barang sesuai dengan pesanan. Namun jika barang yang diinginkan sudah tidak tersedia, maka cara terbaik yang diharapkan konsumen adalah dengan pengembalian uang atau *refund*⁴². Menurut Miftah sebagai pelaku usaha jasa titip beli kebanyakan dari konsumen meminta penggantian barang dengan barang yang sesuai pesanan, namun ada juga konsumen yang meminta pengembalian uang untuk menghemat waktu⁴³. Hal tersebut tergantung pada kondisi yang terjadi sesuai dengan kesepakatan awal antara pelaku usaha jasa titip beli dengan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha jasa titip beli menyatakan bahwa konsumen yang mengalami kerugian dalam

⁴¹ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

⁴² Alya Nurul Fadillah. Konsumen jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 3 Februari 2023.

⁴³ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

transaksi jasa titip beli dapat menghubungi pelaku usaha jasa titip beli untuk meminta ganti rugi. Pelaku usaha jasa titip beli akan bertanggung jawab dengan cara melakukan penggantian barang dengan barang yang sesuai pesanan serta menanggung biaya ongkos kirim ke alamat pembeli⁴⁴. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha jasa titip beli melakukan kewajibannya untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian barang apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

B. Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Jasa Titip Beli Barang Secara Online

Perjanjian akan menimbulkan suatu perikatan yang dalam kehidupan sehari-hari sering diwujudkan dengan janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Hal ini perlu ditekankan karena apabila salah satu pihak yang telah menyepakati isi perjanjian kemungkinan tidak mematuhi, pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi. Hubungan hukum dalam perjanjian bukanlah hubungan hukum yang lahir dengan sendirinya, tetapi hubungan itu tercipta karena adanya tindakan hukum yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berkeinginan untuk menimbulkan hubungan hukum tersebut⁴⁵.

⁴⁴ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

⁴⁵ Edmon Makarim. (2004). *Op. Cit.*, hlm. 216.

Dalam kegiatan jual beli melalui jasa titip beli barang *online*, para pihak akan terlibat dalam suatu perjanjian jual beli. Perjanjian jual beli merupakan suatu perjanjian yang dimana salah satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lainnya untuk membayar harga yang telah disepakati. Unsur pokok paling penting yang harus disepakati oleh kedua belah pihak dalam perjanjian jual beli adalah barang dan harga⁴⁶. Perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak tersebut menjadi hukum yang mengikat pelaku usaha dan pembeli dalam praktik jasa titip beli *online*⁴⁷.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha jasa titip beli dapat diketahui mekanisme dalam transaksi jual beli melalui jasa titip beli barang *online* pada akun *@jas.tipmks* yaitu pelaku usaha jasa titip beli mengambil gambar atau foto produk di pusat perbelanjaan kemudian mengunggah di akun *Instagram* disertai dengan keterangan mengenai kriteria barang. Selanjutnya pembeli yang tertarik dapat melakukan pemesanan dengan menghubungi pelaku usaha jasa titip beli melalui *Direct Message* atau *Whatsapp* yang tertera di bio *Instagram* akun *@jas.tipmks* dengan mengirimkan foto produk yang diinginkan beserta jumlah atau spesifikasi lain yang diinginkan oleh pembeli dan mengisi format pemesanan yang berisi

⁴⁶ Handri Rahardjo. (2009). *Hukum Perjanjian di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Yustisia, hlm. 112.

⁴⁷ I Gst. Agung Rio Diputra. (2018). Pelaksanaan Perancangan Kontrak dalam Pembuatan Struktur Bisnis. *Acta Comitatus: Jurnal Hukum Kenotariatan*, 3(3), hlm. 552.

nama, alamat lengkap, dan nomor hp. Setelah itu pelaku usaha jasa titip beli akan memberikan rincian harga berupa harga barang yang dipesan, *fee* atau upah jasa titip dan harga ongkos kirim sesuai dengan alamat pembeli. Kemudian pembeli akan melakukan pembayaran terlebih dahulu dengan cara transfer melalui rekening bank dan mengirimkan bukti transfer. Pelaku usaha jasa titip beli kemudian akan membelikan barang tersebut dan setelah barang berhasil dibeli akan dikirim ke alamat pembeli melalui jasa pengiriman atau ekspedisi. Jika barang telah sampai di tangan pembeli, maka pembeli akan melakukan konfirmasi kepada pelaku usaha jasa titip beli bahwa barang sudah sampai⁴⁸.

