

# Jurist-Diction

Volume 7 No. 1, Januari 2024

## Perlindungan Hukum Pengguna Jasa Titip Beli Melalui Sosial Media Instagram

**Rosi Ambaretha**

rosi.ambaretha-2018@fh.unair.ac.id

Universitas Airlangga

**How to cite:**

Rosi Ambaretha 'Perlindungan Hukum Pengguna Jasa Titip Beli Melalui Sosial Media Instagram' (2024) Vol. 7 No. 1 Jurist-Diction

**Histori artikel:**

Submi 09 Oktober 2023;  
Diterima 07 November 2023;  
Diterbitkan 31 Januari 2024.

**DOI:**

10.20473/jd.v7i1.54839

**p-ISSN:** 2721-8392**e-ISSN:** 2655-8297**Abstract**

*Indonesia has ratified the International Convention on the Protection of the Rights of All Migrant Workers and Members of Their Families (ICMW 1990) through Law Number 6 of 2012. Due to this ratification, Indonesia has various obligations to protect migrant workers entering the country to their jurisdiction regardless of their migration status under the agreement's contents. However, in practice, the Indonesian government has not taken the protection of migrant workers seriously, wildly irregular migrant workers. Therefore, the formulation of the problem includes the protection of foreign migrant workers in Indonesia and the legal consequences for Indonesia if it does not protect migrant workers under the agreement's contents. Therefore, this research is normative juridical research using a statutory and conceptual approach*

**Keywords:** ICMW 1990; Immigration Status; Migrant Workers.

**Abstrak**

Indonesia telah melakukan ratifikasi International Convention on the Protection of the Rights of All Migrant Workers and Members of Their Families (ICMW 1990) melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2012. Konsekuensi dari melakukan ratifikasi ini, Indonesia dibebankan berbagai kewajiban untuk melindungi pekerja migran yang masuk ke wilayah hukumnya tanpa melihat status migrasinya sesuai dengan isi perjanjian. Namun pada prakteknya, Pemerintah Indonesia belum melakukan perlindungan pada pekerja migran dengan serius, khususnya pekerja migran irregular. Rumusan masalah antara lain perlindungan pekerja migran asing di Indonesia serta akibat hukum Indonesia bila tidak melakukan perlindungan pekerja migran sesuai dengan isi perjanjian. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif menggunakan pendekatan perundang-undangan (statute approach) serta pendekatan konseptual (conceptual approach).

**Kata Kunci:** ICMW 1990; Status Migrasi; Pekerja Migran

Copyright © 2024 Rosi Ambaretha

**Pendahuluan**

Paradigma sosial media untuk perdagangan muncul saat teknologi internet dan alat komunikasi berkembang secara pesat. Kini mengakses sosial media misalnya, Instagram, Twitter dan Facebook bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan HP yang terkoneksi dengan internet. Semakin cepatnya orang

bisa mengakses sosial media berakibat kepada hadirnya fenomena arus informasi Indonesia dan negara maju lainnya. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media konvensional dalam menyajikan berita. Kian lama sosial media juga tidak hanya digunakan untuk wadah eksistensi atau bersosial. Namun, juga sebagai wadah promosi atau pemasaran. Penggunaan sosial media untuk pemasaran merupakan bentuk upaya pelaku usaha untuk mempromosikan usaha yang meliputi barang dan jasa. Pemasaran di sosial media adalah pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan komunitas online, jaringan sosial, blog pemasaran dan banyak lagi.<sup>1</sup>

Salah satunya penggunaan Instagram sebagai wadah pelaku usaha jasa titip beli mempromosikan atau menawarkan produk jasa titip belinya. Dengan memposting barang yang hendak di titip belikan kepada pengguna jasanya melalui Instagram dirasa lebih mudah dan murah. Karena pelaku usaha tidak perlu menimbun barang apalagi sampai menyewa toko layaknya reseller untuk mempromosikan jasanya. Dari segi konsumen pengguna jasanya merasa sangat terbantu dengan adanya jasa ini. Apalagi belakangan ini, seperti yang kita ketahui bersama dunia sedang dihebohkan dengan pandemi COVID-19 yang secara tidak langsung membatasi gerak para konsumen untuk membeli barang di pusat perbelanjaan yang menimbulkan kerumunan.

