

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JASA TITIP BELI DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA  
INFOBARKAS.SEMARANG)**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh

Gelar Sarjana Stara Satu (S-1) Ilmu Hukum

Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh :

Nadya Putri Oktapriyani

30301800281

**PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)  
SEMARANG  
2022**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JASA TITIP BELI DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA  
INFOBARKAS.SEMARANG)**



Diajukan oleh :

NADYA PUTRI OKTAPRIYANI

30301800281

Pada tanggal,                    telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing :

H. Winanto, SH., M.H

NIDN : 06.1805.6502

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JASA TITIP BELI DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS @INFOBARKAS.SEMARANG)

Dipersembahkan dan disusun oleh

Nadya Putri Oktapriyani

30301800281

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada tanggal .....

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji

Ketua

Dr. Lathifah Hanim, S.H., M.Hum, M.kn

NIDN : 06.2102.7401

Anggota

Andi Wijaya Laksana, S.H., M.H

NIDN : 06.2005.8302

Anggota

H. Winanto, S.H., M.H

NIDN :06.1805.6502

Mengetahui,

Dekan Fakultas Hukum UNISSULA

Dr. Bambang Tri Dawono, S.H., M.H

NIDN : 06.0707.7601

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nadya Putri Oktapriyani  
NIM : 30301800281  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang berjudul :

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JASA TITIP BELI DI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA  
INFOBARKAS.SEMARANG)**

Adalah benar hasil karya ilmiah saya dan penuh kesadaran saya tidak melakukan Tindakan plagiasi atau mengambil alih seluruh atau Sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan Tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Semarang, 13 Juni 2022



Nadya Putri Oktapriyani

NIM : 30301800281



## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadya Putri Oktapriyani  
NIM : 30301800281  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi dengan judul :

### **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JASA TITIP BELI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA @INFOBARKAS.SEMARANG)**

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 13 Juni 2022

Yang menyatakan,

  
NIM : 30301800281

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Always say “my peace is more important” when you find yourself reacting to something that doesn’t deserve your energy

-Idil Ahmad

Barangsiapa memiliki sifat suka istighfar, maka Allah akan menggampangkan rezekinya, memudahkan urusannya, dan menjaga keadaan dan kekuatannya.

-Terjemahan Surat Huud Ayat ke 52



Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Supriyadi bapak, Suyani ibu dan Rivaldo Rizky Alviansyah Putra adik penulis yang selalu memberikan motivasi, kasih sayang serta doa yang selalu dipanjatkan demi terealisasinya kesuksesan penulis.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang sudah melimpahkan Rahmat, inayah, serta hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam kita curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah dengan segenap nikmatnya dan kebesarannya, akhirnya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir penulisan hukum yang berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JASA TITIP BELI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA INFOBARKAS.SEMARANG)”

Adapun tujuan dengan penyusunan penulisan hukum ini ialah sebagai salah satu persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana pada Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penulis menyadari sepenuhnya bahwasanya tanpa bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan terwujud sebagaimana adanya sekarang. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., SE. Akt., M.Hum., selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

3. Ibu Dr. Hj. Widayati, S.H., M.H., selaku wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dr. Arpangi, S.H., M.H., selaku wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Ibu Dr. Hj, Aryani Witasari, S.H., M.Hum., selaku Ketua Prodi S1 Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Bapak H. Winanto, SH., M.H., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan tuntunan dan arahan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
7. Bapak Dr. Denny Suwondo, SH., M.H., selaku Dosen wali atas perhatian, bimbingan dan arahnya selama penulis menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
8. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama penulis menjadi mahasiswa, semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat dan mendapat balasan dari Allah SWT.
9. Keluarga tercinta, Papa Supriyadi, Mama Suyani, Adikku Rivaldo Rizky Alviansyah Putra, serta seluruh keluarga yang senantiasa membantu memotivasi serta berdoa untuk keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat saya Rahma Ulya Hanifah, Monika Ardina Fitria Wati, Maylinda Ardiani P, Andika Septa Prawira, Arkia Putri Sarah Belladine,



Debby Ferdina Felicia, Arrum Qaerumi Q, Nindya Dewi Kartika Rohmi F, Ananta Ryan, Sahabat Indomiemu Cakiput, Nikita, Nia, Syafina, Vivi, dan Clan Sarkem yang penulis sayangi, terimakasih sudah menjadi teman bicara, berbagi rasa dan bertukar cerita selama ini.

