

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini terjadi begitu pesat dalam seluruh aspek tatanan kehidupan masyarakat termasuk dalam kegiatan perdagangan. Wujud dari kemajuan teknologi semakin hari semakin berkembang pesat, instagram sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, penggunaan yang mudah membuat aplikasi instagram banyak diminati berbagai kalangan baik untuk berbagi informasi sehari-hari maupun untuk bisnis. Pengguna internet di Indonesia semakin tahun semakin bertambah, hal inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk membuat toko online yang digunakan untuk menawarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Pelaku usaha yang melakukan bisnis online biasanya menawarkan produknya melalui media sosial, salah satunya yang populer yaitu media instagram. Aplikasi instagram merupakan aplikasi yang terdapat dalam *smartphone* yang cara kerjanya adalah pengguna dapat mengunggah foto maupun video di aplikasi tersebut dan memposting atau membagikannya kepada sesama pengguna instagram tersebut. Aplikasi instagram merupakan aplikasi yang sangat laris bagi pengguna media sosial sekarang ini dengan pengguna aktif sebanyak 200 juta pada saat peluncurannya di tahun 2014 dan terus bertambah setiap tahunnya. Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer untuk melakukan kegiatan bisnis dan pemasaran. Meluasnya sistem belanja online memunculkan peluang bisnis baru yang

salah satunya oleh masyarakat dikenal sebagai jasa titip beli. Jasa titip merupakan bisnis yang biasanya dilakukan oleh seseorang yang tengah melakukan traveling, baik di dalam negeri maupun luar negeri dan kemudian membuka jasa pembelian barang-barang yang diinginkan oleh orang lain, dalam artian konsumen (Indira Putri, 2022: 10).

Jasa titip *personal shopper* (belanja perseorangan) merupakan bisnis yang sedang berkembang pesat seiring dengan pemanfaatan media internet melalui aplikasi media sosial yang saat ini berkembang, bahkan kehadiran lapak-lapak online menjadi suatu industri yang menarik di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Usaha jasa titip ini berkembang dan merupakan peluang bisnis yang cukup menarik, usaha ini merupakan usaha yang dilakukan oleh seseorang baik di dalam maupun luar negeri yang membuka jasa pembelian barang yang diperlukan oleh konsumen. Bermadalkan *smartphone* dan koneksi internet serta media sosial maka usaha jasa titip berubah menjadi sektor usaha *personal shopper* (belanja perseorangan) yang memberikan keuntungan yang besar di berbagai pasar online yang sudah ada. Masyarakat cenderung lebih memilih berbelanja menggunakan media jasa titip selain bisa menghemat waktu dan tenaga masyarakat juga mendapatkan harga yang relatif murah dan kualitas barang yang bagus (I Nyoman. 2022: 8).

Profesi jasa titip menggunakan mekanisme kerja yang sangat sederhana, seorang jasa titip berperan sebagai pihak ketiga yang menghubungkan konsumen dengan penjual dengan tugas utama yaitu

membeli produk yang sebelumnya telah ditawarkan oleh jasa titip tersebut yang dipromosikan melalui instagram.

Jasa titip sebagai pihak ketiga yang menghubungkan konsumen dan penjual dengan tugas utama yaitu membeli produk yang sebelumnya telah ditawarkan oleh jasa titip tersebut yang dipromosikan di media sosial dengan menyertakan foto dari produk tersebut dengan memberikan keterangan berapa ongkos atau upah yang dipatok untuk pembelian setiap barang oleh jasa titip tersebut. Salah satu resiko bagi pengguna jasa titip atau orang yang memakai jasa titip yaitu ketidaksesuaian barang, bahaya atas cacatnya produk yang diterima oleh pengguna jasa titip online dan seringnya terjadi penipuan dikarenakan tidak adanya suatu perjanjian tertulis antara si pengguna jasa titip dan pelaku jasa titip perihal transaksi barang tersebut. Pengguna jasa titip hanya berkomunikasi dan melihat barang yang ingin dibelinya melalui media sosial atau kontak pelaku jasa titip secara online (Wirajaya, 2020: 8).

Konsumen pengguna jasa titip biasanya menitipkan barang-barang yang tidak ada di tempat tinggalnya atau negara tempat tinggalnya. Contohnya, seseorang yang tinggal di Kendari ingin membeli produk *fashion* bermerek *channel* yang mana di Kendari belum mempunyai outlet *channel* itu sendiri dan outlet tersebut hanya berada di kota-kota besar seperti seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Barang-barang yang hanya terdapat di luar negeri seperti merek *fashion supreme* yang hanya ada di beberapa negara besar seperti Amerika, Jepang, Perancis, dan Inggris kemudian jika barang itu terdapat di Indonesia barang itu juga sangat mahal dibanding ketika beli di

toko aslinya atau outlet resmi yang di bangun dari merek itu sendiri, oleh karena itu sebagian besar penyedia jasa titip beli ini berdomisili di kota-kota besar dan juga orang yang berdomisili di luar negeri karena sedang menjalankan pendidikan atau pekerjaan (Uzhma, Njatrijani, 2022: 3).