Dalam transaksi jasa titip beli barang, sistem yang digunakan adalah *pre-order* karena barang yang diinginkan oleh pembeli harus dicari dan dibeli terlebih dahulu oleh pelaku usaha jasa titip beli⁴⁹. Dengan menggunakan sistem ini, pelaku usaha jasa titip beli memberikan syarat bagi pembeli untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu saat melakukan pesanan. Tujuan adanya pembayaran di awal adalah untuk mencegah pembeli untuk dengan mudahnya melakukan pembatalan pesanan⁵⁰. Apabila barang yang diinginkan oleh konsumen tersedia, pelaku usaha jasa titip beli akan mengonfirmasikan kepada konsumen, dan barang siap dikemas.

⁴⁸ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

⁴⁹ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

⁵⁰ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

Namun, apabila barang tidak tersedia, maka pelaku usaha jasa titip beli juga akan mengonfirmasi kepada konsumen bahwa barang tersebut kosong. Konsumen dapat membatalkan pesanan atau dapat pula mengganti dengan barang yang lainnya. Jika barang tersebut memang tidak tersedia, pelaku usaha jasa titip beli akan mengembalikan uang konsumen sepenuhnya⁵¹.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha jasa titip beli menyatakan bahwa pada saat melakukan pembelian barang, pemilik akun *@jas.tipmks* melakukannya atas nama sendiri, bukan atas nama konsumen⁵², sehingga hubungan hukum dengan pengguna jasa titip beli atau konsumen bukanlah berdasarkan perjanjian pemberian kuasa. Dalam usaha jasa titip beli terdapat tiga pihak yaitu penjual barang, pelaku usaha jasa titip beli, dan konsumen akhir. Hubungan hukum yang terjadi antara pelaku usaha jasa titip beli dengan penjual barang tidak diragukan lagi merupakan perjanjian jual beli. Sedangkan antara pelaku usaha jasa titip beli dan konsumen juga dapat dilihat sebagai perjanjian jual beli barang yang akan ada atau *pre-order*.

Apabila dibandingkan komponen yang ada dalam transaksi jasa titip beli dengan unsur dalam jual beli, dapat dilihat bahwa unsur-unsur jual beli telah terpenuhi. Terdapat barang yang menjadi

⁵¹ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

⁵² Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

pokok perjanjian yang dipesan oleh konsumen. Unsur harga barang juga telah terpenuhi. Yang membedakan transaksi ini dengan jual beli biasa pada umumnya adalah konsumen mengetahui harga perolehan barang dan asal barang⁵³.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha jasa titip beli menyatakan bahwa tujuan transaksi jasa titip beli ini adalah untuk mendapatkan keuntungan dari selisih harga barang, sedangkan bagi konsumen adalah untuk mendapatkan barang⁵⁴. Tujuan transaksi ini sesungguhnya serupa dengan tujuan dari perjanjian jual beli yaitu penyerahan barang. Penyerahan (*levering*) adalah perbuatan hukum yang mengalihkan hak milik barang dari pemilik sebelumnya ke pemilik baru. Perjanjian jual beli bersifat konsensual-obligator artinya terbentuknya perjanjian baru melahirkan kewajiban untuk membayar bagi pembeli dan kewajiban untuk menyerahkan barang kepada penjual. Hak milik baru beralih ke pembeli ketika dilakukan penyerahan⁵⁵.

Dalam tahapan yang ada dalam usaha jasa titip ini terdapat dua kali penyerahan karena ada dua transaksi jual beli. Pertama barang semula adalah milik toko penjual barang kemudian pelaku usaha membeli barang tersebut dan terjadi penyerahan. Dalam

⁵³ Annisa Syaufika Yustisia Ridwan. (2021). Tinjauan Yuridis Konstruksi Hukum Perjanjian Pada Jasa Titip Beli dan Titip Jual. *Jurnal Mimbar Hukum: Universitas Gadjah Mada*, 33(1), hlm. 146.

⁵⁴ Miftah Saddatin. Pelaku usaha jasa titip beli. *Wawancara*. Makassar, 4 Desember 2022.

⁵⁵ Annisa Syaufika Yustisia Ridwan. (2021). *Loc. Cit.*

tahap ini pelaku usaha menjadi pemilik barang, karena ia menguasai barang tersebut. Penyerahan selanjutnya adalah penyerahan dari pelaku usaha ke konsumen. Konsumen baru menjadi pemilik barang ketika barang tersebut telah sampai, jadi hak milik beralih karena terjadi penyerahan⁵⁶.