Namun, berkaitan dengan kualifikasi karakteristik perjanjian dalam konsep jasa titip terutama dalam media sosial dapat dikatakan tidak jelas pengaturan serta pengimplementasiannya. Hal demikian disebabkan oleh model pemesanan melalui jasa titip beli di Instagram yang hanya berupa format order namun tidak disertakan secara jelas mengenai ketentuan lain mengenai perjanjian tersebut bagaimana, selain itu hak dan kewajiban pelaku usaha konsumen juga tidak ditulis sedemikian rupa dengan rinci dan rijit. sehingga, banyak ditemui permasalahan seperti: ketidakjelasan tanggung gugat dalam hal adanya perbedaan barang yang sampai misalnya warnanya lebih terang atau lebih gelap dari yang ada difoto, ukuran yang ternyata

---

<sup>1</sup> Erni Herawati, 'komunikasi dalam era teknologi komunikasi dan informasi' (2011) 2 jurnal Komunikasi dan Multimedia.

berbeda, bahkan saat adanya cacat tersembunyi. ketidak tahuan masyarakat untuk menyelesaikan sengketa atau permasalahan yang terjadi karena menganggap harga barang tidak sebanding dengan biaya yang akan dikeluarkan, apabila di tempuh melalui upaya hukum. Oleh karenanya penulis tertarik untuk menganalisis mengenai hubungan hukum pelaku usaha dan konsumen dalam usaha jasa titip beli di Instagram yang terjadi kemudian dikaitkan dengan bentuk perjanjian jasa titip beli di Instagram. guna mengetahui bentuk tanggung gugat penyedia usaha jasa titip beli di Instagram serta upaya hukum yang dapat diterapkan dalam usaha jasa titip beli di Instagram.

### **Metode**

Tipe penelitian ini dilakukan dengan meneliti dan menganalisa norma hukum dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku dan memiliki keterkaitan dengan isu- isu hukum yang akan diteliti dalam penelitian ini. Dengan harapan hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah memberikan preskripsi yang komprehensif dan apa yang seharusnya berlaku. Adapun Penelitian ini peneliti menggunakan beberapa pendekatan yang dirasa diperlukan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach).<sup>2</sup> Dalam hal ini, statute approach digunakan untuk menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku terhadap bentuk perjanjian jasa titip beli secara online serta pertanggungjawabannya. Terlebih lanjut, conceptual approach akan digunakan untuk mengkaji tanggung gugat pelaku usaha dalam perjanjian jasa titip beli di Instagram dengan ditinjau dari doktrin-doktrin yang berlaku di ranah hukum.

### **Karakteristik Perjanjian Jasa Titip Beli melalui Sosial Media Instagram**

Hubungan yang terjadi antara pelaku usaha jasa titip beli di Instagram dan konsumen pengguna jasanya terdapat perikatan hukum yang terjalin di dalamnya.

---

<sup>2</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Kencana Prenada Media Group 2011).[35].

Perikatan hukum adalah dimana adanya hubungan hukum timbul antara dua pihak atau lebih yang menghasilkan hak dan kewajiban untuk masing-masing pihak yang bersangkutan. Hubungan yang terjadi antara pelaku usaha jasa titip beli dan konsumen pengguna jasanya berupa adanya perjanjian yang dibuat sehingga melahirkan perikatan dan memberikan konsekuensi bagi para pihak, yaitu hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan, dalam perjanjian jasa titip beli di Instagram ini. Dengan terjadinya perjanjian antara pelaku usaha jasa titip beli dan konsumen pengguna jasanya maka secara otomatis menimbulkan perikatan hukum diantara pelaku usaha jasa titip beli dan konsumen pengguna jasanya. Sebagaimana yang dimuat dalam pasal 1340 KUHPerdara yang pada intinya berbunyi perjanjian mengikat dan menimbulkan akibat hukum antara para pihak yang membuatnya atau sering disebut dengan asas *privity of contract*.