Perdagangan pada intinya merupakan kegiatan yang berkaitan dengan adanya transaksi barang maupun jasa di dalam negeri maupun di luar negeri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Jika terdapat cacat produk pada saat barang sudah diterima oleh konsumen dalam jasa titip beli secara online, maka pada umumnya resiko tersebut harus ditanggung oleh *seller* (Penjual). Kegiatan jasa titip dalam praktik jual beli online tersebut tidak dilakukan secara langsung, maka penjual memiliki tanggung jawab yang mutlak atas resiko yang timbul dari barang yang cacat dikarenakan hanya penjual yang mengetahui bagaimana kualitas dan wujud barang sehingga wajib bagi penjual untuk menerima resiko apabila konsumen dapat membuktikan bahwa terjadi cacat produk pada saat produk tersebut sudah diterima oleh konsumen. Jasa pengiriman/pengangkutan dalam penggunaan jasa pengiriman terdapat adanya kesepakatan maupun perjanjian baik dari pihak pengangkut maupun pihak pengirim dan penerima. Perusahaan pengangkut barang wajib bertanggung jawab atas adanya kerugian yang diderita oleh pengirim dan penerima barang apabila terjadi kelalaian dalam melaksanakan pengangkutan, konsumen ingin mendapatkan kompensasi maupun ganti rugi atas penerimaan barang yang cacat lewat

pemesanan jasa titip beli secara online dalam praktik jual beli online, konsumen harus bisa membuktikan dari manakah berasal faktor kelalaian tersebut, apakah berasal dari pihak penjual maupun berasal dari pihak pengangkut (Leonardo Tuela, 2014: 56).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 tentang hak dan kewajiban konsumen yang tercantum dalam Ayat (1) menyatakan konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang dibelinya serta Ayat (8) konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan juga penggantian apabila barang atau jasa yang diterima ataupun yang dikonsumsi tidaklah sesuai dengan perjanjian atau juga tidak sebagaimana mestinya. Pasal tersebut menjelaskan bahwasanya konsumen haruslah dijamin haknya terhadap barang atau jasa yang mereka konsumsi oleh pelaku usaha tertera dalam Pasal 19 Undang–Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, (Try Krisna, 2020: 24) yaitu :

- 1) Pelaku usaha mempunyai tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat dari mengkonsumsi barang atau jasa yang diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi yang sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) bisa berupa pengembalian uang konsumen atau penggantian barang atau jasa dengan yang sejenis atau memiliki nilai yang setara, atau perawatan kesehatan

atau pemberian kompensasi yang sesuai dengan ketentuan Perundang-undangan yang berlaku.

- 3) Pemberian ganti rugi biasanya diberikan dengan batas waktu 7 (tujuh) hari setelah diberlakukannya transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dan Ayat (2) tidak menghapus adanya kemungkinan tuntutan pidana berdasarkan dari pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dan Ayat (2) tidak akan berlaku apabila pelaku usaha ternyata dapat membuktikan bahwasanya kesalahan tersebut merupakan kesalahan dari konsumen (Wirajaya, 2020: 8).

Kasus jasa titip pernah dialami oleh Inka Prastika masyarakat Kebumen, Inka pernah mengalami ketidaksesuaian barang ketika menggunakan jasa titip bekasi-grobogan, setelah barang tersebut diterimanya ternyata baju yang diperkirakan ukuran M adalah ukuran standar orang Indonesia yang berarti ukuran tersebut standar untuk tubuh orang Indonesia, namun ternyata baju ukuran M yang diterimanya adalah ukuran internasional yang mana sangat *oversize* untuk ukuran orang Indonesia, hal tersebut membuat Inka merasa kecewa dan terbatasnya informasi yang diberikan pelaku jasa titip sehingga Inka mengalami ketidaksesuaian barang yang diterimanya (Inka Prastika, 2022).

Kasus serupa pernah dialami oleh Nopika Starina masyarakat Kalimantan Barat, Nopika mengungkapkan bahwa dirinya pada saat itu di

Kalimantan Barat sekitar tahun 2019 memesan parfum *the body shop vanilla* melalui jasa titip yang berada di Jakarta, sampai akhirnya parfum tersebut datang di Kalimantan Barat namun tidak sesuai dengan wangi yang sama pada saat pertama kali berkunjung di Jakarta dan membeli parfum tersebut. Kemudian, Nopika melakukan komplain kepada jasa titip tersebut namun, jasa titip tersebut tetap mengatakan bahwa parfum tersebut original dan asli dibuktikan dengan *barcode*. Nopika menduga bahwa parfum tersebut tidak lulus *quick response* (teknologi kode) berbentuk seperti barcode tetapi dengan tampilan lebih ringkas (Nopika SG, 2022).

