

KEABSAHAN USAHA JASA TITIP ONLINE DI INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN

Putu Radya Brahmanta, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:

radyabramanta07@gmail.com

Anak Agung Ketut Sukranatha, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:

agung_sukranatha@unud.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dalam pembuatan jurnal ini pertama, untuk mengetahui bentuk kegiatan usaha jasa titip *online* di Indonesia. Kedua, untuk memahami dan menganalisis keabsahan usaha jasa titip *online* di Indonesia ditinjau dari perspektif hukum perjanjian. Jurnal ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dengan teknik analisis data secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian pada jurnal ini yaitu bentuk kegiatan usaha jasa titip *online* yaitu usaha yang dijalankan sebagai pihak ketiga antara penjual dan pembeli yang saling terhubung dengan internet akun media sosial yang digunakan. Terkait keabsahan usaha titip *online* ditinjau dari perspektif hukum perjanjian, pada prinsipnya usaha jasa titip *online* telah memiliki kepastian hukum bagi penyedia dan pengguna jasa titip jual beli *online* hingga saat ini hanya berdasarkan pada Pasal 1313, Pasal 1320, dan Pasal 1338 KUHPer dan Pasal 1 angka 17 dan Pasal 18 UU ITE yang menjelaskan bahwa bentuk transaksi jasa titip *online* termasuk transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Meskipun telah diatur secara umum dalam KUHPer dan UU ITE yang dapat digunakan sebagai dasar terjadinya perjanjian atau kontrak elektronik. Akan tetapi, sampai saat ini belum terdapat aturan khusus yang mengatur batasan-batasan dalam melakukan kegiatan usaha jasa titip *online*. Agar terdapat sebuah aturan khusus yang mampu menciptakan usaha jasa titip *online* yang lebih kondusif.

Kata Kunci: *Keabsahan, Jasa Titip Online, Hukum Perjanjian.*

ABSTRACT

The purpose of making this journal is first, to determine the form of online entrusted service business activities in Indonesia. Second, to understand and analyze the legitimacy of online entrusted services in Indonesia from an agreement law perspective. This journal uses normative legal research methods with a statutory approach with descriptive qualitative data analysis techniques. The results of research in this journal are forms of online entrusted service business activities, namely businesses that are run as a third party between sellers and buyers who are connected to the internet, the social media accounts used. Regarding the legitimacy of the online entrusted business in terms of agreement law perspective, in principle the online entrusted service business has legal certainty for providers and users of online entrusted services to date only based on Article 1313, Article 1320, and Article 1338 of the Criminal Code and Article 1 number 17 and Article 18 of the ITE Law which explains that the form of online entrusted service transactions, including electronic transactions, is written into an electronic contract binding on the parties. Even though it has been generally regulated in the KUHPer and the ITE Law which can be used as the basis for an electronic agreement or contract. However, until now there have been no specific rules governing the limitations of conducting online entrusted business services. So that there is a special rule that can create a more conducive online entrusted service business.

Keywords: *Legality, Online Transfer Services, Agreement Law*

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Modernisasi yang terjadi saat ini ditandai dengan cepatnya perubahan aspek kehidupan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat. Sekarang ini semua kegiatan manusia selalu membutuhkan teknologi. Hal ini menuntut setiap orang untuk mampu menguasai perkembangan teknologi yang sangat dinamis. Setiap orang diharuskan mampu bersaing dengan memanfaatkan teknologi agar tidak tertinggal arus modernisasi yang telah melanda seluruh dunia. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yaitu dapat mengaplikasikannya pada kegiatan sehari-hari untuk menunjang kehidupan maupun memperoleh penghasilan. Berkaitan dengan hal itu, saat ini banyak bermunculan berbagai usaha yang memanfaatkan perkembangan teknologi khususnya jejaring internet dan sosial media. Hadirnya internet dan sosial media telah menjadi ruang baru masyarakat dunia dan kenyataan ini semakin menguatkan bahwa keberadaan teknologi merupakan kebutuhan vital sekunder manusia saat ini. Artinya teknologi yakni internet dan sosial media menjadi kebutuhan yang esensial bagi masyarakat sekarang ini. Pengaruh internet dan sosial media sangat dinamis telah memasuki dunia industri perdagangan yaitu praktik jual beli melalui transaksi elektronik. Berkembangnya internet dan media sosial saat ini telah menjadi media baru dalam industri perdagangan untuk menawarkan produk atau jasa bahkan melakukan pembayaran atas produk yang ditawarkan dapat dilakukan melalui internet. Sedangkan media sosial saat ini menjadi wadah untuk mengembangkan kreativitas marketing produk atau jasa dengan berbagai cara promosi di media sosial. Hal inilah yang menjadi peluang usaha baru bagi setiap orang yang mampu memanfaatkan internet dan media sosial serta menguasai penggunaan dengan tepat untuk membuka usaha baru yang tentunya menguntungkan. Salah satu bentuk inovasi usaha yang memanfaatkan internet dan media sosial adalah usaha jasa titip *online*.

