



Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Titip Online

Raysa Fitriana*, Fokky Fuad, Aris Machmud

Universitas Al Azhar Indonesia, Jakarta

*email: raysabinartyo@uai.ac.id

Received: 05-12-2024

Accepted: 20-02-2025

Published: 23-02-2025

Abstrak

Perkembangan transaksi jasa titip online memberikan peluang baru dalam perdagangan digital, namun di sisi lain menimbulkan tantangan hukum terkait perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis mekanisme perlindungan konsumen dalam transaksi jasa titip online, yang melibatkan aspek hukum perdata dan perundang-undangan terkait, seperti UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan aturan perdagangan. Metode penelitian yuridis normatif digunakan dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan konseptual, didukung studi pustaka dan wawancara pelaku usaha jasa titip. Temuan utama menunjukkan bahwa kelemahan dalam sistem kontraktual, seperti transaksi berbasis kepercayaan tanpa perlindungan formal, meningkatkan risiko kerugian konsumen. Selain itu, sistem "beli putus" tanpa jaminan pengembalian dana memperburuk posisi konsumen dalam sengketa. Kesimpulan penelitian menekankan pentingnya regulasi yang lebih tegas dan mekanisme ganti rugi untuk meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen serta mendukung transparansi usaha jasa titip.

Kata Kunci: Jasa Titip Online; Perlindungan Konsumen; Regulasi Hukum; Tanggung Jawab Pelaku Usaha; Transaksi Digital.

Abstract

The growth of online personal shopping services presents new opportunities in digital trade while simultaneously posing legal challenges regarding consumer protection. This study aims to analyze the consumer protection mechanisms in online personal shopping transactions, focusing on civil law aspects and relevant regulations, such as the Consumer Protection Law, the Electronic Information and Transactions Law, and trade regulations. A normative juridical research method was employed, utilizing statutory and conceptual approaches, supported by literature reviews and interviews with personal shopping service providers. The primary findings reveal that weaknesses in contractual systems, such as trust-based transactions without formal safeguards, increase the risk of consumer losses. Moreover, the "final sale" system, which lacks refund guarantees, exacerbates consumers' position in disputes. The study concludes by emphasizing the need for stricter regulations and compensation mechanisms to enhance legal protection for consumers and to promote transparency in personal shopping businesses.

Keywords: Online Personal Shopping; Consumer Protection; Legal Regulations; Business Liability; Digital Transactions.

A. PENDAHULUAN

Transaksi jasa titipan merupakan fenomena baru dalam perdagangan melalui media digital. Namun, hingga saat ini belum ada regulasi yang secara khusus menjamin perlindungan para pihak apabila terjadi sengketa dalam transaksi tersebut. Pembatasan barang impor yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 36 Tahun 2023 tentang Kebijakan dan



Pengaturan Impor memberikan dampak signifikan terhadap usaha jasa titipan. Salah satu kebijakan tersebut membatasi nilai barang bawaan penumpang hingga maksimal USD 1.500, dengan nilai lebihnya dikenakan pajak tambahan. Meskipun demikian, kebijakan ini tidak berdampak langsung terhadap transaksi yang dilakukan melalui layanan ekspedisi resmi (Andi & Usman, 2024).

Penelitian yang relevan mengenai transaksi jasa titipan menunjukkan adanya kewajiban dari pihak ekspedisi untuk mengganti kerugian atas kerusakan, keterlambatan, atau kehilangan barang yang dipesan oleh konsumen. Hal ini termasuk pemberian kompensasi tambahan berdasarkan nilai transaksi. Namun, menurut Saharudin Daming dan Tri Adi Wibowo, praktik tersebut tidak selalu diterapkan oleh semua penyedia jasa ekspedisi. Hal ini disebabkan oleh adanya disharmoni regulasi serta kurangnya sarana dan prasarana yang mendukung pelaksanaan transaksi tersebut (Daming & Wibowo, 2021).

Perlindungan hukum bagi para pihak dalam transaksi jasa titipan diatur melalui beberapa regulasi, antara lain Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta peraturan pelaksanaannya, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, serta ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) terkait transaksi jual beli. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga memberikan jaminan perlindungan kepada konsumen.