Hubungan hukum yang terjadi dalam usaha jasa titip beli dapat dikategorikan sebagai jual beli karena unsur esensialia jual beli terpenuhi yaitu adanya kesepakatan mengenai barang dan harga. Pelaku usaha jasa titip beli bukanlah pihak yang membuat atau mengolah barang. Pada dasarnya jasa titip beli sama dengan perjanjian jual beli dengan sistem *pre-order*, yaitu perjanjian jual beli dimana barang belum ada pada penjual saat perjanjian ditutup⁵⁷.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan hukum perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan berbagai masalahnya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen⁵⁸. Hubungan hukum yang terjadi antara pelaku usaha jasa titip beli dengan pihak konsumen pada akhirnya melahirkan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terciptanya suatu tanggung jawab. Pada prinsipnya, pelaku usaha dapat dimintai tanggung jawab apabila timbul kerugian konsumen akibat tidak

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ Az Nasution. (2006). *Loc. Cit.*

terlaksananya kewajiban hukum pada transaksi jual beli melalui jasa titip beli barang *online*. Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap barang yang cacat produk merupakan bagian dari kewajiban yang mengikat dalam kegiatan menjalankan usahanya sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli jasa titip beli barang secara *online* pelaku usaha jasa titip beli bertanggung jawab mengganti kerugian yang dialami konsumen. Bentuk ganti rugi yang diberikan berupa penggantian barang dengan barang yang sesuai pesanan konsumen serta menanggung ongkos kirim ke alamat konsumen.
2. Bahwa hubungan hukum yang terjadi antara penjual toko dan pelaku usaha jasa titip beli merupakan perjanjian jual beli, sedangkan hubungan hukum antara pelaku usaha jasa titip beli dan konsumen merupakan perjanjian jual beli yang akan ada atau *pre-order*. Hubungan hukum yang terjadi antara para pihak dalam perjanjian jasa titip beli pada akhirnya melahirkan suatu hak dan kewajiban yang mendasari terciptanya suatu tanggung jawab.

B. Saran

1. Pemerintah Republik Indonesia perlu adanya tindakan konkret, sejauh ini sangatlah sedikit aturan hukum yang membahas secara khusus mengenai jenis transaksi yang berkembang dalam praktik jual beli seperti perjanjian jasa titip beli, hal tersebut perlu diadakan agar terjaminnya hak dan kewajiban serta perlindungan

bagi para pihak dan untuk menghindari kecurangan yang selama ini terjadi yang dapat merugikan semua pihak dalam perjanjian jasa titip beli tersebut.

2. Adanya hubungan hukum yang terjadi antara para pihak dalam perjanjian jasa titip beli sehingga para pihak seharusnya melaksanakan hak dan kewajiban masing-masing secara seimbang agar tidak terjadi suatu ketidakadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah. (2007). Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 14(2), hlm. 247–270.
- Abdul Halim Barkatullah & Prasetyo. (2005). *E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ahmadi Miru. (2013). *Prinsip-prinsip Perlindungan Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ahmadi Miru & Sakka Pati. (2011). *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Annisa Syaufika Yustisia Ridwan. (2021). Tinjauan Yuridis Konstruksi Hukum Perjanjian Pada Jasa Titip Beli dan Titip Jual. *Jurnal Mimbar Hukum: Universitas Gadjah Mada*, 33(1), hlm 138-160.
- Az Nasution. (2006). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. (2009). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Dikdik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom. (2005). *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*. Bandung: Refika Aditama.
- Edmon Makarim. (2004). *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Elsa Kartika Sari. (2008). *Hukum Dalam Ekonomi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Fitriah. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial. *Solusi*, 18(3), hlm. 371–382.
- Hadis Riwayat Ibnu Majah No. 2246
- Handri Rahardjo. (2009). *Hukum Perjanjian di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Yustisia.
- Happy Susanto. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia.

- Haris Faulidi Asnawi. (2008). *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Laskar Press.
- I Gst. Agung Rio Diputra. (2018). Pelaksanaan Perancangan Kontrak dalam Pembuatan Struktur Bisnis. *Acta Comitas: Jurnal Hukum Kenotariatan*, 3(3), hlm 549-560.
- Intan Siti Muslichah & Irwansyah. (2020). Instagram Dan Fenomena “Jastip” Di Indonesia. *Journal Communication Spectrum*, 9(2), hlm. 126–140.
- Janus Sidabalok. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- M. Suyanto. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Masruri Muchtar. (2019). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Penanganan Barang Jasa Titip (Studi Kasus KPU BC Tipe C Soekarno-Hatta. *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, 3(2), hlm. 130-153.
- Muchsin. (2003). "Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia". *Tesis*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- R Subekti. (2001). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Ridwan Khairandy. (2001). Pembaharuan Hukum Kontrak sebagai Antisipasi Transaksi Electronic Commerce. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 8(16), hlm. 42–57.
- Rosmawati. (2018). *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedia Group.
- RR Dewi Anggraeni & Acep Heri Rizal. (2019). Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 6(3), hlm. 223–238.
- Salim H.S. (2003). *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wahyu Simon Tampubolon. (2016). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), hlm 53-61.
- Widi Nugraha Ningsih & Mira Ernilawati. (2017). *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*. Surakarta: CV. Pustaka Bengawan.

Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana
Pernada Media Group.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.