Usaha jasa titip merupakan usaha jenis baru yang berkembang saat ini yaitu usaha yang memberikan penawaran jasa untuk membelanjakan pengguna jasa untuk membelikan produk tertentu yang diinginkan pengguna jasa atau konsumen kepada penyedia jasa titip.¹ Usaha ini pada prinsipnya memiliki kesamaan dengan praktik jual beli pada umumnya melihat dari subjeknya, hanya saja berbeda pada media yang digunakan, yaitu internet. Sehingga usaha jasa titip yang menggunakan internet disebut jasa titip *online*.² Perkembangan usaha ini semakin digemari oleh masyarakat Indonesia. Pelaku usaha ini biasanya dilakukan oleh mereka yang sering berpergian keluar kota maupun ke luar negeri dan bersedia untuk membelikan produk yang diinginkan konsumennya. Mengingat bahwa konsumen jasa titip *online* umumnya ingin memperoleh produk tertentu termasuk produk impor yang tidak perlu sendiri pergi ke negara tersebut.³ Produk yang paling digemari konsumen jasa titip *online* adalah produk *fashion* seperti pakaian, aksesoris, sepatu, dan tas yang memiliki merek

¹ Faulidi, Asnawi Haris. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. (Yogyakarta, Laskar Press, 2008): 34.

² Rifa'i, Muhamad, Wisari Yati, and Riski Aprilia Dwi Susanti. "Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online." *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 8, No.1 (2020): 61-72.

³ *Ibid.*

terkenal. Selain produk fashion, tidak jarang pula konsumen jasa titip *online* ingin dibelikan produk kosmetik, makanan kemasan khas suatu Negara atau daerah. Bahkan konsumen juga ada yang meminta dibelikan perlengkapan rumah tangga dan alat elektronik ataupun pernak-pernik untuk menghias rumah. Umumnya konsumen jasa titip *online* tertarik menggunakan jasa ini karena produk yang dijual di tempat atau negara tertentu harganya lebih terjangkau daripada membeli di daerahnya atau di Indonesia.⁴ Serta produk tersebut lebih mudah didapatkan di daerah atau negara asalnya.

Melihat pada pengertian usaha jasa titip *online* tersebut, banyak yang menyatakan bahwa usaha jasa titip *online* memiliki persamaan dengan kegiatan impor barang apabila usaha jasa titip *online* menjangkau pasar luar negeri. Perlu dipahami bahwa pada dasarnya kedua kegiatan tersebut sangat berbeda, antara kegiatan impor barang dan jasa titip *online* produk luar negeri. Pembedanya yang pertama, kegiatan impor barang merupakan proses transportasi barang lintas batas negara yang dilakukan oleh perusahaan atau pemerintah dengan legal, sehingga termasuk kategori perdagangan internasional.⁵ Kedua, unsur pembedanya terlihat dari jumlah barang yang berpindah bahwa dalam kegiatan impor jumlah barang yang masuk dapat mencapai puluhan kontainer. Ketiga, subjek kegiatan impor biasanya dilakukan oleh perusahaan khusus di bidang jasa ekspor-impor.⁶ Sedangkan usaha jasa titip *online* biasanya dilakukan oleh individu dengan jumlah barang yang tidak melebihi ketentuan barang bawaan maksimal dari luar negeri dengan jenis produk tertentu.

Lebih lanjut, usaha jasa titip *online* yang menjadi pembeda dengan kegiatan impor adalah usaha jasa titip *online* dilihat dari operasionalnya sangat berbeda dengan kegiatan impor barang. Bahwa usaha jasa titip *online* memiliki mekanisme usaha yaitu pelaku usaha jasa titip *online* akan menyediakan deskripsi produk yang ditawarkan untuk dibelikan yang memuat informasi harga barang, foto produk dan biaya jasa yang dikenakan setiap produknya. Terkait biaya jasa titip *online* tidak akan menambahkan harga produk dengan kata lain harga produk tetap sesuai harga di toko atau ritelnya, namun pelaku usaha jasa titip *online* dapat menetapkan tarif jasa titip per item barangnya.⁷ Jasa titip *online* sebagaimana pengertiannya yaitu pelaku usaha yang perantara antara penjual dan pembeli atau dapat dikatakan sebagai pihak ketiga yang saling terhubung melalui jejaring internet di media sosial. Adapun peran dari pelaku usaha jasa titip *online* dalam kegiatan usahanya adalah membelanjakan produk yang diinginkan oleh konsumen atau penitip produk dengan terlebih dahulu menawarkan jasanya lewat akun media sosial yang dimiliki seperti instagram ataupun facebook.⁸ Penyedia jasa titip *online* akan mengunggah foto produk beserta deskripsi produk dan harga produk pada suatu toko ritel tertentu di akun sosial medianya. Menggunakan akun sosial media seperti instagram dan/atau facebook sangat menguntungkan untuk menjadi media promosi yang terkini. Selain itu, menawarkan produk pada usaha jasa

⁴ Faulidi, Asnawi Haris, *op.cit*, h. 47.