Namun demikian, sengketa dalam transaksi jasa titipan umumnya terjadi akibat ketidaktaatan para pihak dalam menjalankan kesepakatan yang telah dibuat. Salah satu contohnya adalah penjual yang menyembunyikan cacat tersembunyi pada barang yang ditawarkan. Selain itu, rendahnya kesadaran pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen dapat berdampak pada menurunnya kredibilitas usaha jasa titipan (Santika & Safrina, 2023).

Putri Nuraini Kadir, Dientje Rumimpunu, dan Meiske Mandey menyatakan bahwa peran pemerintah sangat diperlukan untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Dalam hal ini, pelaku usaha jasa titipan bertanggung jawab atas segala bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen (Kadir dkk., 2022).

Sementara itu, Yusca Satria Alamsyah, Saif Askari, dan Khafid Abadi berpendapat bahwa penetapan biaya jasa titip (*ujrah*) di awal transaksi bertentangan dengan prinsip syariah Islam karena mengandung unsur *gharar* atau ketidakpastian. Namun, dari perspektif hukum perdata, hal ini dapat dibenarkan sepanjang terdapat kesepakatan antara para pihak yang bertransaksi (Alamsyah dkk., 2022).

Pentingnya kesadaran dan kewaspadaan konsumen terhadap potensi penipuan dalam transaksi jasa titipan. Pada dasarnya, regulasi perlindungan konsumen telah mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam transaksi. Oleh karena itu, jika konsumen mengalami kerugian, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi. Jika kewajiban tersebut tidak dipenuhi, pelaku usaha dapat dikenai tuntutan pidana penipuan berdasarkan Pasal 62 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dari perspektif syariah Islam, tindakan tersebut tergolong haram karena merampas hak pihak lain, yang dapat dikategorikan sebagai jarimah *ta'zir*.

Viedya Anantasya Ayu Anggraini, Syai'in, dan Ahmad Faruq menyatakan bahwa tingginya minat masyarakat terhadap bisnis jasa titipan merupakan konsekuensi

dari kemudahan dan kesederhanaan yang ditawarkan dalam bertransaksi. Dalam perspektif muamalah, transaksi ini diperbolehkan selama akadnya berbasis jual beli (melibatkan konsumen dan toko atau outlet) atau menggunakan akad *wakalah bil ujah*, di mana transaksi tersebut bersifat *face-to-face transaction*, yang melibatkan konsumen dan penyedia secara langsung (Anggraini dkk., 2023).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, artikel ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu, terutama dalam penggunaan metode wawancara dengan para pelaku usaha jasa titipan. Selain itu, objek penelitian dalam artikel ini juga berbeda karena secara khusus menyoroti peran pemerintah dalam menjamin kepastian hukum bagi konsumen dalam transaksi jasa titip online.

Berkembangnya layanan jasa titipan memberikan peluang keuntungan yang signifikan bagi para pelaku usaha. Namun, penting bagi para pelaku usaha untuk tetap mematuhi regulasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Di sisi lain, konsumen juga diharapkan semakin menyadari hak-hak mereka sebagai pihak yang dilindungi oleh hukum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis perlindungan konsumen dalam transaksi jasa titipan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) (Rifa'i dkk., 2023) lihat juga (Benuf & Azhar, 2020). Dalam menganalisis permasalahan, penelitian ini memanfaatkan sumber hukum primer dan sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*) sebagai teknik pengumpulan data. Sumber data tersebut mencakup artikel ilmiah dari media elektronik dan cetak, serta peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian.

Selain itu, apabila diperlukan untuk melengkapi analisis data sekunder, peneliti juga menggunakan teknik wawancara. Wawancara dilakukan dengan pelaku usaha jasa titip beli yang menggunakan platform Instagram sebagai media operasional mereka.

Setelah data terkumpul, peneliti menarik kesimpulan menggunakan metode deduktif, di mana analisis dimulai dari isu-isu hukum yang bersifat umum menuju ke permasalahan yang lebih spesifik. Kesimpulan ini dirancang untuk memberikan gambaran yang lebih terfokus mengenai isu-isu hukum yang menjadi objek penelitian.