11. Serta para pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas semua dukungan, masukan, dan perhatiannya.

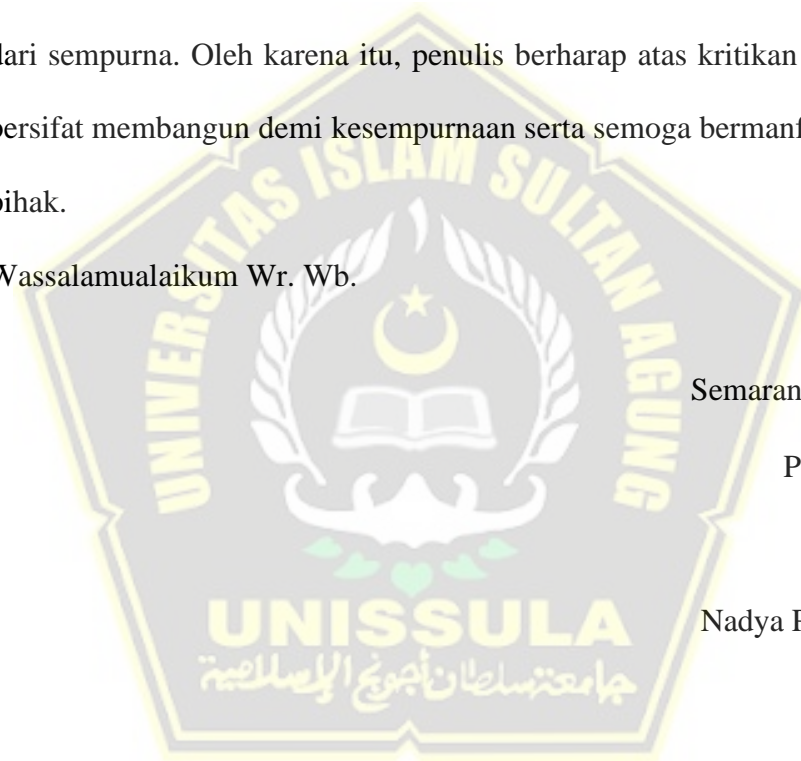
Akhir kata penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap atas kritikan juga saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan serta semoga bermanfaat untuk semua pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, Februari 2022

Penulis

Nadya Putri Oktapriyani



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	iv
<i>ABSTRAK</i> .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Termitologi .....	8
F. Metode Penelitian .....	12
G. Analisis Data .....	17

H. Sistematika Penulisan .....	17
BAB II .....	20
TINJAUAN PUSTAKA .....	20
A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen .....	20
1. Pengertian konsumen .....	20
2. Hak dan kewajiban Konsumen .....	21
3. Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia.....	24
4. Pengertian perlindungan konsumen .....	25
5. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen .....	28
B. Tinjauan Umum Tentang Jasa Titip Beli.....	31
1. Pengertian E-Commerce.....	31
2. Pengertian Jasa.....	33
3. Jasa Titip dalam Hukum Perdata .....	35
C. Tinjauan Umum Tentang Media Instagram dan Pengguna Instagram .....	38
1. Pengertian Media Sosial Instagram.....	38
2. Perkembangan Media Sosial Instagram di Indonesia .....	40
3. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial Instagram Dibandingkan dengan media sosial lainnya. ....	41
D. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam .....	43
1. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam.....	43
2. Hak -Hak Perlindungan Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam .....	44
3. Sejarah Perlindungan Konsumen Menurut Islam.....	48
E. Tinjauan Umum Tentang Jasa Titip Beli Dalam Perspektif Islam .....	52