Sehingga, ketika keduanya melakukan perbuatan untuk bersepakat melakukan kegiatan titip beli pada saat itu juga kegiatan titip beli melahirkan perjanjian jasa titip beli yang disertai akibat hukum untuk para pihak yang membuatnya. Artinya perjanjian yang lahir dari usaha jasa titip beli di Instagram adalah perjanjian yang lahir dari kesepakatan kedua belah pihak yang melahirkan hak dan kewajiban para pihak. perjanjian yang dilakukan pelaku usaha jasa titip beli dan konsumen pengguna jasanya untuk melakukan sebuah kegiatan titip beli dengan cara mengikatkan dirinya atas persetujuan yang terjadi merupakan suatu bentuk perjanjian. Adanya kata sepakat saja antara kedua belah pihak sudah di anggap oleh undang-undang perjanjian tersebut adalah perjanjian sah.

Adanya unsur-unsur persetujuan dalam perjanjian jasa titip beli meliputi unsur *essentialia*, unsur *naturalia* dan unsur *accidentalia*. Dari ketiga ke-tiga unsur tersebut berikut merupakan penjabaran diantaranya:<sup>3</sup>

1. Unsur *essentialia* merupakan karakter fundamental atau esensi dari perjanjian tersebut. Unsur ini merupakan karakter yang harus ada dalam perjanjian. Dengan kata lain perjanjian akan terlahir apabila di dalam perjanjian tersebut memuat

---

<sup>3</sup> R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan* (Bina Cipta 1999).[50].

esensi. Pada usaha jasa titip beli di Instagram unsur essentialia yang harus terdapat pada perjanjian jasa titip beli adalah unsur kegiatan pelaku usaha selaku penyedia jasa @jastip.ps adalah untuk membelikan barang titipan (jasa titip) dengan mendapatkan sejumlah harga pengganti jasa yang telah dikeluarkan (fee jastip).

2. Unsur naturalia merupakan unsur perjanjian yang oleh hukum diatur. unsur ini juga merupakan karakter natural atau alami yang melekat dari sebuah perjanjian. Seperti hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan konsumen. Misalnya, kewajiban pelaku usaha untuk membelikan dan mengirim barang dengan aman dan selamat sesuai dengan informasi yang diberikan konsumennya melalui format order. Selain itu, kewajiban yang melekat secara alami adalah mengembalikan atau merefund barang dengan mengembalikan sejumlah dana apabila barang yang dititip belikan tidak tersedia lagi di toko. Sedangkan haknya adalah mendapatkan pembayaran atas jasa yang telah ia keluarkan sekalipun barang tersebut tidak tersedia lagi sebagaimana yang dimuat dalam format order akun @jastipsby.ps. Namun, bisanya hal yang demikian harus diperjanjikan diawal terlebih dahulu. Adapun kewajiban konsumen pengguna jasanya adalah membayar sejumlah biaya-biaya yang timbul akibat diadakannya perjanjian tersebut. Kemudian hak konsumen adalah mendapatkan barang yang sesuai dengan informasi yang telah di berikan dengan aman dan selamat yang sebenarnya telah diatur dalam KUHPerdara maupun Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
3. Unsur accidentalia merupakan karakteristik dari perjanjian yang memuat ketentuan tertentu yang dinyatakan secara tegas dan diperjanjikan oleh para pihak. Dalam perjanjian jasa titip beli di Instagram @jastipsby.ps terdapat ketentuan yang secara ditegas dinyatakan sebagai berikut:
  - 1) Barang akan dibelanjakan setelah ada pembayaran melalui transfer.
  - 2) Barang yang tidak ada akan di konfirmasi untuk di ganti model lain/di refund/ menunggu di carikan di mall lain.
  - 3) Pembayaran melalui shopee maksimal 120.000 dan sisanya di transfer ke rekening yang tersedia.
  - 4) Barang akan dikirim maksimal h+2 setelah transfer.
  - 5) Diutamakan yang mengikuti aturan dan tetap sopan.

Dalam buku III KUHPerdato terdapat penggolongan macam-macam persetujuan atau perjanjian Obligatoir perjanjian jasa titip beli di Insatagram masuk kedalam perjanjian kontrak tidak bernama karena ketentuannya tidak diatur didalam Buku III KUHPerdato pada Bab I, II, dan IV. Usaha jasa titip beli di Instagram merupakan kontak atau perjanjian yang tergolong baru dari adanya asas kebebasan berkontrak dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdato yang berbunyi sebagai berikut:

“semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya”.