⁵ Ahmad, Usamah Rievzqy. "Pemberlakuan Pajak terhadap Barang Hasil Transaksi Jasa Titip Online." *Jurnal Suara Hukum* 2, No. 1 (2020): 71-85.

⁶ *Ibid*.

⁷ Yusuf, M. Yasir, Farid Fathony Ashal and Mulkan Fadhli. *Tata Niaga Islami Berbasis Digital*. (Bappeda Aceh, Banda Aceh, 2019): 91.

⁸ Fransiska, Chyndi, Sandy Rizki Febriadi, and Popon Srisusilawati. "Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Fee dalam Praktik Jasa Titip Barang Online (Studi Kasus Pada Princessist Online Shop)." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 3, No. 2 (2019): 109-115.

titip *online* melalui media sosial akan memperluas jangkauan pengguna jasa mengingat tingkat penggunaan media sosial di Indonesia cukup tinggi, sehingga mampu memperluas wilayah pemasaran dan mampu menjangkau konsumen yang diinginkan siapapun, dimanapun dan kapanpun saja selama terdapat jaringan internet.

Meskipun demikian, usaha ini telah banyak dijalankan oleh masyarakat Indonesia, hingga kini masih sering terjadi perdebatan mengenai legalitas usaha jasa titip *online*. Mengingat belum terdapat aturan yang khusus mengatur tentang praktik usaha titip *online* di Indonesia apakah dapat dikatakan legal atau tidak. Hal ini karena, usaha jasa titip *online* khususnya yang menawarkan jasa membelikan produk dari luar negeri tidak dikenakan bae masuk seperti halnya barang impor. Oleh karena itu, banyak pihak yang meragukan legalitas usaha ini. Berdasarkan hal tersebut dalam penelitian ini diangkat judul "**Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perjanjian.**"

1.2. Permasalahan

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bentuk kegiatan usaha jasa titip *online* di Indonesia?
2. Bagaimanakah pengaturan usaha jasa titip *online* di Indonesia dalam perspektif hukum perjanjian?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari kajian ini, pertama untuk mengetahui bentuk kegiatan usaha jasa titip *online* di Indonesia. Kedua, untuk memahami dan menganalisis pengaturan usaha jasa titip *online* di Indonesia ditinjau dari perspektif hukum perjanjian.

II. Metode Penelitian

Dalam sebuah penelitian, suatu metode penelitian adalah hal yang sangat penting untuk menentukan arah pembahasan dalam suatu penelitian. Oleh karena itu, metode sebagai salah satu hal mendasar, memiliki hakikat untuk memberikan pedoman dalam mempelajari, menganalisis, dan memahami hukum yang dimaksud. Dengan kata lain bahwa suatu ilmu dan pengetahuan didapatkan melalui penelitian dengan metode ilmiahnya. Dalam hal ini, digunakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian hukum normatif yaitu suatu penelitian hukum yang membahas dan menganalisis dalam tataran norma, asas dan doktrin hukum.⁹ Untuk menunjang jenis penelitian tersebut digunakan jenis pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan dalam bidang hukum perjanjian serta digunakan pula pendekatan analisis konsep hukum. Bahan hukum yang telah diperoleh akan diolah untuk kemudian dianalisa menggunakan metode analisa deskriptif kualitatif sistematis yaitu menyusun bahan-bahan hukum tersebut dengan sistematis berdasarkan klasifikasinya. Untuk selanjutnya dikaitkan antar bahan hukum agar menjadi padu.

⁹ Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. (Bandung, PT.Citra Aditya Bakti, 2014): 52.