1. Jual Beli dalam Fiqih Muamalah.....	52
2. Ijarah.....	60
3. Ujrah.....	64
BAB III.....	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Perlindungan konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> melalui jasa titip @infobarkas.semarang menurut Undang–Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.....	67
B. Bentuk penyelesaian masalah antara konsumen dengan penyedia jasa titip @infobarkas.semarang.....	79
BAB IV.....	88
PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
Daftar Pustaka.....	90



## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang perlindungan hukum konsumen terhadap kerusakan/cacat dan barang tidak sampai yang dibeli melalui jasa titip pada studi kasus @infobarkas.semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konsumen dalam bertransaksi e-commerce melalui jasa titip @infobarkas.semarang sudah mendapatkan haknya sebagai konsumen sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan bentuk pertanggungjawaban pihak jasa titip @infobarkas.semarang apabila konsumen mendapatkan kerusakan barang/cacat dan tidak sampai terhadap kerugian yang didapatkan konsumen apabila terjadi seperti itu.

Penelitian ini menerapkan metode pendekatan yuridis sosiologis karena penulis meneliti terlebih dahulu melalui data-data sekunder seperti perundang – undangan, buku, dan jurnal kemudian penulis lanjutkan dengan pengumpulan bahan hukum melalui metode angket (kuesioner), yakni metode yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk menjawabnya yang dikirim melalui internet yang dijadikan sampel suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan *google form*.

Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan sebuah kesimpulan pertama yaitu konsumen sudah mendapatkan hak konsumen dalam bertransaksi elektronik melalui jasa titip @infobarkas.semarang menurut Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berdasarkan hasil analisa kuesioner bahwa responden sudah mendapatkan perlindungan konsumen berupa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa. Dan yang kedua yaitu bentuk pertanggungjawaban dari pihak jasa titip @infobarkas.semarang terhadap kerusakan barang/cacat dan barang tidak sampai yang dibeli melalui jasa titip @infobarkas.semarang berdasarkan analisa kuesioner bahwa pihak konsumen lebih memilih menyelesaikan sengketa melalui non-litigasi berupa negosiasi dan konsumen akan mendapatkan ganti rugi.

**Kata Kunci :** *Perlindungan konsumen, rusak/cacat dan barang tidak sampai, jasa titip*

## ABSTRACT

This study discusses the legal protection of consumers against damage/defects and goods that have not arrived through a courier service in the case study @infobarkas.semarang. This study aims to determine whether consumers in e-commerce transactions through the information transfer service. Semarang has already obtained its rights as a consumer in accordance with Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, and the form of responsibility of the custodian service @infobarkas.semarang if the consumer receives damage to goods/defects and does not reach the loss incurred by the consumer if such a thing occurs.

This study applies a sociological juridical approach because the authors research first through secondary data such as legislation, books, and journals then the author continues with the collection of legal materials through the questionnaire method (questionnaire), which is a method carried out by giving questions to respondents. to answer those sent via the internet which was used as a sample for a study. This research uses google form.

Based on the results of the research, the first conclusion is that consumers have obtained consumer rights in electronic transactions through the surrogate service @infobarkas.semarang according to Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection based on the results of questionnaire analysis that respondents have received consumer protection in the form of convenience, security, and safety in consuming goods/services. And the second is a form of accountability from the delivery service @infobarkas.semarang for damage to goods/defects and goods that have not arrived through the delivery service @infobarkas.semarang based on questionnaire analysis that consumers prefer to resolve disputes through non-litigation in the form of negotiations and consumers will receive compensation.

