

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENYEDIA JASA DAN PEMBELI DALAM PERJANJIAN JASA TITIP ONLINE PADA APLIKASI INSTAGRAM

Ni Wayan Julia Pradnya Radjani, Fakultas Hukum Universitas Udayana

e-mail: juliapradnyarad@gmail.com

Ida Ayu Sukihana, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: ayu_sukihana@unud.ac.id

ABSTRAK

Saat ini sedang marak berbagai jenis bisnis dengan diiringi oleh ruah kebutuhan yang membuat teknologi dalam jasa titip semakin berkembang. Dalam proses perjanjian jasa titip online ini, transaksi dan kontrak elektronik yang dibuat antar pihak membuat suatu perbuatan hukum. Hal-hal yang kerap terjadi didalam transaksi jasa titip online yaitu penipuan. Tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui pengaturan hukum serta bentuk perlindungan hukum terhadap penyedia jasa dan pembeli di dalam perjanjian jual beli melalui jasa titip online di aplikasi Instagram. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian normatif, dimana menitik beratkan pada kajian soal norma-norma dasar yang berlaku di dalam masyarakat serta menjadi pedoman berperilaku dengan pendekatan perundang-undangan (*the statue approach*). Pengaturan pelaksanaan layanan jasa titip online sesuai dengan ketentuan Pasal 1457 KUHPerdara yang menegaskan sebuah perjanjian dimana penyedia jasa dan pembeli setuju untuk mengikatkan diri, dengan satu pihak memberikan suatu barang yang telah di titipkan dan pihak lain yang memberikan imbalan sesuai dengan kesepakatan. Adapun perlindungan bagi pelaku usaha maupun pelanggan dalam kegiatan jasa titip online berpedoman pada KUHPerdara dan Undang-Undang ITE yang dimana terdapat dalam ketentuan pasal 1338 KUHPerdara, pasal 1 butir 17 dan pasal 18 ayat 1 yang dimana dalam ketentuan tersebut yakni suatu sahnyanya suatu perjanjian. KUHPerdara yang dijadikan dasar hukum atas terjadinya perjanjian yang dilakukan oleh penyedia jasa dan pelanggan, dan UU ITE yang menjadi dasar praktik jasa titip online ini sendiri atau dimana perjanjian tersebut mulai dibuat dan disepakati. Penyelesaian sengketa akibat pelanggaran yang dilakukan oleh pembeli dapat dilakukan melalui jalur litigasi yakni melalui jalur pengadilan.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Jasa Titip Online, Aplikasi Instagram.

Abstract

Currently, various types of business are booming, accompanied by a large number of needs that make technology in entrusted services more developed. In the process of this online entrusted service agreement, electronic transactions and contracts made between parties create a legal action. Things that often occur in online entrusted service transactions are fraud. The purpose of this writing is to find out the legal arrangements and forms of legal protection for the parties in the sale and purchase agreement through online entrusted services on the Instagram application. The research method used is normative research, which focuses on the study of the basic norms that apply in society and becomes a guide for behavior with a statutory approach (*the statue approach*). The arrangement for the implementation of online entrusted services is in accordance with the provisions of Article 1457 of the Civil Code which confirms an agreement in which the parties agree to bind themselves, with one party providing an item that has been entrusted and the other party who provides a reward in accordance with the agreement. The protection for business actors and customers in online entrusted service activities is guided by the Civil Code and the ITE Law which are contained in the provisions of article 1338 of the Civil Code, article 1 point 17 and article 18 paragraph 1 which in these provisions is the validity of an agreement. The Civil Code which is used as the legal basis for the occurrence of agreements made by service providers and

customers, and the ITE Law which is the basis for the practice of entrusting online services itself or where the agreement begins to be made and agreed upon.

Keywords : Legal protection, online entrusting services, Application Instagram

I. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia saat ini teknologi sebagai aspek yang sangat berpengaruh pada era global. Salah satu tuntutan dalam dunia persaingan bisnis yang berbasis teknologi adalah dengan munculnya aplikasi *online* yang mempermudah mobilitas masyarakat.¹ Pada dasarnya *e-commerce* di bagi menjadi dua segmen yakni *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan pelanggan) dan *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha).² Model transaksi *e-commerce* ini memungkinkan terjadinya perdagangan antara pelaku usaha dan pelanggan tanpa perlu adanya pertemuan langsung.