Kasus jasa titip dialami oleh Ia'anah masyarakat Tegal mengalami kasus jasa titip seperti, telah melakukan pemesanan jasa titip barang *fashion* topi adidas warna biru kemudian pelaku usaha jasa titip tersebut menyampaikan ketika sudah sampai di toko adidas yang beralamat Jalan Gondangdia Dalam No. 5 kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat barang yang dipesan oleh Ia'anah ternyata mengalami kekosongan produk atau tidak tersedianya topi adidas berwarna biru. Pelaku usaha menawarkan produk lain dibawah harga dari topi adidas berwarna biru tersebut kemudian uang yang nominalnya lebih sejumlah Rp 350.000 dikembalikan melalui transfer mbanking sejumlah Rp 50.000 sisanya akan di dibelanjakan barang yang telah ditawarkan oleh pelaku usaha jasa titip.

Kasus jasa titip dialami oleh Widya Melinda Putri berdomisili di Yogyakarta, memilih menggunakan jasa titip online melalui instagram karena pada saat sekitar tahun 2020 pelaku usaha jasa titip tersebut sedang memasang

promo sambal cumi beli 2 (dua) gratis 1 (satu) seharga Rp 88.000, jasa titip tersebut berdomisili di Bekasi. Konsumen tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh pelaku usaha jasa titip kemudian konsumen menghubungi jastip melalui fitur pesan Instagram (*direct message*) yang langsung dibalas oleh pelaku usaha jastip mengatakan bahwa promo tersebut mempunyai limit dan berlangsung sampai pada keesokan hari, konsumen langsung saja transfer pada rekening yang telah diberikan. Umumnya estimasi pengiriman makanan 2-3 hari untuk menghindari kerusakan pada makanan karena untuk sambal sendiri untuk bertahan lama harus di suhu ruang kulkas yang dingin agar awet dan bertahan lama namun ternyata pelaku usaha jasa titip tersebut mengirimkan melalui pengiriman standar express yang kebetulan sampai pada tempat tinggal konsumen sekitar 6-7 hari pada saat itu pihak pengiriman mengatakan bahwa di minggu tersebut sedang mengalami *overload* pengiriman jadi barang yang dikirim mengalami kendala dalam estimasi penerimaan barang. Konsumen kecewa dengan hal tersebut karena pelaku usaha tidak mengirimkan makanan melalui pengiriman instan dan melakukan komplain dengan pelaku jastip karena makanan yang dikirimkan sejak diterima sudah mengeluarkan bau tidak sedap dan tidak layak untuk dikonsumsi kembali, saat melakukan komplain pelaku usaha jastip mengatakan bahwa hal tersebut diluar dari perkiraan pelaku usaha bahwa barang akan lama diterima karena dari pihak standar ekspres sedang mengalami *overload* muatan barang, konsumen sendiri mengatakan bahwa seharusnya pelaku usaha memberitahukan mengenai informasi ekspedisi agar

konsumen dapat mengetahui estimasi yang cepat untuk pengiriman makanan, konsumen melakukan komplain dan meminta kompensasi pada barang namun pelaku usaha jasa titip mengatakan akan mengirimkan kembali produk yang sama namun konsumen enggan untuk dikirimkan kembali dan meminta pengembalian dalam bentuk uang, pelaku usaha mengembalikan dalam bentuk uang namun dipotong biaya pengiriman makanan jadi tidak dapat pengembalian 100%.

Berdasarkan uraian pada paragraf sebelumnya maka penulis tertarik mengkaji lebih dalam persoalan tersebut dengan melakukan penelitian berjudul “PERLINDUNGAN KONSUMEN YANG DIRUGIKAN DALAM JASA TITIP ONLINE MELALUI INSTAGRAM”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka masalah-masalah yang akan dibahas terkait dengan Perlindungan Konsumen Jasa Titip Online Melalui Instagram sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen jasa titip online melalui instagram?
2. Bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha apabila konsumen mengalami ketidaksesuaian barang jasa titip?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Perlindungan konsumen jasa titip online melalui instagram.

2. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha apabila konsumen mengalami ketidaksesuaian barang jasa titip.

D. Manfaat Penelitian

1. Penulis
 - a. Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S1) di Universitas Ahmad Dahlan.
 - b. Menambah pengetahuan dan wawasan serta ilmu pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh khususnya yang berhubungan dengan Perlindungan Konsumen Jasa Titip Online Melalui Instagram.