kebebasan berkontrak berkaitan dengan kehendak bebas para pihak. Para pihak memiliki otonomi kehendak, yakni kehendak untuk menentukan hukumnya sendiri. Kewajiban kontraktual bersumber dari kehendak para pihak yang menjadi dasar kontrak. Doktrin ini menekankan pada kebebasan individu untuk membuat kontrak tidak bernama (*ombenoemde, innominat contracten*); sepanjang tidak bertentangan dengan ketertiban umum, para pihak bebas membuat kontrak yang diinginkan. dunia bisnis E-commerce berkembang dengan ditandai keadaan model bisnis C2C atau consumer to consumer yang semula hanya dilakukan melalui market place dan website dan kini berkembang merambah kearah platform sosial media Instagram. Hal demikianlah yang menyebabkan usaha jasa titip beli di Instagram belum diatur secara khusus dalam ketentuan umum KUHPerdato maupun aturan Perundang-undangan lainnya. Sehingga dapat dikatan perjanjian usaha jasa titip beli ini meupakan perjanjian tidak bernama.

Berdasarkan karakteristik yang dimiliki oleh pedagang perantara berjenis komisioner, agen dan makelar. Apabila dikaitkan dengan kegiatan usaha jasa titip beli di Instagram. Penyedia jasa titip beli di Instagram memiliki kesamaan dengan karakteristik komisioner. Adapun kesamaannya sebagai berikut:

- ✓ Dalam melakukan kegiatan jasa titip beli pelaku usaha jasa titip beli atau penyedia jasa titip beli di Instagram tidak diharuskan untuk diangkat oleh pejabat yang berwenang seperti halnya seorang makelar.
- ✓ Pelaku usaha jasa titip beli atau penyedia jasa titip beli di Instagram dalam melaksanakan kegiatan jasanya juga menjadi penghubung antara konsumen pengguna jasanya dengan pemilik toko yang menyediakan barang yang diinginkan konsumen dengan menggunakan namanya sendiri (*akun jastip beli miliknya*).

- ✓ Dari kegiatan jasa tersebut pelaku usaha jasa titip beli atau penyedia usaha jasa titip beli di Instagram mendapatkan sejumlah uang atas usaha dan tenaga yang ia keluarkan (fee jastip) dalam kegiatan yang dilakukan komisioner hal demikian disebut dengan komisi.
- ✓ Pelaku usaha jasa titip beli atau penyedia jasa titip beli di Instagram dalam melakukan perjanjian jasa berkedudukan sebagai pihak. sehingga dalam melaksanakan kegiatan jasanya ia tidak memiliki kewajiban untuk menyebutkan siapa pemberi amanat atau konsumen pengguna jasanya. Artinya dalam melakukan kegiatan jasa titip tersebut pelaku usaha selaku penyedia jasa kedudukannya merupakan pihak dalam perjanjian jasa titip beli di Instagram sebagaimana bentuk C2C dalam kegiatan E-commerce melalui platform sosial media Instagram.

Namun, hal ini tidak menjadikan alasan bahwasanya perjanjian jasa titip beli ini masuk kedalam kegiatan keperantaraan seorang komisioner. Mengingat ada unsur yang tidak terpenuhi yaitu adanya perjanjian kuasa dalam komisioner. Dalam kegiatan jasa titip beli melalui sosial media instagram juga dalam praktiknya tidak menggunakan kuasa baik ditulis maupun dengan lisan yang menggunakan kata-kata yang tegas. Sehingga dengan terbenturnya ketentuan komisioner yang tidak menggunakan kuasa berkaitan dengan batasan pertanggung jawaban penerima kuasa itu sendiri misalnya terhadap barang yang cacat, kekeliruan barang dan sebagainya.

Tidak masuknya pelaku usaha jasa titip beli di Instagram ke dalam pedagang perantara khusus berjenis komisioner memunculkan pertanyaan apakah perjanjian jasa titip beli di Instagram ini masuk kedalam kegiatan keperantaraan biasa? Jika dilihat dalam praktiknya kegiatan keperantaraan merupakan kegiatan yang di dasarkan atas adanya sebuah perjanjian antara pihak yang menyuruh dan disuruh. Maka hal demikian berhubungan dengan perjanjian pemberian kuasa *lastgeving* yang dimuat dalam pasal 1792 KUHPerdara yang berbunyi:

“suatu perjanjian dengan mana seseorang memberikan kekuasaan kepada orang lain, yang menerimanya, untuk atasnamanya menyenggarakan suatu urusan”.