**Keywords:** Consumer protection, damaged/defective and the goods do not arrive, deposit service

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat dan memiliki banyak inovasi. Menggunakan kemajuan teknologi, bermacam bentuk teknologi digital muncul mempunyai kemampuan dalam meningkatkan kehidupan sosial maupun ekonomi menjadi lebih efektif. Adanya ponsel yang canggih dan berbagai fasilitas pendukung lainnya menambah kemudahan masyarakat dalam berinteraksi maupun mencari sesuatu yang diinginkan. Kemajuan teknologi membuat kemudahan dalam transaksi dengan menggunakan *e-commerce* salah satunya. Namun dengan kecanggihan teknologi sekarang media sosial bisa menjadi sebuah pilihan dalam transaksi yang mana di sebut *Instagram*. Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya<sup>1</sup>. Dengan adanya layanan tersebut istagram dijadikan layanan transaksi elektronik (*e-commerce*) oleh banyak masyarakat umum.

---

<sup>1</sup>Bambang Atmoko Dwi, *Instagram Hanbook*. Media Kita. Jakarta. 2012, hlm.10

Jasa titip atau yang sering dikenal dengan jastip adalah singkatan dari jasa titip atau layanan informal yang menawarkan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan atau ingin membeli sesuatu tetapi tidak dapat pergi ke tempat yang diinginkan untuk membeli sendiri karena berbagai alasan.<sup>2</sup> Jasa titip jual dinilai menguntungkan dan sangat membantu bagi mereka yang ingin melakukan bertransaksi namun tidak mempunyai platform yang besar. Mempunyai platform besar sangat menguntungkan dalam hal jual beli karena otomatis dan dapat meningkatkan potensi barang yang dijual laku lebih cepat dan lebih banyak yang mana dapat menaikkan keuntungan. Akun-akun yang membuka jasa titip jual lumayan terkenal di kalangan penjual barang bekas (*second*) dan pemburu barang bekas. Akun yang bergerak di bisnis titip jual berperan sebagai pihak ketiga yang berjasa memfasilitasi atau mewedahi antara penjual dan pembeli dengan memanfaatkan *engagement* dan *traffic* akun mereka yang mempunyai puluhan ribu atau ratusan ribu *followers* di Instagram dengan imbalan (*ujrah*) tertentu.

Transaksi elektronik (*e-commerce*) diatur dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), disebutkan bahwa transaksi elektronik ialah “Perbuatan hukum yang dilakukan dengan

---

<sup>2</sup> <https://www.merdeka.com/jabar/jastip-adalah-jasa-titip-usaha-tanpa-modal-yang-menguntungkan-klm.html> (diakses pada 10 September 2021 pukul 18.55)



menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya”.

Selain itu perdagangan melalui sistem elektronik ini sudah diatur berdasarkan Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Salah satu akun yang bergerak di jasa titip jual adalah @infobarkas.semarang. Sesuai namanya, akun tersebut berbasis di kota Semarang. Mayoritas barang yang dititip jualkan adalah barang bekas (*second*) pribadi yang masih layak pakai seperti kendaraan, *fashion*, *skincare*, *gadget*, properti, dan masih banyak lagi, namun selain itu juga melayani jasa promosi toko *online shop*. Cara kerja dari akun titip jual adalah pemilik barang mengirimkan foto barang yang mau dijual dan memberikan keterangan tentang spesifikasi barang lalu menghubungi admin, kemudian pemilik barang membayar upah melalui *e-wallet* maupun rekening bank dengan nilai telah yang disepakati. Setelah pemilik barang memberikan bukti transfer untuk upah yang telah disepakati, admin kemudian memposting barang di akun @infobarkas.semarang. Cara kerja dari titip jual cukup sederhana dan mudah dilakukan oleh orang awam. Proses Jasa titip jual pada akun @infobarkas.semarang mirip seperti sistem konsinyasi. Menurut Ali, Konsinyasi (*consignment*) merupakan penyerahan barang secara fisik dari

pihak pengamat (*consigner*) kepada komisioner (*consignee*), tanpa disertai dengan pemindahan hak milik atas barang yang diserahkan tetap pada pihak pengamat sampai barang yang bersangkutan laku terjual<sup>3</sup>. Hal utama pada kasus ini adalah pada akun @infobarkas.semarang barang tidak diserahkan secara fisik namun hanya melalui media *online* yaitu Instagram dengan hanya *consigner* memberikan foto dan deskripsi tentang barang yang akan dijual kemudian proses transaksi diserahkan kepada pemilik barang dan pembeli barang yang dititipjualkan di akun @infobarkas.semarang.