Data menunjukkan presentase sejumlah delapan puluh enam (86%) user sosial media dan internet Indonesia melakukan transaksi elektronik. Pada tahun 2019, jumlah pemakai *online shopping* di Indonesia diperkirakan mencetak sebanyak 168,3 juta pengguna dan diprediksi akan meningkat menjadi 212,3 juta pada tahun 2023.³ Oleh sebab itu tidak heran saat ini sedang ramai-ramainya bermunculan berbagai macam bisnis yang bermunculan dan berasal dari kegiatan sehari-hari atau sekedar hobi yang diikuti dengan mencukupi kebutuhan yang membuat jasa titip semakin bertumbuh di setiap waktu. *Production house* yang tidak terdeteksi jumlahnya memanfaatkan aplikasi Instagram untuk menawarkan berbagai produk. Teknologi telah menjadi kebutuhan primer di era globalisasi ini seperti pakaian, makanan, dan alat kesehatan, namun adanya keperluan lainnya seperti keperluan rumah tangga seperti permainan anak, dan barang² lainnya mampu dengan mudah dicari melalui *e-commerce*.

Salah satu media yang kerap dipergunakan dalam kegiatan *e-commerce* adalah aplikasi Instagram, 50% merek teratas menggunakan aplikasi Instagram sebagai saluran pemasaran.⁴ Instagram itu sendiri menjadi media sosial yang memberikan kesempatan untuk penggunaanya dalam mengambil sebuah foto, atau video, dan menambahkan filter atau efek digital serta mengunggahnya langsung di akun pengguna media sosial yang mereka miliki. Ditahun 2014 jumlah pengguna aktif sebanyak 200 juta orang menjadikan aplikasi instagram menjadi strategi marketing yang paling efektif dan efisien dalam melakukan bisnis dan pemasaran.⁵

¹ Wijaya, Andika. *Aspek hukum bisnis transportasi jalan online*. Sinar Grafika, (2016) : 27.

² Di Putra, I. Made Dwija. "Tanggung Jawab Penyedia Aplikasi Jual Beli Online Terhadap Pelanggan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Kertha Semaya* 1, no.10, (2018):1-15.

³ Pengguna E-Commerce di Tanah Air akan Capai 168,3 Juta. Dikutip dari: <https://mediaindonesia.com/read/detail/267857-pengguna-e-commerce-di-tanah-air-akan-capai-1683-juta>. Diakses pada tanggal 15 November 2020

⁴ Wally, Eman, and Swapna Koshy. "The use of Instagram as a marketing tool by Emirati female entrepreneurs: an exploratory study." (2014): 1-19.

⁵ Indrayana, Bayu, Kudang Boro Seminar, and Bagus Sartono. "Faktor penentu minat penggunaan instagram untuk pembelian online menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)." *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)* 2, no. 2 (2016): 139.

Munculnya *e-commerce* serta media sosial seperti aplikasi Instagram meningkatkan pertumbuhan bisnis fenomena bisnis "Jasa Titip *Online*". Pihak ketiga merupakan posisi seorang jasa titip yang menghubungkan produsen dengan pelanggannya. Mekanisme atau cara kerja dari jasa titip *online* ini, para pemberi jasa akan memposting beberapa barang atau item yang kemudian barang itu sendiri akan ditawarkan di media sosial dimana para pelanggan yang tertarik dengan barang tersebut bisa melakukan order atau melakukan penitipan secara request jika barang yang diinginkan oleh pelanggan tidak di posting oleh pemberi jasa titip itu sendiri. Perbandingan bisnis *online* dengan jasa titip *online* yaitu dengan memberikan keterangan yang berbentuk tarif atas jasa titip disetiap barang yang akan dibeli atau di titipkan oleh pelanggan merupakan tugas utama seorang penyedia jasa titip.

Sebagian banyak penyedia jasa berdomisili di kota-kota besar atau sekedar melakukan travel ke Negara tujuan untuk melakukan pekerjaannya untuk menunaikan kemauan pelanggan. Kecanggihan fitur dan kemudahan yang ditawarkan aplikasi Instagram berhasil menyatakan kemauan dari target market yang umumnya yaitu, dengan sistem aplikasi yang ringan dengan fitur menarik yang diberikan untuk para penggunanya. Fitur yang diberikan mampu menjaring pemeran bisnis untuk mengendalikan bisnis *online* dengan sangat mudah.⁶

Biasanya para penyedia jasa titip *online* menyertai penjelasan atau deskripsi bahwasanya barang yang tidak tertera di akun instagram, dapat melakukan request untuk mencari barang yang diinginkan. Oleh karena itu, pelanggan yang menggunakan penyedia jasa titip dapat menghubungi langsung melalui fitur DM atau pesan yang tersedia di aplikasi Instagram itu sendiri atau melalui aplikasi Line dan juga WApps digunakan untuk berkomunikasi secara *online*. Sesudah kesepakatan terjadi perihal barang, biaya dan fee dari jasa titip *online* tersebut harus dibayarkan sesuai dengan harga yang telah disepakati dan transaksi dilakukan dengan melakukan transaksi elektronik antar bank. Selanjutnya, barang yang sudah dipesan akan diantarkan kepada pelanggan sesuai dengan alamat berkediaman pelanggan ditambah dengan ongkos kirim yang terpisah dari biaya barang dan fee.