Melalui metode ini, peneliti dapat menganalisis isu-isu hukum yang menjadi fokus penelitian sekaligus menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Salah satu aplikasi yang saat ini populer di kalangan masyarakat adalah Instagram. Aplikasi ini banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha jasa titip belanja karena kemudahannya dalam berbagi foto dan video. Hal ini menjadikan Instagram sebagai media yang efektif untuk kegiatan jual beli online. Pelaku jasa titip belanja berfungsi sebagai perantara antara pedagang dan pembeli, dengan tugas utama membeli barang sesuai pesanan konsumen.

Proses kerja jasa titip belanja dimulai dengan pengambilan gambar barang yang

dijual di toko tertentu. Foto atau video barang tersebut kemudian diunggah melalui akun Instagram pelaku jasa titip. Konsumen yang tertarik dengan barang tersebut dapat mengirimkan pesan melalui Instagram untuk menyampaikan keinginan membeli. Setelah itu, transaksi jual beli terjadi dengan pembeli melakukan pembayaran melalui rekening pelaku jasa titip. Selanjutnya, pelaku jasa titip akan membeli barang sesuai pesanan konsumen. Produk yang dijual melalui jasa titip sangat bervariasi, termasuk kosmetik, dompet, tas, sepatu, serta makanan, baik yang berasal dari luar negeri maupun dalam negeri. Setiap transaksi melalui jasa titip dikenakan biaya tambahan berupa biaya jasa titip dan ongkos kirim.

Minat masyarakat terhadap transaksi jual beli melalui jasa titip sangat tinggi. Salah satu alasan utamanya adalah harga yang cenderung lebih murah dibandingkan dengan harga barang serupa di toko-toko lokal. Sebagai contoh, pelaku jasa titip yang melakukan perjalanan ke luar negeri dapat membeli tas anak langsung dari negara asalnya dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga tas tersebut di toko-toko di Indonesia. Kondisi ini membuat jasa titip belanja menjadi solusi yang menarik bagi masyarakat.

Bagi pelaku usaha jasa titip beli, perkembangan teknologi informasi dan sarana digital berbasis telepon genggam menjadi aspek penting yang menunjang kegiatan usaha. Teknologi ini mempermudah pembeli dalam bertransaksi tanpa batas waktu dan wilayah, sehingga mendorong pertumbuhan bisnis jasa titip secara signifikan. Seiring dengan kemajuan teknologi, dukungan kebijakan melalui infrastruktur hukum dan pengaturan yang memadai sangat diperlukan. Hal ini bertujuan untuk memberikan perlindungan dan rasa aman bagi pelaku usaha yang memanfaatkan teknologi informasi.

Regulasi menjadi keniscayaan dalam mengatur dan membingkai perkembangan bisnis digital, termasuk jasa titip beli. Dengan adanya pengaturan hukum yang jelas, hubungan kontraktual antara para pihak dapat terlindungi. Untuk mendukung bisnis berbasis internet, pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan, seperti: Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Fista dkk., 2023).

A.Z. Nasution, seperti yang dikutip dalam penelitian Fista, menegaskan bahwa setiap transaksi, termasuk dalam usaha jasa titip, harus menekankan perlindungan konsumen. Perlindungan ini penting untuk memastikan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab dalam mengganti setiap kerugian yang dialami konsumen. Dengan adanya regulasi yang mendukung perlindungan konsumen, kepercayaan terhadap usaha jasa titip dapat meningkat, sekaligus mendorong pelaku usaha untuk beroperasi secara lebih profesional (Fista dkk., 2023) lihat juga (Reza dkk., 2021).

Konsumen yang menggunakan layanan jasa titip beli dapat mengalami berbagai kerugian. Salah satu kerugian utama adalah kesulitan dalam mengajukan klaim jika produk yang diterima tidak sesuai dengan gambar atau video yang ditampilkan. Selain itu, konsumen juga berpotensi menerima produk cacat tanpa adanya mekanisme ganti rugi yang memadai. Hal ini disebabkan oleh sistem "beli putus" yang diterapkan oleh pelaku jasa titip beli, di mana proses jual beli dianggap selesai setelah konsumen menerima barang sesuai spesifikasi yang dijanjikan.