Penafsiran “untuk dan atas nama” diartikan bahwasanya dalam kegiatan pemberian kuasa tersebut melahirkan perwakilan, dan berakibat bahwa ketentuan *lastgeving* berlaku bagi pemberian kuasa yang melahirkan perwakilan *volmacht*. Terdapat

perbedaan essensi antara *lastgeving* dan *volmacht*, essensi pada *volmacht* ialah memberikan kewenangan mewakili yang lahir dari tindakan hukum sepihak bukan kewajiban mewakili, sedangkan *lastgeving* essensinya merupakan kewajiban mewakili yang lahir dari perjanjian, jika ada kewenangan mewakili dalam *lastgeving* tersebut atau kewajiban bertindak (melaksanakan prestasi).

Achmad Ichsan mengemukakan terdapat 3 (tiga) keadaan hukum berkaitan dengan hubungan hukum pemberian kuasa dan kewenangan mewakili, diantaranya (a) pemberian kuasa disertai kewenangan mewakili, yang melahirkan perwakilan berdasarkan perjanjian *lastgeving* dan *volmacht*; (b) pemberian kuasa tanpa disertai kewenangan mewakili, tidak melahirkan perwakilan *lastgeving* dan (c) kewenangan mewakili tanpa pemberian kuasa *volmacht*.<sup>4</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya Dalam kegiatan jasa titip di Instagram didasarkan oleh perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dan konsumen pengguna jasanya merupakan kegiatan pemberian kuasa *lastgeving* yang mana perbuatan perwakilan itu lahir dari adanya perjanjian yang dibuat oleh penyedia jasa titip beli di Instagram dan konsumen pengguna jasanya itu sendiri.

Penggunaan kalimat pada masyarakat memang terkadang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Seperti halnya usaha jasa titip beli di Instagram ini, penggunaan kata titip kadang diartikan merujuk pada kegiatan penitipan barang. Sebagaimana yang dimuat dan diatur dalam pasal 1694 yang berbunyi:

“Penitipan adalah terjadi, apabila seseorang menerima suatu barang dari orang lain, dengan syarat bahwa ia akan menyimpannya dan mengembalikannya dalam wujud asalnya”.

Dalam konteks penitipan barang ini barang yang dititipkan merupakan barang yang berwujud nyata. Sedangkan dalam kegiatan jasa titip ini barang tersebut belum ada dan esensi dari perjanjiannya pun adalah kegiatan jasa untuk membelikan. Bukan jasa untuk menyimpan untuk dikembalikan dalam keadaan semula. Sehingga jelas bahwasanya kegiatan jasa titip beli ini buan merupakan perjanjian menitipkan barang sebagaimana yang ada pada perjanjian penitipan barang.

---

<sup>4</sup> Achmad Ichsan, *Hukum Perdata IB* (Pembimbing Masa 1969).[224].

Dengan demikian tidak dapat ditentukannya bentuk maupun karakteristik perjanjian secara pasti yang menyebabkan perjanjian jasa titip ini ditarik kedalam bentuk keagenan, perjanjian keperantaraan khusus berjenis komisioner, maupun perjanjian penitipan. Dapat disimpulkan bahwasanya sebenarnya perjanjian jasa titip beli melalui sosial media Instagram ini tidak tunduk pada ketentuan perjanjian manapun dalam KUHPperdata. Oleh karena itu perjanjian dalam usaha jasa titip beli di Instagram ini termasuk kedalam Perjanjian sui generis atau perjanjian dengan jenis baru yang tunduk pada asas kebebasan berkontrak dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPperdata.