Dalam runtutan perjanjian jasa titip *online* ini, perbuatan hukum yang terjadi seperti transaksi elektronik yang dilakukan dan oleh pihak yang tidak tanggal dari persoalan hukum yang berlaku. Perilah yang kerap terjadi dalam transaksi elektronik ini berupa penipuan. Penipuan ini tentu tidak berasal dari penyedia jasa, hal serupa juga bisa dilakukan pelanggan. Biasanya, kasus penipuan yang terjadi dalam transaksi *online* adalah penjual yang tidak mengirimkan barang yang telah di pesan oleh pelanggan setelah pelanggan melakukan transaksi elektronik yang disepakati, atau penjual mengirimkan barang kepada pelanggan tetapi bukan barang yang telah dipesan oleh pelanggan tersebut. Dengan di latar belakang dengan perlindungan terhadap pengguna jasa titip *online*, menjadikan penulis tertarik untuk mencari pemahaman yang lebih terkait dengan Perlindungan Hukum Terhadap Penyedia jasa dan pembeli Dalam Perjanjian Jasa Titip *Online* Pada Aplikasi Instagram.

Perilah *State Of Art*, dalam penelitian yang serupa dengan penelitian ini yang berjudul "Perlindungan Hukum Konsumen Layanan Jasa Titip *Online* Terhadap Cacat Barang Yang Diterima" yang ditulis oleh M.Nur Wirajaya dan "Tanggung Jawab Penyedia Aplikasi Jual Beli *Online* Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" yang ditulis oleh I Made Dwija Di

⁶ Verawati, Noning. "Pergeseran Pemanfaatan Instagram sebagai Media Bisnis Online (Studi Kasus pada Akun@ Schonehazzle)." *KOM & REALITAS SOSIAL* 12, no. 12 (2016) : 1-13

Putra. Pada kedua karya ilmiah tersebut berfokus pada tanggung jawab penyedia aplikasi serta bentuk perlindungan konsumen akibat adanya ketidaksesuaian atau cacat barang yang diterima oleh konsumen. Sedangkan di dalam penelitian ini membahas tentang pengaturan hukum terhadap perjanjian yang terbentuk pada praktik jasa titip *online* dan perlindungan hukum terhadap penyedia jasa dan pembeli khususnya konsumen pengguna jasa titip *online*.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penulisan ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan hukum terhadap penyedia jasa dan pembeli di dalam perjanjian jual beli melalui jasa titip *online* di aplikasi Instagram?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi penyedia jasa dan pembeli dalam perjanjian jasa titip *online* di Aplikasi Instagram?

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan ini yaitu untuk pengaturan hukum dan perlindungan hukum atas jasa titip *online* dalam melindungi antar pihak² yang terikat di dalam kesepakatan atau perjanjian jasa titip *online* ini.

II. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam menyusun karya tulis ini adalah metode penelitian normatif, dimana menitik beratkan pada kajian soal norma-norma dasar yang berlaku di dalam masyarakat serta menjadi pedoman berperilaku. Adapun jenis pendekatan yang dilakukan yakni pendekatan peraturan perundang-undangan (*the statute approach*) serta studi kepustakaan dengan menelaah beberapa buku-buku maupun literature yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diangkat. Melalui metode yang digunakan diharapkan di dalam penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran serta penjelasan merinci terhadap kepastian serta perlindungan hukum melalui jasa titip *online*.

III. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengaturan Hukum Terhadap Penyedia jasa dan pembeli di Dalam Perjanjian Jasa Titip Online Pada Aplikasi Aplikasi Instagram

Perlindungan hukum berdasarkan pandangan Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa perlindungan hukum yaitu suatu upaya untuk memberikan perlindungan terhadap kepentingan seseorang dengan memberikan suatu kekuasaan kepadanya agar dapat bertindak demi kepentingannya tersebut.⁷ Banyaknya orang yang memakai internet di era globalisasi ini mengakibatkan *online* sebagai salah satu hal yang menjadi trend belakangan ini salah satunya jasa titip *online*. Bisnis *online* ini sendiri sedang berkembang baik di Indonesia, baik dalam skala kecil hingga besar.⁸ Selaras dengan pengertian *online* itu sendiri, penyedia jasa dan pelanggan saling dihubungkan dengan adanya teknologi, terhubung melalui media sosial dan jenis media *online* lainnya. Namun tugas utama dalam jasa titip ini membelanjakan pesanan

⁷Miru, Ahmadi. *Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi pelanggan di Indonesia*. RajaGrafindo Persada, (2011) : 102

⁸Fitria, Tira Nur. "Bisnis jual beli online (online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 01 (2017): 52-62.

barang yang dipesan oleh pelanggan dimana metode kerja dari penyedia jasa titip dengan mengambil photo atau video yang akan disunting ke Instagram.