Namun, dalam praktiknya, tidak ada jaminan atau garansi bahwa produk yang diterima konsumen akan sepenuhnya sesuai dengan foto atau bebas dari cacat. Apalagi, konsumen biasanya harus mentransfer uang terlebih dahulu sebelum barang dibeli dan dikirimkan oleh pelaku jasa titip beli. Kondisi ini menimbulkan kerentanan bagi konsumen, sehingga penting untuk menilai sejauh mana produk hukum yang telah dirumuskan oleh pemerintah dapat memberikan perlindungan bagi konsumen.

Kemajuan teknologi digital saat ini telah mendorong pesatnya pertumbuhan transaksi jual beli online. Transaksi ini berlangsung baik melalui platform *e-commerce* resmi seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada, maupun melalui transaksi online tanpa menggunakan platform *e-commerce* yang terdaftar. Dalam kasus yang terakhir, penjual dan pembeli sering kali bertemu dan bertransaksi melalui media sosial. Salah satu tren yang populer adalah jasa titip beli barang.

Transaksi jasa titip beli biasanya dilakukan tanpa melalui platform *e-commerce* formal. Sebagai gantinya, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter menjadi sarana utama yang digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen. Media sosial ini, yang kini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, menawarkan kemudahan bagi pelaku usaha untuk membuka peluang bisnis, termasuk jasa titip beli. Dengan memanfaatkan media sosial, pelaku jasa titip beli semakin mudah melakukan transaksi jual beli secara online, sehingga bisnis ini semakin berkembang dan menarik minat masyarakat.

Masyarakat yang ingin memulai usaha dapat membuka bisnis jasa titip beli barang dengan persyaratan yang relatif mudah. Calon pelaku usaha hanya perlu membuat akun dengan memasukkan nama, alamat email, dan nomor telepon. Setelah itu, untuk menawarkan jasa, pelaku cukup mengunggah gambar atau video produk yang tersedia, lengkap dengan harga. Pembeli yang berminat dapat langsung mentransfer uang ke rekening pemilik usaha (Kamran & Maskun, 2021).

Meskipun berbagai regulasi terkait perlindungan konsumen, perdagangan, dan jasa telah diterapkan, hal ini tidak menjamin bahwa transaksi melalui jasa titip beli barang sepenuhnya bebas risiko bagi konsumen. Walaupun transaksi jual beli online menawarkan kemudahan dan efisiensi, tetap ada potensi risiko yang dapat merugikan konsumen. Risiko tersebut dapat memunculkan masalah hukum yang serius, seperti ketidaksesuaian barang dengan deskripsi atau spesifikasi yang dijanjikan, produk cacat tanpa garansi, hingga kasus penipuan oleh pelaku jasa titip yang menghilang setelah menerima pembayaran (Pratiwi & Syuhada Lubis, 2024).

Beberapa masalah yang sering terjadi dalam jasa titip beli meliputi:

- 1) Perbedaan antara barang yang dipesan dengan barang yang diterima, baik dari segi bentuk, jumlah, maupun kualitas.
- 2) Tidak berlakunya garansi produk, khususnya untuk barang yang dibeli dari luar negeri melalui jasa titip beli.
- 3) Kasus penipuan di mana pelaku jasa titip menghilang setelah menerima uang pembayaran dari konsumen.

Barda Nawawi Arief menyatakan bahwa perlu adanya peningkatan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha jasa titip beli online, terutama bagi konsumen. Penyelesaian sengketa yang mungkin timbul dapat dilakukan melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, dengan prinsip *ultimum remedium*, di mana jalur

litigasi menjadi pilihan terakhir (Ariyanti, 2019). Selain itu, konsumen juga dilindungi melalui regulasi perlindungan konsumen yang berbasis *product liability* dan *strict liability*, yang mewajibkan pelaku usaha untuk memenuhi standar baku pelayanan (Damayanti dkk., 2023).