### **Tanggung Gugat Pelaku Usaha dalam Perjanjian Jasa Titip Beli di Instagram**

Sebelum membahas mengenai unsur tanggung gugat pelaku usaha dalam perjanjian jasa titip beli secara online, perlu dijelaskan terlebih dahulu mengenai bentuk kerugian dari pelanggaran jasa titip beli di Instagram ini. Apabila berbicara dengan mengenai jenis kerugian maka kerugian ini dapat berupa ketidaksamaan antara barang yang dijanjikan dengan barang asli, keterlambatan pengiriman barang, dan bahkan barang tersebut tidak pernah dikirimkan hingga menghilang. Hal ini dicontohkan dengan adanya kasus di tahun 2022 terhadap korban penipuan jasa titip produk elektronik senilai ratusan juta rupiah akibat jasa titip Instagram yang ia percaya tidak pernah menerima barang elektronik tersebut.<sup>5</sup> Sedangkan untuk kasus terbaru penipuan jasa titip terdapat kasus penipuan tiket konser Coldplay dan Suga BTS yang menelan kerugian hingga 200 juta rupiah di pertengahan 2023 kemarin.<sup>6</sup>

Bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha atas kerugian yang di derita oleh konsumen pengguna jasa titip beli di Instagram yang di dasari oleh perbuatan ingkar janji atau wanprestasi. Dasar pertanggung jawaban pelaku usaha pada

---

<sup>5</sup> Larissa Huda, 'Maraknya Fenomena Jastip meski Beresiko Penipuan, Pengamat: Tergiur Jalan Tikus' (Kompas.com, 2022) <<https://megapolitan.kompas.com/read/2022/07/15/11330461/maraknya-fenomena-jastip-meski-berisiko-penipuan-pengamat-tergiur-jalan?page=all>> diakses 21 Juli 2023.

<sup>6</sup> CNN, 'Korban Jastip Tiket Konser Coldplay Lapor Polisi, Kerugian Rp200 Juta' (CNN, 2023)<<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230530202229-12-955987/korban-jastip-tiket-konser-coldplay-lapor-polisi-kerugian-rp200-juta>> diakses 21 Juli 2023.

hukum perlindungan konsumen dimuat dan diatur dalam pasal 19 sampai dengan 28 Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, didalam pasal tersebut tidak memuat jelas mengenai pertanggung jawaban pelaku usaha tersebut di dasarkan oleh kesalahan atau resiko.<sup>7</sup> Pada pasal 19 ayat (1) Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, berbunyi :

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

Kemudian, pasal 24 ayat (1) Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, berbunyi:

“Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:

- a. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- b. pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi”.

Dari beberapa ketentuan diatas diketahui bahwasanya pertanggung jawaban pelaku usaha di dasari oleh kerugian konsumen. lama waktunya pemberian ganti kerugian dalam pasal 19 ayat (3) Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yakni 7 (tujuh) hari setelah adanya transaksi. oleh demikian menunjukkan bahwasanya tanggung jawab tersebut merupakan tanggung jawab mutlak (strict liability) yang bermakna apabila konsumen mengalami kerugian maka ia dapat dengan langsung menuntut ganti kerugian dan pelaku usaha dengan kesukarelaannya memberi ganti kerugian kepada konsumen. Namun, pasal 19 ayat (5) Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

“Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen”.

---

<sup>7</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (PT. Citra Aditya Bakti 2014) [h.138-140].

Dari ketentuan diatas mengisyaratkan bahwasanya pertanggungjawaban tersebut di tekankan pada kesalahan. Sehingga, jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Maka, tidak berlaku lagi pemberian ganti rugi dengan jangka waktu tujuh hari setelah transaksi. Ketentuan tersebut di perkuat dengan pasal 27 dan 28 Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang pada intinya berbunyi apabila memang pelaku usaha dapat membuktikan bahwa tidak terdapat bukti yang mengindikasikan unsur kesalahannya yang mana secara tidak langsung tanggung jawab resiko (risk liability) atau tanggung jawab mutlak (strict liability) tersebut tidak dapat di bebaskan kepadanya. Hal ini juga menjadi tolak ukur bahwasanya Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menganut ajaran atau prinsip pertanggungjawaban dengan ganti kerugian yang berdasarkan kesalahan atau (liability based on fault).

### **Upaya Hukum yang Dapat di Lakukan Konsumen dalam Perjanjian Jasa Titip Beli di Instagram**

Dari kerugian - kerugian yang dialami oleh pengguna usaha jasa titip beli di Instagram lahir dari adanya sengketa menuntut pertanggung jawaban ganti kerugian. Maka dari itu terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan agar konsumen pengguna jasa titip beli di Instagram terlindungi hak serta merasa aman dari sengketa yang mungkin timbulkan dari perjanjian jasa titip beli di Instagram. Sebagaimana yang diatur dan dimuat dalam pasal 45 Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:<sup>8</sup>

- (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

---

<sup>8</sup> Ahmadi miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Rajawali Pers 2014) [225-227].