III. Hasil dan Pembahasan

3.1. Bentuk Kegiatan Usaha Jasa Titip *Online* di Indonesia

Perkembangan usaha yang memanfaatkan internet semakin banyak berkembang di Indonesia seiring dengan bertambahnya pengguna internet di Indonesia saat ini yang sering disebut bisnis *online*. Sekarang ini, di Indonesia terdapat berbagai jenis bisnis *online* yang berkembang baik dari skala kecil hingga besar. Bisnis *online* yang termasuk kategori skala kecil yang banyak dijalankan masyarakat saat ini adalah usaha jasa titip *online*. Jasa titip *online* sebagaimana pengertiannya yaitu pelaku usaha yang perantara antara penjual dan pembeli atau dapat dikatakan sebagai pihak ketiga yang saling terhubung melalui jejaring internet di media sosial. Adapun peran dari pelaku usaha jasa titip *online* dalam kegiatan usahanya adalah membelanjakan produk yang diinginkan oleh konsumen atau penitip produk dengan terlebih dahulu menawarkan jasanya lewat akun media sosial yang dimiliki seperti instagram ataupun facebook.¹⁰ Penyedia jasa titip *online* akan mengunggah foto produk beserta deskripsi produk dan harga produk pada suatu toko ritel tertentu di akun sosial medianya. Menggunakan akun sosial media seperti instagram dan/atau facebook sangat menguntungkan untuk menjadi media promosi yang terkini.¹¹ Selain itu, menawarkan produk pada usaha jasa titip *online* melalui media sosial akan memperluas jangkauan pengguna jasa mengingat tingkat penggunaan media sosial di Indonesia cukup tinggi, sehingga mampu memperluas wilayah pemasaran dan mampu menjangkau konsumen yang diinginkan siapapun, dimanapun dan kapanpun saja selama terdapat jaringan internet.¹² Keuntungan lainnya menggunakan media sosial sebagai media promosi usaha jasa titip *online* yang berkembang sekarang ini adalah untuk menekan biaya operasional atau pengeluaran promosi konvensional dengan tetap memperoleh keuntungan yang maksimal.¹³

Adapun mekanisme usaha jasa titip *online* melalui media sosial seperti instagram atau facebook yaitu:¹⁴

1. Konsumen yang berminat menggunakan jasa titip *online* untuk membelanjakan produk pesannya yang terdapat pada unggahan penyedia jasa titip *online* di media sosialnya dapat menghubungi penyedia jasa melalui pesan singkat ke akun instagram atau dapat menghubungi nomor Whatsapp yang tersedia di biodata akun penyedia jasa titip *online*.
2. Konsumen yang telah menghubungi penyedia jasa akan menyampaikan produk yang ingin dibelanjakan disertai foto gambar produk yang dimaksud serta jumlah item yang diinginkan atau spesifikasi produk yang lebih lengkap untuk dipesan. Untuk kemudian konsumen mengisi formulir pemesanan yang

¹⁰ Fransiska, Chyndi, Sandy Rizki Febriadi, and Popon Srisusilawati, *loc.cit.*

¹¹ Wulandari, Winni Siti. "Tinjauan Akad Ijarah Dalam Praktik Jasa Titip Di Onlineshop (Hungerbooks. id)." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, No. 2 (2020): 134-152.

¹² *Ibid.*

¹³ Rifa'i, Muhamad, Wisari Yati, and Riski Aprilia Dwi Susanti, *loc.it.*

¹⁴ Sulistyowati, Maria Eko, and Syamsul Adha. "Analisa Pengaruh E-Service Quality Dan Consumer Behaviour Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pemilihan Jasa Titip Online Shopping Di Kota Surabaya)." *Jurnal Eksekutif* 15, No. 2 (2018): 404-420.

umumnya memuat identitas diri lengkap, alamat lengkap, nomor telepon genggam atau nomor Whatsapp dan pilihan jasa pengiriman.

3. Penyedia jasa titip *online* akan menyampaikan rincian harga produk sesuai dengan harga di toko atau ritel, biaya jasa titip beli yang dihitung per produknya dan biaya pengiriman produk ke alamat konsumen sesuai dengan alamat yang tertera dalam format pemesanan.
4. Konsumen harus membayar sesuai dengan total harga pesanan yang dapat dilakukan pembayaran uang muka sebesar 50% (lima puluh persen) atau melunasinya dengan transfer ke rekening penyedia jasa titip *online* yang telah diinformasikan sebelumnya agar pesanan konsumen dapat diproses.
5. Tahap selanjutnya yaitu konsumen yang telah melakukan pembayaran wajib untuk melakukan konfirmasi pembayaran pesanan kepada penyedia jasa titip *online* dengan mengirimkan bukti transfer agar penyedia jasa dapat membelikan produk yang dipesan dari uang yang ditransfer.
6. Penyedia jasa setelah membelanjakan produk pesanan konsumen akan mengirimkan barang tersebut melalui jasa pengiriman barang yang telah disepakati sebelumnya dan penyedia jasa nantinya memberikan informasi berupa nomor resi pengiriman barang. Ketika produk sudah sampai pada konsumen, konsumen wajib untuk melakukan konfirmasi kepada penyedia jasa 1x24 jam sejak produk tersebut diterima.¹⁵