Dalam hubungan kontraktual, baik pelaku usaha maupun konsumen terikat pada hak dan kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 1 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketentuan ini memberikan landasan hukum yang mengatur hubungan antara para pihak dalam transaksi jasa titip beli. Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang ada, pemerintah telah berupaya melindungi hak-hak konsumen dalam kegiatan transaksi melalui media elektronik. Upaya preventif untuk melindungi konsumen dijabarkan secara jelas dalam berbagai pasal pada: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Konsumen memiliki hak yang jelas terkait produk yang akan dibeli, termasuk transparansi dari pelaku usaha mengenai informasi produk atau barang, identitas pelaku usaha, hingga detail proses pengiriman barang. Konsumen juga berhak menuntut keadilan melalui jalur pengadilan apabila terjadi sengketa dengan pelaku usaha. Dengan adanya hak-hak ini, diharapkan pelaku usaha menjalankan usahanya secara bertanggung jawab dalam setiap kegiatan transaksi melalui media elektronik. Konsumen diuntungkan dengan kemudahan dalam memilih barang atau produk yang diinginkan hanya melalui foto atau video yang ditampilkan oleh pelaku usaha, tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi ke toko secara langsung. Kemudahan ini menjadi salah satu alasan mengapa tren jual beli melalui jasa titip beli semakin populer di Indonesia.

Jumlah pelaku usaha jasa titip beli semakin banyak karena usaha ini relatif mudah dijalankan dengan syarat dan ketentuan yang sederhana. Pada dasarnya, pelaku jasa titip beli berfungsi sebagai *personal shopper* yang bertugas membelikan kebutuhan konsumen di tempat tertentu, seperti toko, pusat perbelanjaan, atau mal, baik di dalam maupun luar negeri. Jasa ini sangat membantu konsumen yang tidak dapat menjangkau lokasi tersebut, baik karena jarak maupun keterbatasan waktu.

Jika konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh pelaku jasa titip beli, pelaku usaha akan membuat rekapan tagihan secara tertulis melalui platform seperti Instagram atau WhatsApp. Rekapan tagihan tersebut mencantumkan detail produk yang dibeli, alamat pengiriman, dan biaya pengiriman yang disesuaikan dengan jasa pengiriman yang telah disepakati bersama.

Jasa titip beli atau belanja umumnya merupakan layanan pembelian produk impor dari luar negeri. Produk yang ditawarkan bervariasi, meliputi makanan, kosmetik, pakaian, tas, dan sepatu. Dalam transaksi jasa titip beli, konsumen tidak hanya membayar harga produk tetapi juga biaya jasa yang dikenakan oleh pelaku usaha, ditambah dengan ongkos kirim. Proses pembayaran dilakukan setelah pelaku usaha jasa titip memberikan rekapan tagihan kepada konsumen. Rekapan ini mencakup jumlah yang harus dibayarkan, termasuk rincian harga produk, biaya jasa, dan ongkos kirim. Setelah konsumen mentransfer pembayaran ke rekening pelaku usaha, barulah barang pesanan tersebut dibeli dari toko atau pusat perbelanjaan oleh pelaku jasa titip.

Jasa titip beli semakin diminati oleh masyarakat, terutama oleh mereka yang

memiliki keterbatasan jarak dan waktu untuk berbelanja langsung. Selain itu, barang yang dibeli dari luar negeri melalui jasa titip sering kali lebih murah dibandingkan dengan barang serupa yang dijual di dalam negeri, meskipun memiliki model yang sama. Perbedaan harga ini disebabkan oleh kebijakan pajak impor di Indonesia, yang menyebabkan harga barang impor di dalam negeri menjadi lebih mahal dibandingkan dengan harga barang di negara asalnya. Dengan memanfaatkan jasa titip beli, konsumen dapat memperoleh barang impor dengan harga yang lebih terjangkau meskipun melibatkan pelaku usaha sebagai perantara.