Beberapa satu kasus yang sering terjadi yang di sebabkan oleh jasa titip pada umumnya adalah ketidaksesuaian barang, rusak atau cacat produk dan keterlambatan pengiriman.<sup>4</sup> Oleh karena itu perlu adanya perlindungan hukum untuk mengatasi dampak buruk dari jasa titip. Perlindungan Konsumen diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, UU tersebut merupakan pengganti dari Undang-Undang No. 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi.

Rosmawati dalam bukunya Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen , menjelaskan hak-hak yang dimiliki oleh konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu: Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Hak

---

<sup>3</sup> P.Iriano. *Sistem Informasi Penjualan Kecap Secara Konsinyasi Menggunakan Microsoft Visual Foxpro 9.0*. Jurnal Komputer Akuntansi, 2020 hal 15 .

<sup>4</sup> Resume yang penulis dapatkan dari berbagai hasil penelitian dari skripsi.

untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang tidak diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undang lainnya.<sup>5</sup>

Pada Undang – Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah diatur tanggung jawab pelaku usaha pada Pasal 19 dimana dikatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang diperdagangkan. Ganti rugi yang dimaksud dapat berupa pengembalian uang atau pengembalian barang yang sejenis atau setara

---

<sup>5</sup> Rosmawati. *Pokok – Pokok Perlindungan Konsumen*.  
<https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/31/142912169/hak-dan-kewajiban-konsumen.2018>.  
(diakses pada 10 September 2021 pukul 19.00)

nilainya.<sup>6</sup> Walau sudah diatur dalam undang – undang perlindungan konsumen masih banyak terjadinya ketidakpuasan konsumen dan tidak terpenuhinya hak – hak sebagai konsumen . dalam prakteknya barang yang tidak sesuai tetapi sudah terima tidak dapat dikembalikan lagi. Mengenai hal tersebut perlu adanya pengkajian pandangan hukum mengenai pengguna jasa titip online apabila terjadi cacat produk dan keterlambatan pengiriman pada saat menggunakan jasa titip online.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis akan meneliti dan menganalisa secara lengkap dan cermat dalam sebuah skripsi yang berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JASA TITIP BELI DI MEDIA INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA INFOBARKAS.SEMARANG)“

## B. Rumusan Masalah

1. Apakah konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui jasa titip infobarkas.semarang sudah mendapatkan perlindungan konsumen sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana penyelesaian masalah antara konsumen dengan penyedia jasa titip *@infobarkas.semarang?*

---

<sup>6</sup> Ni Putu Trisna Widyantari & A.A Ngurah Wirasila. Karya Ilmiah:”Pelaksanaan Ganti Rugi Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksesuain Produk Pada Jual Beli Online”.(Bali: Universitas Udayana) hal 14.

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yaitu;

1. Untuk mengetahui bahwa pengguna jasa titip sudah mendapatkan hak – hak sebagai konsumen sesuai dengan Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
2. Untuk mengetahui bagaimana pertanggungjawaban jasa titip @infobarkas.semarang dalam penyelesaian masalah yang terjadi.

### D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis atau praktis

#### a. Secara Teoritis

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat berguna dalam perkembangan ilmu dibidang hukum perdata

#### b. Secara Praktis

Penulisan skripsi ini diharapkan bisa memenuhi hak -hak konsumen dalam transaksi jasa titip di e-commerce dan mem berikan wawasan dan pengetahuan bagi pembeli/penjual.

## E. Termitologi

### 1. Perlindungan Hukum

#### a) Menurut Satjipto Raharjo

“Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum”<sup>7</sup>

#### b) Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)

dapat disamakan dengan istilah proteksi, yang artinya adalah proses atau perbuatan memperlindungi.