Sebagaimana mekanisme usaha jasa titip *online* yang telah dijelaskan di atas bahwa dalam kegiatan transaksi antara penyedia jasa dan konsumen diwajibkan untuk mengisi formulir order yang telah disediakan penyedia jasa titip *online* dan melakukan tahapan berikutnya yaitu mentransfer sejumlah harga total yang telah disepakati. Akan tetapi, dapat dilihat bahwa tidak terdapat ketentuan bahwa saat produk yang dipesan oleh konsumen tidak tersedia kembali atau ketersediaan produk sedang kosong dan mengharuskan penyedia jasa titip *online* untuk mengembalikan biaya yang telah ditransfer oleh konsumen.¹⁶ Dalam praktiknya banyak penyedia jasa titip *online* tidak mengembalikan sepenuhnya dan melakukan pemotongan untuk biaya jasa pembelian meskipun produknya tidak tersedia. Dalih penyedia jasa titip adalah bahwa mereka telah melaksanakan jasanya yaitu membelanjakan produk yang diinginkan konsumen, meskipun produk tersebut habis. Atas kondisi ini, penyedia jasa beranggapan bahwa hal itu bukan tanggung jawab penyedia jasa karena berada di luar kendalinya.¹⁷ Ketentuan tersebut seharusnya disepakati terlebih dahulu antara para pihak atau penyedia jasa mencantumkan ketentuan tersebut dalam format pemesanan, sehingga konsumen mengetahui persyaratan tersebut sejak awal dan tidak dirugikan jika terjadi hal serupa setelah terjadi kesepakatan.

Selain itu, permasalahan yang sering terjadi pada praktik usaha jasa titip *online* tidak jauh berbeda dengan usaha *online* lainnya seperti *online shop* atau sejenisnya.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Wulandari, Winni Siti. "Tinjauan Akad Ijarah Dalam Praktik Jasa Titip Di Onlineshop (Hungerbooks. id)." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, No. 2 (2020): 134-152.

¹⁷ *Ibid.*

Secara umum, permasalahan yang lazim dihadapi oleh pelaku usaha *online* termasuk usaha jasa titip *online* dalam hal transaksi e-commerce, yaitu:¹⁸

1. Konsumen atau pengguna dalam usaha jasa titip *online* tidak dapat melihat, mengidentifikasi dan menyentuh produk yang akan dipesannya karena hanya tervisualisasi dari foto yang tersedia;
2. Kurang jelasnya informasi yang dipaparkan oleh penyedia jasa titip *online* atas produk yang ditawarkan sebagaimana informasi yang seharusnya didapatkan konsumen untuk dapat dipertimbangkan sebelum menentukan pilihannya dalam bertransaksi;
3. Sering terjadi pada banyak kasus yaitu subjek atau pemilik usaha jasa titip *online*;
4. Kurang terjaminnya aspek privasi dan keamanan bertransaksi serta penjelasan atas kemungkinan risiko yang timbul berkaitan dengan mekanisme yang digunakan, khususnya dalam hal transaksi elektronik seperti elektronik card dan credit card;
5. Adanya beban risiko yang tidak seimbang antara penyedia jasa dan konsumen hal ini karena konsumen terkadang diminta membayar lunas di muka, namun produk tersebut belum tentu tersedia dan dapat sampai ke tangan konsumen mengingat yang dijamin hanya pengiriman produknya bukan penerimaan produknya;
6. Terkait dengan bentuk usaha yang terkadang melalui lintas batas Negara, usaha jasa titip *online* dapat memicu banyak pertanyaan terkait yurisdiksi hukum yang tepat berlaku.

3.2. Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perjanjian

Inti dari usaha jasa titip *online* adalah penyedia jasa titip *online* menentukan biaya atas layanan membelikan suatu produk yang dipesan oleh konsumen sebagai bentuk biaya jasa yang nantinya dilakukan oleh penyedia jasa titip *online*. Adapun besaran biaya tersebut tergantung pada lokasi produk yang ingin dibeli dan ketersediannya apakah langka atau tidak.¹⁹ Selain biaya jasa, konsumen juga harus membayar harga produk sesuai harga yang terdapat di toko atau ritelnya serta biaya pengiriman produk ke alamat konsumen, sehingga nanti seluruh biaya tersebut ditotalkan oleh penyedia jasa untuk dibayarkan agar pesanan dapat dibeli. Penyedia jasa titip *online* dalam beberapa literatur juga sering disebut sebagai personal shopper yakni orang yang bekerja untuk membelikan produk dari satu toko ke toko lain dengan beberapa merek tertentu sebagaimana yang dipesan oleh konsumen yang

¹⁸ Madinah, Siti Hasnaa, Putri Karunia Sari, and Isnaini Rofiqoh. "Analisis Akad Wakalah Bil Ujrah Pada Jasa Titip Beli Online Dalam Perspektif Kaidah Fikih Ekonomi (Studi Kasus Pada Akun Instagram@jastiperopa777)." *el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 9, No. 2 (2019): 196-214.