Jasa titip secara *online* mempersingkat waktu sehingga seseorang dapat mengadakan transaksi elektronik kapanpun dan dimanapun dengan setiap orang. Transaksi jasa titip melalui media sosial ini dilakukan tanpa bertatap muka secara langsung antara penyedia jasa dan pembelinya, sehingga persetujuan yang ada antar penyedia jasa dan pembeli pun dilakukan secara elektronik. Berdasarkan Pasal 1320KUHPerdara jasa titip *online* ini dapat dilakukan dengan perjanjian dan harus mencukupi syarat sahnya perjanjian, yaitu dengan mengikatkan dirinya satu sama lainnya, kemampuan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal.

Dewasa ini bisnis jasa titip *online* banyak di temukan di aplikasi Instagram seperti @jastipbalii_id. Melalui aplikasi Instagram semua formalitas yang biasa dipakai dalam transaksi konvensional mulai dikurangi, Oleh karena itu pelanggan pun mempunyai kemampuan untuk mencari perbedaan informasi seperti barang dan jasa secara lebih bebas tanpa dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*). Aplikasi Instagram memudahkan pelanggan dengan menciptakan kegiatan bisnis yang mempermudah masyarakat lebih efektif karena transaksi bisnis antara pedagang dan pembeli tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.⁹ Pelaku jasa titip *online* ini memiliki kedudukan sebagai perantara antara produsen dan pelanggan, dimana jasa titip ini sendiri membelikan barang sesuai dengan pesanan atas jasa tersebut. Perbedaan jasa titip dengan bisnis *online* lainnya yakni rata-rata barang yang diperjual belikan pada jasa titip ini adalah barang impor seperti makanan, kosmetik, busana, dan sepatu dari luar negeri. Namun apabila melakukan pemesanan melalui jasa titip beli secara *online* hanya akan dikenai biaya jasa titip dan ongkos kirim di Indonesia saja. Artinya anda hanya meminta seseorang yang kebetulan berada di luar negeri untuk membelikan sebuah produk. Maka tak heran kalau akhirnya orang-orang Indonesia yang kebetulan sedang travelling atau memang tinggal diluar negeri, mulai banyak menawarkan bisnis jasa titip *online*.

Ada beberapa kemungkinan yang memperkuat pengaruh transaksi elektronik ini yang pada awalnya didasari oleh kertas kemudian berganti ke dalam media elektronik. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dengan setiap saat pelanggan mampu mencari akses terkait informasi yang telah di update oleh penyedia jasa, kedua *e-commerce* dapat meningkatkan kreativitas penyedia jasa secara singkat dan tepat dan mendistribusikan informasi yang disampaikan langsung secara periodic, ketiga, *e-commerce* dapat mempermudah, murah serta informative dan yang keempat, *e-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang mudah, cepat, akura dan aman.¹⁰ Dalam hal pembelian barang melalui jasa titip *online* sudah termasuk adanya perjanjian antara penyedia jasa dan pembeli yang menyebabkan suatu hubungan hukum. Hal tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 1457 KUHPerdara yang menegaskan sebuah perjanjian dimana penyedia jasa dan pembeli setuju untuk mengikatkan diri, dengan satu pihak memberikan suatu barang yang telah di titipkan dan pihak lain yang memberikan imbalan sesuai dengan kesepakatan. Perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah

⁹Barkatullah, Abdul Halim. "Urgensi Perlindungan Hak-Hak Pelanggan Dalam Transaksi Di E-Commerce." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 14, no. 2 (2007) : 1-24

¹⁰Khairandy, Ridwan. "Pembaharuan Hukum Kontrak sebagai Antisipasi Transaksi Electronic Commerce." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 8, no. 16 (2001): 42-57.

pihak tersebut seketika menjadi hukum yang mengikat penyedia jasa dan pembeli dalam praktik jasa titip *online*.¹¹ Hal serupa disebutkan juga oleh Van Dunne yang mengemukakan perjanjian merupakan hubungan dua pihak hukum maupun lebih didasari kata setuju agar tercipta akibat hukum.¹² Penyedia jasa dan pembeli yang tidak melakukan tanggungjawab sesuai dengan perjanjian yang disetujui dapat dituntut oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti kerugian.¹³