2. Universitas Ahmad Dahlan

Bahan referensi bagi mahasiswa Fakultas Hukum dan juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya sekaligus menyempurnakan kekurangan yang terdapat di penelitian ini.

3. Masyarakat

Sumbangan pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan dibidang ilmu hukum pada umumnya sekaligus memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perlindungan hukum konsumen terhadap jasa titip.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis ini adalah metode kajian pustaka. Penelitian kajian pustaka merupakan sejumlah metode dengan mengumpulkan data dan informasi ilmiah, berupa teori-teori, metode atau

pendekatan yang pernah berkembang dan telah didokumentasikan dalam buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman sejarah, dan dokumen-dokumen yang terdapat di perpustakaan (Adrian, 2008: 45).

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan normatif empiris. Penelitian hukum normatif empiris merupakan penelitian hukum mengenai penggunaan unsur-unsur hukum normatif yang kemudian didukung serta ditambahkan dengan data atau unsur empiris, dalam penelitian normatif empiris ini juga tentang implementasi ketentuan hukum normatif (Undang-Undang) dalam tindakannya disetiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi di lingkungan masyarakat (Soemitro, 2010: 154). Pendekatan hukum normatif empiris bertujuan memperoleh pengetahuan secara empiris melalui terjun langsung ke objeknya yaitu mengetahui bagaimana perlindungan konsumen yang dirugikan dalam jasa titip online melalui instagram.

2. Sumber Data

Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder :

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan memilih sampel yang akurat dan menghemat biaya dengan mencari pelaku usaha jasa titip dan konsumen yang pernah

mengalami ketidaksesuaian pada jasa titip melalui unggahan postingan instagram setelah menemukan konsumen dan pelaku usaha jasa titip, penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian ini melalui bertemu langsung dan melakukan wawancara pada sebagian konsumen melalui telepon dikarenakan keterbatasan jarak. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci (Indriantoro Supomo, 2010: 79). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah:

- 1) Para konsumen yang mengalami ketidaksesuaian barang jasa titip sebagai narasumber atas nama :
 - a) Inka Prastika
 - b) Nopika Starina
 - c) Ia'anah
 - d) Widya Melinda Putri
 - 2) Pelaku usaha jasa titip atas nama Kiki Agustina Syamsiah
- b. Data sekunder yaitu bahan hukum yang diperoleh dari buku, jurnal, hasil penelitian dan kegiatan ilmiah lainnya. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung atau data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada, data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, dan buku (Hasan, 2002: 58).

- 1) Bahan Hukum Primer merupakan bahan hukum yang terdiri atas peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan yang akan ditulis, yaitu:
 - a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945;
 - b) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - c) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
 - d) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang;
 - e) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 2) Bahan Hukum Sekunder yakni bahan hukum untuk memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai bahan hukum primer yang sudah tersedia, yaitu:
 - a) Buku-buku
 - b) Jurnal
 - c) Skripsi
 - d) Tesis
 - e) Hasil penelitian
 - f) Pendapat hukum (Doktrin)
 - g) Internet
- 3) Bahan Hukum Tersier, yaitu pelengkap yang sifatnya memberikan petunjuk terhadap bahan hukum yang

menjelaskan bahwa bahan hukum primer dan sekunder dikategorikan sebagai bahan-bahan non hukum, seperti :

- a) Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- b) Kamus Hukum.
- c) Kamus Bahasa Inggris.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai cara berikut:

- 1) Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan proses wawancara. Wawancara yang dilakukan baik dengan terstruktur maupun tidak terstruktur dengan menyiapkan pertanyaan yang sesuai dengan permasalahan maupun pertanyaan yang sesuai dengan alur pembicaraan (Sugiyono, 2011: 137). Semua data yang telah dikumpulkan disusun secara sistematis agar mempermudah proses analisis.
- 2) Metode pengumpulan data sekunder dalam hal ini penulis melakukan studi dokumen (*library research*) atau studi kepustakaan dengan cara mengumpulkan serta mempelajari, membaca, dan menelaah data yang terdapat di peraturan

perundang-undangan, tulisan hukum dengan tema serupa yang memiliki permasalahan yang akan diteliti serta berbagai sumber bacaan referensi seperti buku, jurnal, dan laporan penelitian (Suharsimi Arikunto, 2006: 158).

4. Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis dengan cara deskriptif kualitatif yaitu data diperoleh disajikan secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif kemudian data penelitian diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan peneliti. Hasil klasifikasi data selanjutnya disistematiskan dan dianalisis untuk dijadikan dasar dalam mengambil kesimpulan secara deduktif. Penalaran deduktif merupakan jenis penarikan kesimpulan yang dilakukan bertolak dari hal yang umum ke hal yang khusus atau penyimpulan konklusinya dimaksudkan sebagai penegasan atas apa yang telah tersirat sebelumnya (Indriantoro, 2002).