¹⁹ Sulistyowati, Maria Eko, and Syamsul Adha, *loc.it*.

mempercepat keinginannya kepada orang tersebut.²⁰ Dalam menawarkan jasanya agar semakin diminati, penyedia jasa titip *online* tidak jarang menawarkan jasa titip produk impor. Hal ini biasanya dilakukan oleh mereka yang sering berkunjung ke negara lain untuk tujuan bisnis atau kunjungan kerja atau bahkan hanya untuk liburan dengan memanfaatkan kesempatan tersebut membuka jasa titip *online* barang impor dengan harga yang jauh lebih murah dari barang impor yang dijual di dalam negeri.²¹

Tentu dalam setiap kegiatan yang dijalankan oleh penyedia jasa titip *online* tidak lepas pada bentuk perjanjian yang mengikat penyedia jasa titip *online* dan konsumen yang kemudian melahirkan suatu perikatan bagi para pihaknya. Perjanjian jasa titip secara *online* apabila ditelaah tidak dapat dilepaskan daripada konsep perjanjian sebagaimana yang diatur pada Pasal 1313 KUHPer yang menegaskan bahwa perjanjian merupakan suatu bentuk perbuatan dengan satu orang atau lebih saling mengikatkan diri terhadap orang lainnya, baik perseorangan maupun beberapa orang.²² Orang yang terikat pada suatu perjanjian atau biasa disebut para pihak akan terikat pada perjanjian yang mereka buat dan harus memenuhi apa yang telah diperjanjikan sebagaimana perjanjian tersebut mengikat layaknya undang-undang bagi mereka, ketentuan ini tegas diatur pada Pasal 1338 ayat (1) KUHPer.²³ Lebih lanjut, digunakannya dasar hukum tersebut untuk tetap mengikat para pihak termasuk dalam kegiatan usaha jasa titip *online* menggunakan ketentuan Pasal 1313 KUHPer dan Pasal 1320 KUHPer yang menjadi syarat sahnya perjanjian tetap berlaku pada jenis perjanjian jasa titip *online*.²⁴ Dalam hal ini, usaha jasa titip *online* meskipun dalam praktiknya menggunakan mekanisme transaksi elektronik pada perjanjian jasa titip *onlinenya* tetap tunduk pada ketentuan Pasal 1320 KUHPer, agar perjanjian yang telah disepakati memiliki kekuatan bagi para pihaknya.²⁵ Supaya terjadi perjanjian yang sah, perlu dipenuhi empat syarat;

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.²⁶

Dua syarat pertama, disebut syarat subyektif, karena menyangkut subyeknya atau para pihak yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat terakhir adalah mengenai obyeknya disebut syarat obyektif.²⁷ Dalam hal suatu perjanjian dibuat tidak memenuhi syarat subyektif (sepakat dan cakap), maka perjanjian itu dapat dibatalkan, sedangkan jika syarat obyektif tidak dipenuhi maka perjanjian itu batal dengan

²⁰ Hanafiah, Hanafiah, and Emelia Rizki Maulida. "Pola Akad Personal Shopper Dalam Jual Beli Online Di Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan." *Journal Of Islamic And Law Studies* 3, No. 1 (2019): 1-14.

²¹ Lusianti, Dina. "Pendekatan E-Personal Shopper Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran." *Jurnal Studi Manajemen Bisnis* 2, No. 2 (2018): 79-93.

²² Siregar, Ahmad Ansyari. "Keabsahan Jual Beli Online Shop Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Ite)." *Jurnal Ilmiah Advokasi* 7, No. 2 (2019): 109-125.

²³ Hasibuan, Syamsir, and Nika Rahmania. "Tinjauan Yuridis Wanprestasi Atas Perjanjian Jual Beli Online." *Jurnal Dimensi* 9, No. 1 (2020): 87-98.

²⁴ Siregar, Ahmad Ansyari, *loc.it*.

²⁵ Hasibuan, Syamsir, and Nika Rahmania, *loc.it*.

²⁶ Ahmad, Usamah Rievzqy, *loc.it*.