Memulai usaha jasa titip beli tidak memerlukan persyaratan yang rumit. Pelaku usaha cukup membuat akun media sosial seperti Instagram, Twitter, atau Facebook untuk memasarkan jasanya. Proses pembuatan akun ini hanya memerlukan alamat email dan nomor telepon yang didaftarkan pada platform media sosial. Untuk pengiriman barang dari luar negeri, pelaku jasa titip biasanya menggunakan metode *hand carry* atau membawa barang secara langsung. Barang belanjaan disimpan di koper atau tas dan dibawa sebagai bagasi atau barang kabin selama perjalanan. Metode ini memanfaatkan fasilitas bagasi pribadi untuk menghindari biaya pengiriman tambahan, sehingga dapat menekan biaya keseluruhan.

Pada dasarnya, transaksi jasa titip beli memiliki kemiripan dengan transaksi jual beli konvensional, dengan perbedaan utama terletak pada media yang digunakan, yaitu internet (Kusumastuti, 2020). Namun, secara hukum, posisi konsumen dalam transaksi jasa titip beli cenderung lemah. Hal ini disebabkan oleh sistem yang mengandalkan asas kepercayaan antara konsumen dan pelaku usaha jasa titip beli. Konsumen biasanya melakukan pembayaran tanpa kesepakatan elektronik tertulis, sehingga mereka berisiko menjadi korban penipuan. Penipuan tersebut dapat berupa ketidaksesuaian barang yang diterima dengan yang ditampilkan, atau bahkan barang yang cacat.

Berbeda dengan transaksi melalui platform *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak, di mana penjual hanya menerima pembayaran setelah pembeli mengonfirmasi bahwa barang yang diterima sesuai dengan pesanan. Jika barang tidak sesuai, konsumen dapat mengajukan komplain atau meminta pengembalian dana melalui sistem platform *e-commerce*. Sistem ini melindungi konsumen karena dana pembayaran tetap aman hingga transaksi selesai. Sebaliknya, dalam transaksi melalui jasa titip beli, konsumen langsung mentransfer uang ke rekening pelaku usaha tanpa melalui perantara atau sistem keamanan seperti pada platform *e-commerce*. Kondisi ini meningkatkan risiko bagi konsumen karena tidak ada mekanisme perlindungan atau penahanan dana hingga transaksi selesai sesuai kesepakatan.

Konsumen yang bertransaksi dengan pelaku jasa titip beli juga menghadapi keterbatasan informasi mengenai pelaku usaha tersebut. Biasanya, konsumen hanya mengetahui identitas pelaku usaha dari profil akun media sosial, seperti Instagram, yang sering kali terbatas pada nama akun, ulasan dari konsumen lain di kolom komentar, atau bukti ulasan yang sengaja ditampilkan oleh pelaku usaha. Ketidakjelasan informasi ini menambah risiko bagi konsumen, karena mereka tidak memiliki data yang memadai tentang pelaku usaha jika terjadi sengketa.

Bertransaksi menggunakan jasa titip beli memiliki banyak risiko bagi konsumen. Salah satu risiko utama adalah tingginya kemungkinan barang yang diterima mengalami kerusakan atau cacat. Ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dan barang yang diterima, baik dari segi bentuk, kualitas, maupun jumlah,

juga menjadi permasalahan yang sering terjadi (Litamahuputty & Ratnawati, 2024).

Dalam transaksi antara pelaku jasa titip beli dan konsumen, posisi konsumen sering kali berada dalam kondisi yang lemah. Pelaku jasa titip beli yang tidak bertanggung jawab dapat dengan mudah memutuskan komunikasi, misalnya dengan memblokir akses konsumen untuk menghubungi mereka. Situasi ini semakin memperburuk posisi konsumen apabila terjadi sengketa dalam transaksi.

Pemerintah Indonesia perlu mengambil langkah-langkah konkret untuk melindungi konsumen dalam transaksi jual beli barang atau produk melalui pelaku usaha jasa titip beli. Salah satu bentuk perlindungan yang dapat diimplementasikan adalah mewajibkan pelaku jasa titip beli untuk melakukan pendaftaran akun resmi yang terhubung dengan pemerintah. Proses pendaftaran ini dapat mencakup persyaratan dan ketentuan tertentu, seperti verifikasi identitas pelaku usaha, guna meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Dengan demikian, konsumen akan merasa lebih aman dalam melakukan transaksi melalui media sosial seperti Instagram.