Dalam hal ini pelanggan juga mempunyai hak untuk mendapatkan keselamatan, kenyamanan, dan keamanan dalam hal mengkonsumsi barang atau jasa, memiliki hak untuk memperoleh barang atau jasa selaras dengan kondisi dan nilai barang serta jaminan yang disepakati. Pelanggan juga berhak untuk mengetahui informasi kondisi barang, dan memiliki hak untuk mendapat kompensasi. Ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai sebagaimana mestinya. Sesuai dengan Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan Konsumen menjadi bagian yang tidak dapat di pisahkan dari adanya kegiatan bisnis. Dalam aktifitas usaha, terkadang pelaku usaha sering melaksanakan kesalahan yang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak pelanggan.¹⁴ Di dalam Perlindungan Konsumen terdapat dua upaya yakni upaya preventif dan represif. Upaya preventif merupakan upaya pencegahan agar masalah mengenai Perlindungan Konsumen tidak terjadi, sedangkan upaya represif merupakan suatu upaya penanganan disaat terjadinya masalah Perlindungan Konsumen. Seperti yang sudah dijelaskan diatas, bahwa dengan adanya ketentuan Pasal 4 huruf c Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merupakan suatu upaya preventif untuk mencegah perihal perlindungan terhadap pelanggan terjadi karena pelanggan tidak mengetahui hak dan kewajibannya sebelum membeli dan menggunakan produk tersebut. Apabila sudah terjadi masalah yang mengakibatkan pelanggan merasa dirugikan akibat cacat produk maka pelaku usaha harus melakukan ganti kerugian yang timbul hal itulah yang disebut dengan upaya represif. Upaya represif ini dilakukan agar pelaku usaha lebih bertanggung jawab atas perbuatannya.

Pasal 1 angka (17) UU ITE menyatakan suatu kontrak elektronik yakni perjanjian yang dibuat oleh penyedia jasa dan pembeli dibuat pada media elektronik. Setiap penjual yang akan memasarkan produk yang akan dijualnya secara *online* harus mencantumkan info tentang ketentuan kontak maupun deskripsi produknya dengan detail. UU ITE yang berlaku saat ini, selain berfungsi untuk perkembangan telekomunikasi, teknologi informasi, dan transaksi elektronik. Tetapi yang paling penting adalah menjamin kepastian hukum, perlindungan hukum, keadilan bagi paripihak, dan seluruh masyarakat yang menggunakan atau menyelenggarakan informasi dan transaksi elektronik.

¹¹Diputra, I. Gst Agung Rio. "Pelaksanaan Perancangan Kontrak dalam Pembuatan Struktur Kontrak Bisnis." *Acta Comitatus: Jurnal Hukum Kenotariatan* 3, no. 3 (2018): 495-560.

¹²Mertokusumo, Sudikno. "Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)." *Jakarta: Sinar Grafika* (2001): 161.

¹³Anggraeni, RR Dewi, and Acep Heri Rizal. "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan." *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 6, no. 3 (2019): 223-238.

¹⁴Theda, Richard Revel Wijaya, I. Made Sarjana, and Ida Bagus Putu Sutarna. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggan Akibat Kelalaian Pelaku Usaha Jasa Laundry Di Denpasar Utara." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 7, no. 7 (2019): 1-15.

3.2. Perlindungan Hukum Bagi Penyedia Jasa dan Pembeli Dalam Perjanjian Jasa Titip Online di Aplikasi Instagram

Di setiap perjanjian beli barang dan atau jasa tentu akan meenciptakan suatu hubungan hukum antar penyedia jasa dan pembeli, hubungan tersebut juga mencakup tanggung jawab dalam penulisan ini adalah produsen dan pelanggan jasa tiitp *online*. Tetapi, pemegang tanggung-jawab terbesar di pengang oleh penjual yang mempunyai tujuan untuk melindungi pelanggannya. Karena, pelaku usaha pada dasarnya mencari keuntungan semaksimal mungkin, yang berakibat kepada lemahnya posisi pelanggan dalam suatu perjanjian. Disamping itu, pihak pelanggan juga diwajibkan membayar sejumlah uang yang disepakati dalam perjanjian jasa titip dan biaya yang dimaksudkan belum termasuk fee dan biaya ongkos kirim dari barang yang konsumen itu inginkan. Berkaitan dengan hal diatas tanggung-jawab pelaku usaha transaksi jasa titip *online* dapat dibagi menjadi 3 yaitu:¹⁵

- a. Bertanggung jawab atas segala informasi yang diberikan
- b. Bertanggung jawab atas produk
- c. Bertanggung jawab atas keamanan produk

Berdasarkan Pasal 1457 KUHPerdara menegaskan bahwa kesepakatan yang terjadi diantara penyedia jasa dan pembeli yang satu mengikatkan dirinya untuk memberikan suatu barang dan pihak lain dengan kesepakatan tersebut membayarkan harga yang telah dijanjikan. Sehubungan dengan hal diatas pada dasarnya penjual memiliki 2 kewajiban utama, pada Pasal 1474 KUHPerdara, menegaskan kewajiban itu sebagai berikut:

1. Menyerahkan barang sesuai dengan perjanjian.
2. Memiliki tanggung-jawab atas jasa dan barang yang diperjual belikannya.