²⁷ Dewi, Mila Nila Kusuma. "Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online." *Jurnal Cahaya Keadilan* 5, No. 2 (2017): 72-90.

sendirinya demi hukum.²⁸ Sedangkan syarat ketiga dan syarat keempat merupakan syarat obyektif yang berkaitan dengan obyek perjanjian yang disepakati oleh para pihak dan akan dilaksanakan sebagai prestasi atau utang dari para pihak. Hal tersebut akan terwujud dalam prestasi yang mengakibatkan perjanjian harus dipenuhi atau utang harus dibayar salah satu pihak kepadapihak lainnya. Suatu sebab yang halal dapat diartikan bahwa apa yang dimaksud dalam isi perjanjian tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.²⁹

Di Indonesia, undang-undang khusus yang mengatur mengenai kegiatan transaksi elektronik adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (yang selanjutnya disebut UU ITE). Pada transaksi jual beli melalui internet, bila para pihak terkait melakukan hubungan hukum melalui suatu bentuk perjanjian, menurut Pasal 1 butir 17 UU ITE disebut sebagai kontrak elektronik.³⁰ Kemudian di dalam Bab V mengenai Transaksi Elektronik Pasal 18 ayat 1 dijelaskan bahwa "transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak."³¹ Menurut ketentuan umum UU ITE, kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.³² Berdasarkan ketentuan umum tersebut, jasa titip beli *online* dalam hal perjanjian termasuk kontrak elektronik sebab pelaksanaan proses transaksi yang ditempuh oleh para pihak jasa titip beli *online* ini diawali dengan aplikasi media sosial Instagram atau Facebook untuk berbagi foto dan video atas produk yang ditawarkan oleh penyedia jasa titip yang dapat dilihat oleh siapa saja, kemudian kedua belah pihak berkomunikasi melalui aplikasi pengirim pesan *online* yaitu Whatsapp atau Line.

Lebih lanjut, ketentuan dalam UU ITE menegaskan bahwa transaksi elektronik berlaku bagi subjek hukum yang melakukan perbuatan hukum baik subjek hukum yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luarnya sepanjang menimbulkan akibat hukum dan memberikan dampak kerugian bagi Indonesia sebagaimana diatur dalam Pasal 2 UU ITE.³³ Terkait dengan kesepakatan para pihak dalam kegiatan transaksi elektronik yang menggunakan sistem elektronik kata sepakat menjadi hal yang sangat esensial dan pokok. Hal ini karena, kesepakatan tersebut menjadi dasar penentu keabsahan perjanjian yang dilakukan para pihak dalam suatu transaksi elektronik.³⁴ Khusus dalam transaksi elektronik, adapun maksud dari kata disepakati termasuk pula kesepakatan terhadap prosedur dalam sistem elektronik yang digunakan.³⁵ Begitu pula dengan mekanisme jasa titip beli *online* yang sudah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, penyedia jasa dapat membuat sistem atau aturan atas transaksi penitipan produk yang mereka lakukan dan harus disepakati oleh konsumen dan tidak jarang kesepakatan tersebut bisa saja lebih menguntungkan penyedia jasa. Akan tetapi, jika konsumen memang ingin menitipkan barang untuk dibeli oleh

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Fauzi, Anggit Rahmat, and Ansari Ansari. "Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Berdasarkan Kuh Perdata Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Ar-Risalah: Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam* 18, No.1 (2020): 114-141.

³¹ *Ibid.*

³² Siregar, Ahmad Ansyari, *loc.it.*

³³ Fauzi, Anggit Rahmat, and Ansari Ansari, *loc.it.*

³⁴ Dewi, Mila Nila Kusuma, *loc.it.*

³⁵ Hasibuan, Syamsir, and Nika Rahmania, *loc.it.*

jasa titip beli tersebut, maka kedua belah pihak harus sepakat dengan prosedur yang ada.

Transaksi elektronik dianggap sah bila telah memenuhi unsur-unsur berikut ini:³⁶

1. adanya kontrak dagang;
2. kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik;
3. transaksi bersifat paperless;
4. kehadiran secara fisik dari para pihak tidak lagi diperlukan;
5. kontrak tersebut terjadi dalam jaringan publik;
6. sistem terbuka, yaitu dengan media internet;
7. kontrak tersebut terlepas dari batas yurisdiksi nasional;
8. mempunyai nilai ekonomis.

Mencermati unsur di atas terkait transaksi elektronik bahwa perjanjian yang timbul dari transaksi elektronik termasuk pada transaksi usaha jasa titip *online* sejatinya tidak bertentangan dengan ketentuan mengenai perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1313 dan Pasal 1320 KUHPer. Lebih lanjut, menurut ketentuan Pasal 1338 ayat 1, yaitu "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". Sehingga, dalam hal perjanjian, para pihak boleh membuat perjanjian yang berupa apa dan berisi apa saja kemudian perjanjian tersebut mengikat kedua belah pihak dan menjadi undang-undang yang harus mereka patuhi. Ketentuan tersebut juga berlaku pada perjanjian jasa titip *online* antara penyedia jasa dan konsumen. Oleh karena itu, legalitas kegiatan usaha jasa titip *online* di Indonesia anggap sah sepanjang memenuhi unsur-unsur Pasal 1313, 1338 dan 1320 KUHPer dan menerapkan ketentuan mengenai transaksi elektronik yang diatur dalam UU ITE.