Transaksi jasa titip beli melibatkan subjek dan objek yang mencakup perorangan maupun badan usaha. Dalam hukum, kedua pihak memiliki hak dan kewajiban yang sama (Sihite, 2024). Namun, dalam praktiknya, konsumen sering kali menghadapi kerugian ketika terjadi ketidaksesuaian antara barang yang dipesan dengan barang yang diterima. Kondisi ini diperburuk oleh kenyataan bahwa konsumen tidak memiliki opsi untuk membatalkan pesanan atau meminta pengembalian uang dalam sistem jasa titip beli yang ada saat ini.

Hany, pemilik akun @jastiphaysa, menjelaskan sebagai berikut:

“Untuk pembelian barang Kakak melalui jastip kami, biasanya kami menampilkan barang dalam bentuk foto maupun video di story Instagram kami, Kak. Jadi seharusnya itu sudah sesuai. Apabila pada saat barang Kakak terima namun Kakak berubah pikiran dengan alasan apa pun, mohon maaf, barang tersebut tidak bisa dikembalikan atau direfund.”

Sementara itu, Kiky, seorang pelaku usaha jasa titip belanja lainnya, menyatakan:

“Kalau Kakak ingin membatalkan pembelian setelah barang sudah kami kirimkan, maaf, Kak, kami tidak bisa mengganti barang tersebut. Karena sebelumnya kami sudah menginformasikan detail barang melalui foto maupun video yang kami tampilkan di Instagram kami.”

Keterangan dari Hany dan Kiky menunjukkan bahwa dalam transaksi jasa titip belanja, posisi konsumen sebagai pembeli atau pengguna jasa berada dalam kondisi yang tidak terlindungi secara optimal. Konsumen berada pada posisi lemah karena mereka tidak berinteraksi langsung dengan penjual barang asli. Dalam hal ini, konsumen juga tidak memiliki mekanisme untuk memastikan bahwa barang yang diterima sesuai dengan ekspektasi, terutama jika terdapat perbedaan antara barang yang diterima dengan foto atau video yang ditampilkan.

Berdasarkan teori perlindungan hukum, perlindungan konsumen harus diarahkan untuk melindungi hak-hak konsumen secara menyeluruh. Konsumen berhak mendapatkan kejelasan atas status barang yang dibeli, termasuk kondisi, kualitas, dan kesesuaiannya. Di sisi lain, pelaku usaha jasa titip memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab atas usaha yang mereka jalankan, terutama dalam hal kerugian yang dialami oleh konsumen.

Dengan demikian, diperlukan regulasi yang lebih tegas untuk mengatur tanggung jawab pelaku usaha jasa titip. Regulasi tersebut tidak hanya memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen, tetapi juga menciptakan praktik usaha yang lebih transparan dan bertanggung jawab.

D. SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna jasa titip online belum optimal, terutama dalam hal klaim atas barang yang tidak sesuai atau cacat. Ketidajelasan hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha jasa titip, yang umumnya hanya berbasis pada kepercayaan melalui media sosial, menjadi salah satu penyebab utama lemahnya posisi konsumen. Selain itu, sistem “beli putus” yang diterapkan oleh pelaku usaha semakin memperburuk situasi karena tidak ada jaminan pengembalian dana atau penggantian barang bagi konsumen.