Secara hukum penyedia jasa diwajibkan untuk memberikan pertanggung jawaban apabila ditemukan kerusakan yang tersembunyi (*verborgen gebreken*) dalam barang yang ia jual. Tentunya cacat atau kerusakan yang terdapat pada barang yang dijual penyedia jasa merugikan pelanggan sehingga tidak jarang pelanggan kecewa dan menuntut ganti rugi atas wanprestasi yang dilakukan oleh penyedia jasa. Berdasarkan beberapa Pasal di KUHPerdara yang telah dicantumkan, barang yang dijual oleh penyedia jasa harus sampai ke tangan pelanggan dengan selamat tanpa adanya kesalahan pengiriman produk untuk mencegah tindakan pelanggaran hukum yang dilakukan oleh penyedia jasa kepada pelanggan ataupun pelanggaran yang dilakukan oleh pelanggan seperti penipuan atau pelanggaran perjanjian. Perlindungan hukum yang dilakukan terhadap kegiatan yang bersifat kejahatan, diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara yang berbunyi "Setiap perilaku yang melakukan pelanggaran hukum dan seseorang merugi, orang yang membuat rugi tersebut wajib memberikan ganti rugi atas kesalahannya" Pada bidang keperdataan menjadi permasalahan yang lebih luas karena adanya transaksi elektronik yang mendukung kegiatan perdagangan yang menggunakan sistem elektronik yang tidak hanya menjadi bagian perniagaan nasional tetapi juga menjadi bagian perniagaan internasional. Hal ini menunjukkan teknologi, informasi, dan media komunikasi menjadi pusat informasi yang berkembang tanpa dapat dibendung, karena seiring berjalannya waktu yang terdapat

¹⁵ Rachman, M. Yogi, Mardalena Hanifah, and Ulfia Hasanah. "Tanggung Jawab Penjual Kepada Pembeli Melalui Media Online Menurut Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Pada Toko Online Rynakosmetik." PhD diss., Riau University, (2016) : 9.

di ruang siber (cyber space) dalam media elektronik. Walaupun, bersifat virtual hal tersebut bisa digolongkan sebagai perbuatan hukum¹⁶.

Berkaitan dengan hal ini, keamanan dan kepastian hukum dalam melaksanakan komunikasi, media dan teknologi informasi diperlukan perkembangan yang optimal. Untuk itu dibagilah tiga pendekatan yang dapat memungkinkan keamanan di dalam bagian hukum siber (*cyberlaw space*), dengan pendekatan aspek hukum, aspek etika, aspek sosial, dan budaya. Oleh karena itu, Undang-Undang ITE yang berfungsi sebagai suatu pendekatan terhadap perkembangan telekomunikasi, transaksi elektronik juga menjamin perlindungan hukum, keadilan, kepastian hukum bagi penyedia jasa dan pembeli yang melakukan perjanjian dan transaksi elektronik.

Pada transaksi jasa titip *online* terdapat sebuah kontrak atau perjanjian yang memiliki unsur penipuan di dalamnya dan tidak menyebabkan kontrak tersebut cacat atau batal tetapi kontrak tersebut tetap berlaku sah apabila dari salah satu pihak tidak menuntut kerugiannya ke pengadilan. Berikut 3 bentuk wanprestasi yang terjadi di dalam perjanjian jasa titip *online*:

Dilihat dari sisi pelanggan (*buyers*):

- a. Keterlambatan membayar.

Dalam hal ini, pihak yang kerap melazimkan keterlambatan adalah pelanggan (*buyers*).¹⁷ Sesuai dengan cara kerja dan perjanjian yang telah dibuat pada jasa titip *online*, Pada pelanggan dan jasa titip telah mendapatkan persetujuan atas harga barang yang akan di belikan dan ongkos jasa dan pengiriman. Pada hal ini, penyedia jasa titip akan memberikan perintah untuk melakukan transaksi setiap barang yang akan dititip atau dibeli oleh pelanggan dan memberikan tempo untuk melakukan transaksi tersebut selama 3 hari. Jika melewati tempo atau sama sekali tidak melakukan transaksi yang telah diberikan oleh penyedia jasa pelanggan dianggap melakukan "*Hit and Run*".

- b. Tidak melaksanakan transaksi.