- (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Sebagaimana yang dimuat dalam pasal 45 ayat (1) dan (2) pada prinsipnya upaya hukum dalam penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan dengan cara non litigasi melalui lembaga yang berwenang menyelesaikan sengketa konsumen dalam hal ini adalah BPSK atau dengan melalui cara litigasi atau melalui lingkup peradilan umum.

Berdasarkan hukum kebiasaan, sengketa dalam usaha jasa titip beli di Instagram dialami oleh perorangan atau dirinya sendiri sehingga gugatan diajukan secara persorangan, atau melalui gugatan kelompok untuk gugatan yang diajukan beberapa orang dengan kepentingan yang sama dan diwakilkan oleh seorang perwakilan kelompok. Didalam penyelesaian sengketa melalui peradilan negeri terdapat setidaknya tiga klasifikasi gugatan, diantaranya gugatan terkait wanprestasi, perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatige daad*) dan perbuatan melawan hukum penguasa (*onrechtmatige over heads daad*). Menurut pendapat AZ Nasution penyebutan tiga klasifikasi gugatan dalam surat gugatan tidak dimungkinkan.<sup>9</sup> Karena, terkadang hal demikian dijadikan senjata oleh para kuasa hukum untuk menangkis gugatan penggugat dengan alasan gugatan tersebut kabur. Dan yang dikawatirkan nantinya terdapat ketidak konsistenan hakim dalam memberikan kualifikasi gugatan dalam putusannya. Sehingga pihak yang dirugikan harus jelas mengkualifikasikan tindakan tersebut kedalam satu kualifikasi saja agar gugatannya tidak kabur.

Yusuf Shofie berpendapat dalam bukunya bahwasanya putusan pengadilan dalam sengketa konsumen, bukanlah persoalan mengenai menang maupun kalah. Tujuannya tidak lain adalah perbaikan nasib dari konsumen, terutama yang memiliki akses lemah agar mendapatkan rasa adil artinya, permasalahan menang kalah bukan tujuan dibawanya suatu peristiwa yang berakibat kerugian konsumen

---

<sup>9</sup> Az.Nasution, *Konsumen dan hukum* (Pustaka Sinar Harapan 1995) [h.174]

atau penggugat di pengadilan. Melaikan mengenai bentuk pengembalian keadaan konsumen seperti semula dari kerugian yang dirasakan konsumen terhadap perilaku pelaku usaha yang dianggap merugikan dirinya. Terdapat pula asas hukum yang menyatakan *point d'interet*, *point d action* yang artinya (tidak ada kepentingan maka tidak ada aksi). Hal demikian menggambarkan pula bahwa gugatan diajukan di pengadilan semata-mata diajukan untuk mempertahankan hak yang telah dilanggar oleh perbuatan pihak lain.

### **Kesimpulan**

Perjanjian jasa titip beli melalui sosial media Instagram tidak dapat dipersamakan atau ditarik kedalam bentuk karakteristik perjanjian keagenan, perjanjian keperantaraan khusus berjenis komisioner, maupun perjanjian penitipan. Kegiatan jasa titip di Instagram didasarkan oleh perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dan konsumen pengguna jasanya merupakan kegiatan pemberian kuasa *lastgeving* yang mana perbuatan perwakilan itu lahir dari adanya perjanjian yang dibuat oleh penyedia jasa titip beli di Instagram dan konsumen pengguna jasanya itu sendiri. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya sebenarnya perjanjian jasa titip beli melalui sosial media Instagram ini tidak tunduk pada ketentuan perjanjian manapun dalam KUHPerdara. Oleh karena itu perjanjian dalam usaha jasa titip beli di Instagram ini termasuk kedalam Perjanjian sui generis atau perjanjian dengan jenis baru yang tunduk pada asas kebebasan berkontrak dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara. Pertanggung gugatan ganti kerugian terhadap pelaku usaha dapat dilakukan konsumen dengan cara damai melalui negosiasi atau melalui upaya non-litigasi melalui BPSK dengan cara Konsiliasi, Mediasi, Arbitrase. Namun, tidak menutup kemungkinan penyelesaian sengketa tersebut dilakukan melalui cara litigasi di lingkup peradilan umum. Pelaku usaha tetap berkewajiban membuktikan ada atau tidaknya kesalahan untuk memikul tanggung jawab atas kerugian yang di derita konsumen sebagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menganut sistem pertanggung jawaban yang di dasari oleh kesalahan atau prinsip *liability based on fault*.