IV. Penutup

4. Kesimpulan

Bentuk kegiatan usaha jasa titip *online* yaitu usaha yang dijalankan sebagai pihak ketiga antara penjual dan pembeli yang saling terhubung dengan internet akun media sosial yang digunakan. Adapun kegiatan pokok usaha jasa titip *online* adalah membelanjakan produk tertentu sebagaimana permintaan para penitip atau konsumen dari daerah ataupun Negara lain dengan dikenakan biaya jasa selain harga produk dan ongkos kirim yang telah disepakati. Terkait keabsahan usaha titip *online* ditinjau dari perspektif hukum perjanjian, pada prinsipnya usaha jasa titip *online* telah memiliki kepastian hukum bagi penyedia dan pengguna jasa titip jual beli *online* hingga saat ini hanya berdasarkan pada Pasal 1313, Pasal 1320, dan Pasal 1338 KUHPer dan Pasal 1 angka 17 dan Pasal 18 UU ITE yang menjelaskan bahwa bentuk transaksi jasa titip *online* termasuk transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Meskipun telah diatur secara umum dalam KUHPer dan UU ITE yang dapat digunakan sebagai dasar terjadinya perjanjian atau kontrak elektronik. Akan tetapi, sampai saat ini belum terdapat aturan khusus yang mengatur batasan-batasan dalam melakukan kegiatan usaha jasa titip beli *online*. Agar terdapat sebuah aturan khusus yang mendasari batasan mengenai hal tersebut sehingga dapat menciptakan jasa titip beli *online* yang lebih kondusif.

³⁶ Fauzi, Anggit Rahmat, and Ansari Ansari, *loc.it.*

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Faulidi, Asnawi Haris. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. (Laskar Press, Yogyakarta, 2008).
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. (PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014).

Jurnal

- Ahmad, Usamah Rievzqy. "Pemberlakuan Pajak terhadap Barang Hasil Transaksi Jasa Titip Online." *Jurnal Suara Hukum* 2, No. 1 (2020).
- Dewi, Mila Nila Kusuma. "Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online." *Jurnal Cahaya Keadilan* 5, No. 2 (2017).
- Fauzi, Anggit Rahmat, and Ansari Ansari. "Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Berdasarkan Kuh Perdata Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Ar-Risalah: Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam* 18, No.1 (2020).
- Fransiska, Chyndi, Sandy Rizki Febriadi, and Popon Srisusilawati. "Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Fee dalam Praktik Jasa Titip Barang Online (Studi Kasus Pada Princessist Online Shop)." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 3, No. 2 (2019).
- Hanafiah, Hanafiah, and Emelia Rizki Maulida. "Pola Akad Personal Shopper Dalam Jual Beli Online Di Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan." *Journal Of Islamic And Law Studies* 3, No. 1 (2019).
- Hasibuan, Syamsir, and Nika Rahmania. "Tinjauan Yuridis Wanprestasi Atas Perjanjian Jual Beli Online." *Jurnal Dimensi* 9, No. 1 (2020).
- Lusianti, Dina. "Pendekatan E-Personal Shopper Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran." *Jurnal Studi Manajemen Bisnis* 2, No. 2 (2018).
- Madinah, Siti Hasnaa, Putri Karunia Sari, and Isnaini Rofiqoh. "Analisis Akad Wakalah Bil Ujrah Pada Jasa Titip Beli Online Dalam Prespektif Kaidah Fikih Ekonomi (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ jastiperopa777)." *el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 9, No. 2 (2019).
- Rifa'i, Muhamad, Wisari Yati, and Riski Aprilia Dwi Susanti. "Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online." *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 8, No.1 (2020).
- Siregar, Ahmad Ansyari. "Keabsahan Jual Beli Online Shop Di Tinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Ite)." *Jurnal Ilmiah Advokasi* 7, No. 2 (2019).
- Sulistiyowati, Maria Eko, and Syamsul Adha. "Analisa Pengaruh E-Service Quality Dan Consumer Behaviour Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pemilihan Jasa Titip Online Shopping Di Kota Surabaya)." *Jurnal Eksekutif* 15, No. 2 (2018).
- Wulandari, Winni Siti. "Tinjauan Akad Ijarah Dalam Praktik Jasa Titip Di Onlineshop (Hungerbooks. id)." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, No. 2 (2020).