Masing-masing pelanggan berbeda-beda, dimana dalam melaksanakan sebuah transaksi elektronik pelanggan tidak melaksanakan kewajiban mereka secara penuh. Contohnya, ketika pelanggan tidak melaksanakan transaksi setelah penyedia jasa dan pelanggan sepakat dengan melakukan memberikan uang muka terlebih dahulu yang biasa disebut dengan *Down Payment* yaitu dengan cara membayar 50% di awal untuk tetap memberikan jaminan jika barang tersebut telah dibeli melalui penyedia jasa titip dan melakukan pelunasan jika barang sudah di beli oleh penyedia jasa. Tetapi, jika pelanggan tidak melakukan pelunasan barang yang mereka inginkan biarpun barang yang dibeli tidak dikirimkan oleh penyedia jasa, tetapi pihak penyedia jasa titip tetap mendapat kerugian sejumlah setengah harga dari barang yang sudah dibeli tersebut.

Berkaitan hal-hal tersebut banyak persoalan wanprestasi dilakukan oleh penyedia jasa maupun pelanggan dalam titip jasa titip *online* salah satu contohnya adalah wanprestasi yang dilakukan oleh pembeli terhadap penjual misalnya pembeli yang dengan sengaja berniat tidak melaksanakan apa yang musti dilakukan yakni membayar sama dengan isi dalam kesepakatan pada suatu perjanjian. tindakan dari pembeli tersebut dapat menimbulkan kerugian modal pembelian barang bagi penjual

¹⁶Barkatullah, Abdul Halim. "Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia." (2017):19.

¹⁷Anwar, Moh. "Tinjauan Yuridis Tentang Tanggung Gugat Keperdataan Jika Terjadi Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online." *Jurnal Jendela Hukum* 5 (2017): 57-58.

yang mana perjanjian menjadi tidak seimbang karena menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak yakni penjual. Dalam suatu proses jual beli jasa titip khususnya jual beli jasa titip *online* penjual mempunyai hak yang harus dihormati oleh pembeli pada kegiatan tersebut, hal itupun juga musti diseimbangkan oleh penguasaan kewajiban terhadap penjual yang wajib dilaksanakan yang mana pada implementasinya kewajiban dan hak harus seimbang.

Sengketa antara pelaku usaha dengan pelanggan pada mulanya hanya dapat diselesaikan melalui mekanisme penyelesaian sengketa di pengadilan negeri. Namun dengan terbitnya UUPK monopoli penyelesaian sengketa pelanggan tidak lagi menjadi wewenang mutlak dari institusi peradilan umum, melainkan wewenang dimaksud telah diperluas kepada lembaga lain sebagai instrumen hukum penyelesaian sengketa pelanggan, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Pelanggan (BPSK).¹⁸ Penyedia jasa dalam hal ini dapat melakukan beberapa upaya selaku pelaku usaha untuk menuntut ganti rugi akibat pelanggaran yang dilakukan oleh pembeli yakni dapat dilakukan melalui cara mengajukan gugatan melalui pengadilan atau biasa dikenal dengan jalur litigasi maupun non litigasi. Pembeli dalam hal ini yang telah melakukan pelanggaran terhadap pelaku usaha yakni dengan cara sengaja berniat tidak memenuhi kewajibannya yaitu tidak membayar sesuai dengan yang telah disepakati dalam kesepakatan pada suatu perjanjian dapat dikatakan secara nyata telah melanggar ketentuan Pasal 6 UUPK yang dimana menjelaskan tentang hak dari penjual selaku pelaku usaha yang pada konteks ini hak-hak yang berkaitan yakni hak mendapatkan bayaran sesuai dengan yang telah disepakati, hak mendapat perlindungan hukum jika terjadi sengketa dengan pembeli yang melanggar, juga hak untuk membela diri saat penyelesaian kasus.

Berdasarkan pembahasan diatas maka penyelesaian sengketa akibat pelanggaran yang dilakukan oleh pembeli dapat dilakukan melalui jalur litigasi yakni dengan dasar melanggar ketentuan Pasal 1243 KUHPerdara tentang wanprestasi dari suatu perikatan, Pasal 5 dan Pasal 6 UUPK yang mewajibkan pelanggan harus membayar sesuai kesepakatan serta beritikad baik saat proses pembayaran jual beli jasa titip termasuk disini jual beli jasa titip *online*. Gugatan juga dapat didukung dengan alat bukti berupa dokumen elektronik yang sudah di *print out* seperti yang disebutkan dalam Pasal 1866 KUHPerdara yakni alat bukti berupa persangkaan, saksi, bukti tertulis, dan sumpah. Akan tetapi hal tersebut kembali kepada penjual selaku pihak yang dirugikan mengenai upaya apa yang akan ditempuh dalam menyelesaikan sengketa perjanjian jual beli jasa titip *online*.