**Daftar Bacaan****Buku**

Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (PT. Citra Aditya Bakti 2004).

Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia* (PT. Citra Aditya Bakti 2014).

Achmad Ichsan, *Hukum Perdata IB* (Pembimbing Masa 1969).

Agus Sardjono, *Pengantar Hukum Dagang* (Raja Grafindo 2014).

Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Cetakan ke-8, Rajawali Pers 2014).

Az Nasution, *Konsumen dan hukum* (Pustaka Sinar Harapan 1995).

FX Suhardana, *Contact Drafting* (Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2009).

Ginta Ginting, *Pemasaran Jasa* (Universitas Terbuka 2018).

Henry Rizard Rumopa, *Keabsahan perjanjian* (FH UI 2010).

Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (PT. Citra Aditya Bakti 2014).

Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Bayu Media Publishing 2006).

Leonora Bakarbesy, *Buku Ajar Hukum Perikatan* (Zifatama Jawara 2018).

M Zen Abdullah, *Intisari Hukum Perdata Materiil* (Hasta Cipta Mandiri 2009.)

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Kencana Prenada Media Group, Jakarta 2011).

Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia* (Djambatan 1999).

Rahardjo, Satjipto, *Hukum dan Masyarakat* (Angkasa 1986).

R Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan* (Bina Cipta 1999).

R Subekti, *Aneka Perjanjian* (Citra Aditya Bakti 2014).

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (UI Press 2012).

Sogar Simamora, *Buku Ajar Hukum Kontrak* (Universitas Airlangga 2012).

Sudikno Mertokusumo, *Rangkuman Kuliah Hukum Perdata* (Fakultas Pascasarjana UGM 1987).

Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum* (Liberty 2007).

### **Jurnal**

Ahmad, 'Pemberlakuan Pajak terhadap Barang Hasil Transaksi Jasa Titip Online' (2020) 2 Jurnal Suara Hukum.

Ari Purwadi, 'Prinsip Praduga Selalu Bertanggung-gugat dalam Sengketa Medik' (2017) 4 Padjajaran Jurnal Ilmu Hukum.

Erni Herawati, 'komunikasi dalam era teknologi komunikasi dan informasi' (2011) 2 Jurnal Komunikasi dan Multimedia Bina Nusantara University.

### **Laman**

Akbar, Bayu Norvantry, "SP4N-LAPOR!, Wadah Masyarakat Adukan Pelayanan Publik", <https://infopublik.id/kategori/sorot-politik-hukum/453400/sp4n-lapor-wadah-masyarakat-adukan-pelayanan-publik>, 25 juli 2021, dikunjungi pada tanggal 25 juli 2021.

CNN, 'Korban Jastip Tiket Konser Coldplay Lapor Polisi, Kerugian Rp200 Juta' (CNN, 2023) <<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230530202229-12-955987/korban-jastip-tiket-konser-coldplay-lapor-polisi-kerugian-rp200-juta>> diakses 21 Juli 2023.

Djairan, "Jamin Hak Konsumen, BPKN Tindak Lanjuti 3.269 Aduan hingga Agustus 2020", <https://www.inews.id/finance/makro/jamin-hak-konsumen-bpkn-tindak-lanjuti-3269-aduan-hingga-agustus-2020>, 20 juni 2021, dikunjungi pada tanggal 20 juni 2021.

Larissa Huda, 'Maraknya Fenomena Jastip meski Berisiko Penipuan, Pengamat: Tergiur Jalan Tikus' (Kompas.com, 2022) <<https://megapolitan.kompas.com/read/2022/07/15/11330461/maraknya-fenomena-jastip-meski-berisiko-penipuan-pengamat-tergiur-jalan?page=all>> diakses 21 Juli 2023.

Instagram, Pusat bantuan, "Terms and condition instagram" [https://help.instagram.com/581066165581870/?helpref=uf\\_share](https://help.instagram.com/581066165581870/?helpref=uf_share), 09 januari 2022, dikunjungi pada tanggal 09 januari 2022.

**Perundang-undangan**

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.