Sebagai implikasi, diperlukan regulasi yang lebih terperinci dan tegas untuk mengatur mekanisme perlindungan hukum dalam transaksi jasa titip online. Regulasi ini harus mencakup kewajiban pendaftaran resmi bagi pelaku usaha, penegakan transparansi dalam identitas dan informasi produk, serta mekanisme ganti rugi yang jelas. Hal ini tidak hanya akan memberikan rasa aman bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap bisnis jasa titip. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengeksplorasi penerapan model penyelesaian sengketa yang efektif dalam transaksi jasa titip online guna memastikan perlindungan hukum yang lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Y. S., Askari, S., & Abadi, K. (2022). Jasa Titip (Jastip) Barang Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif (Studi Kasus Pemilik Akun Instagram @azkaestu). *el hisbah: Journal of Islamic Economic Law*, 2(1), 129–144. https://doi.org/10.28918/el_hisbah.v2i1.4866
- Andi, D., & Usman, R. (2024). *Kebijakan Pembatasan Barang Impor Berpeluang Pengaruhi Bisnis Jastip*. Kontan.co.id. <https://industri.kontan.co.id/news/kebijakan-pembatasan-barang-impor-berpeluang-pengaruhi-bisnis-jastip>
- Anggraini, V. A. A., Syai'in, S., & Faruq, A. (2023). Jasa Titipan Dalam Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Irtifaq: Jurnal Ilmu-Ilmu Syariah*, 10(2), 94–100. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/irtifaq/article/view/4538>
- Ariyanti, V. (2019). Kebijakan Penegakan Hukum Dalam Sistem Peradilan Pidana Indonesia. *Jurnal Yuridis*, 6(2), 33–54. <https://doi.org/10.35586/jjur.v6i2.789>
- Benuf, K., & Azhar, M. (2020). Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer. *Gema Keadilan*, 7(1), 20–33. <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>
- Damayanti, A. N., Pamungkas, Z. B., & Lestari, T. I. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*, 3(1), 487–496. <https://www.ojs.uib.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2699>
- Daming, S., & Wibowo, T. A. (2021). Tanggung Jawab Perusahaan Jasa pengangkutan

- Dalam Pengiriman Barang. *Yustisi*, 8(2), 152–172. <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/YUSTISI/article/view/6669>
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Kadir, P. N., Rumimpunu, D., & Mandey, M. (2022). Tanggung Jawab Penyedia Jasa Penitipan Barang (Ekspedisi) Terhadap Barang/Cargo Pengirim. *Lex Administratum*, 10(3), 1–12. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/administratum/article/view/41968>
- Kamran, M., & Maskun, M. (2021). Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika. *Balobe Law Journal*, 1(1), 41–56. <https://doi.org/10.47268/balobe.v1i1.501>
- Kusumastuti, A. D. (2020). Fenomena Jasa Titip (Jastip) dan Polemik Bagi Kelangsungan Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(1), 33–39. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i1.645>
- Litamahuputty, F. O., & Ratnawati, E. (2024). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Online Melalui Sistem Jasa Titip. *Ensiklopedia of Journal*, 6(2), 123–126. <https://jurnal.ensiklopediaku.org/ojs-2.4.8-3/index.php/ensiklopedia/article/view/2076>
- Pratiwi, T., & Syuhada Lubis, Mhd. T. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Kerugian Konsumen Atas Wanprestasi Pelaku Usaha Jasa Titip Beli Barang Secara Online. *UNES Law Review*, 6(3), 8174–8179. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i3.1722>
- Reza, M., Anwar, S. R., & Fahrudin, M. (2021). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce pada Media Sosial Instagram). *Jurnal Hukum Jurisdictie*, 3(2), 99–110. <https://doi.org/10.34005/jhj.v3i2.46>
- Rifa'i, I. J., Purwoto, A., Ramadhani, M., Rusydi, M. T., Harahap, N. K., Mardiyanto, I., Churniawan, E., Junaedi, M., Agustiwi, A., & Saragih, G. M. (2023). *Metodologi Penelitian Hukum*. Sada Kurnia Pustaka.
- Santika, C., & Safrina, S. (2023). Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Titip Online Terhadap Hak Atas Informasi yang Benar, Jelas dan Jujur Mengenai Kondisi dan Jaminan Suatu Produk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan*, 7(1), 12–24. <https://jim.usk.ac.id/perdata/article/view/25929>
- Sihite, S. R. (2024). Telaah Kritis Aspek Hukum Perjanjian Lisan Jasa Titip Barang. *Lutur Law Journal*, 5(1), 9–15. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/lutur/article/view/12971>