IV. Kesimpulan

Pengaturan pelaksanaan layanan jasa titip *online* sesuai dengan ketentuan Pasal 1457 KUHPerdara yang menegaskan sebuah perjanjian dimana penyedia jasa dan pembeli setuju untuk mengikatkan diri, dengan satu pihak memberikan suatu barang yang telah di titipkan dan pihak lain yang memberikan imbalan sesuai dengan kesepakatan. Adapun perlindungan bagi pelaku usaha maupun pelanggan dalam kegiatan jasa titip *online* berpedoman pada KUHPerdara dan Undang-Undang ITE yang dimana terdapat dalam ketentuan pasal 1338 KUHPerdara, pasal 1 butir 17 dan pasal 18 ayat 1 yang dimana dalam ketentuan tersebut yakni suatu sahnyanya suatu

¹⁸Sajja, Ronald. "Penyalahgunaan Keadaan oleh Negara Dalam Praktik Perjanjian Pada Kajian Hukum Privat." *Kertha Patrika* 38, no. 3 (2016): 184.

perjanjian. KUHPerdata yang dijadikan dasar hukum atas terjadinya perjanjian yang dilakukan oleh penyedia jasa dan pelanggan, dan UU ITE yang menjadi dasar praktik jasa titip online ini sendiri atau dimana perjanjian tersebut mulai dibuat dan disepakati. Penyelesaian sengketa akibat pelanggaran yang dilakukan oleh pembeli dapat dilakukan melalui jalur litigasi yakni melalui jalur pengadilan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Barkatullah, Abdul Halim. "Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia." *Bandung: Nusa Media* (2017): 19.
- Mertokusumo, Sudikno. "Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)." *Jakarta: Sinar Grafika* (2001): 161.
- Miru, Ahmadi. Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi pelanggan di Indonesia. *Jakarta: RajaGrafindo Persada*, (2011) : 102
- Wijaya, Andika. "Aspek hukum bisnis transportasi jalan online". *Jakarta: Sinar Grafika*, (2016) : 27.

JURNAL :

- Anwar, Moh. "Tinjauan Yuridis Tentang Tanggung Gugat Keperdataan Jika Terjadi Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online." *Jurnal Jendela Hukum* 5 (2017) : 57-58.
- Anggraeni, RR Dewi, and Acep Heri Rizal. "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan." *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 6, no. 3 (2019): 223-238.
- Barkatullah, Abdul Halim. "Urgensi Perlindungan Hak-Hak Pelanggan Dalam Transaksi Di E-Commerce." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 14, no. 2 (2007) : 1-24
- Diputra, I. Gst Agung Rio. "Pelaksanaan Perancangan Kontrak dalam Pembuatan Struktur Kontrak Bisnis." *Acta Comitatus: Jurnal Hukum Kenotariatan* 3, no. 3 (2018): 495-560.
- Di Putra, I. Made Dwija. "Tanggung Jawab Penyedia Aplikasi Jual Beli Online Terhadap Pelanggan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Kertha Semaya* 1, no.10, (2018):1-15.
- Fitria, Tira Nur. "Bisnis jual beli online (online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 01 (2017): 52-62.
- Indrayana, Bayu, Kudang Boro Seminar, and Bagus Sartono. "Faktor penentu minat penggunaan instagram untuk pembelian online menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)." *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)* 2, no. 2 (2016): 139.
- Khairandy, Ridwan. "Pembaharuan Hukum Kontrak sebagai Antisipasi Transaksi Electronic Commerce." *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* 8, no. 16 (2001): 42-57.
- Rachman, M. Yogi, Mardalena Hanifah, and Ulfia Hasanah. "Tanggung Jawab Penjual Kepada Pembeli Melalui Media Online Menurut Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Pada Toko Online Rynakosmetik." PhD diss., Riau University, (2016) : 9.

- Saija, Ronald. "Penyalahgunaan Keadaan oleh Negara Dalam Praktik Perjanjian Pada Kajian Hukum Privat." *Kertha Patrika* 38, no. 3 (2016):184.
- Theda, Richard Revel Wijaya, I. Made Sarjana, and Ida Bagus Putu Utama. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggan Akibat Kelalaian Pelaku Usaha Jasa Laundry Di Denpasar Utara." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 7, no. 7 (2019): 1-15.
- Verawati, Noning. "Pergeseran Pemanfaatan Instagram sebagai Media Bisnis *Online* (Studi Kasus pada Akun@ Schonehazzle)." *KOM & REALITAS SOSIAL* 12, no. 12 (2016) : 1-13
- Wally, Eman, and Swapna Koshy. "The use of Instagram as a marketing tool by Emirati female entrepreneurs: an exploratory study." (2014): 1-19.

INTERNET :

Pengguna E-Commerce di Tanah Air akan Capai 168,3 Juta. Dikutip dari : <https://mediaindonesia.com/read/detail/267857-pengguna-e-commerce-di-tanah-air-akan-capai-1683-juta>.

PERATURAN PERUNDANG - UNDANGAN

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Republik Indonesia
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2008 No. 58
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821