#### c) Menurut Pasal 8 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers

*“perlindungan hukum adalah jaminan perlindungan dan atau masyarakat kepada warga negara dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban, peranannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”*.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Rudi Pisteo dan Fajar Sugianto dan Sanggup Leonard Agustina, “Pemaknaan Kembali Terhadap Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan”. Hukum Magnum Opus. Vol. 3 No.1, Febuari 2020, hal.40

<sup>8</sup> Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Pasal 8

Jadi perlindungan hukum adalah jaminan perlindungan untuk masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan agar dapat menikmati semua hak- hak yang diberikan oleh hukum.

## 2. Konsumen

### a) Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)

konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya).

### b) Menurut Mariam Darus

konsumen dengan cara mengambil alih pengertian uang yang dipergunakan oleh kepustakaan Belanda yaitu semua individu yang mempergunakan barang dan jasa secara nyata.<sup>9</sup>

### c) Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 1 ayat (2)

*“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri,*

---

<sup>9</sup> <https://pendidikan.co.id/pengertian-konsumen-jenis-hak-kewajiban-dan-menurut-ahli/> diakses pada 10 September 2021 pukul 19.50)

*keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”<sup>10</sup>*

Jadi konsumen adalah setiap orang yang menjadi pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri atau orang lain dan tidak diperdagangkan.

### 3. Jasa Titip

Menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Jasa titip dikenal juga dengan istilah Personal Shopper adalah sebuah pekerjaan keluar masuk toko, mall atau pedagang besar dengan beberapa brand tertentu sesuai dengan keinginan para pelanggan yang percaya pada jasa mereka.

Definisi jasa menurut Rambat Lupiyoadi mengatakan bahwa “Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya

---

<sup>10</sup> Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 1



kenyamanan, hiburan kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan akan masalah yang dihadapi konsumen”.<sup>11</sup>

#### 4. Beli

Pengertian Beli Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Beli adalah memperoleh atau memiliki sesuatu dengan membayar.

#### 5. Media Sosial

a) Menurut Van Dijk , yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial

“Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium( fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.”<sup>12</sup>

b) Menurut Dr.Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial

“Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunaanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi,

---

<sup>11</sup> Indira Putri Mahesti, *Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online*, Sumatera Utara, Universitas Sumatera Utara, 2019, Hal. 30.

<sup>12</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositeknologi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung,2016, hal 11

bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.”<sup>13</sup>

Jadi media sosial adalah sebuah platform media yang ada di internet yang memfasilitasi pengguna untuk mempresentasikan dirinya, berinteraksi, berkerja sama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

## 6. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>14</sup>

### F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Pendekatan penelitian yang digunakan penulis ialah metode yuridis sosiologis. Metode pendekatan yuridis sosiologis adalah menekankan

---

<sup>13</sup> Nur Sundawati, *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa*, Bandung, Universitas PASUNDAN, 2018, Hal. 11.

<sup>14</sup> Rini Damayanti, *Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram*, Widyaloka IKIP Widya Darma. Vol. 5 No. 3, Juli 2018, hal. 262.

penelitian yang menekankan atau bertujuan memperoleh data secara empiris. Penelitian Yuridis Sosiologis merupakan penelitian hukum menggunakan data sekunder sebagai data awalnya, yang kemudian dilanjutkan dengan data primer dilapangan atau terhadap masyarakat, meneliti efektivitas suatu Undang – Undang Dasar dan penelitian yang ingin mencari hubungan (korelasi) antara berbagai gejala atau variabel, sebagai alat pengumpulan datanya terdiri dari studi dokumen atau bahan pustaka dan wawancara (kuisoner).

b. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian dalam penulisan hukum ini bersifat deskriptif analisa. Deskripsi analisa yaitu menggambarkan analisa karena hasil penelitian ini hanya melukiskan atau menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang dikaitkan dan analisa teori – teori ilmu hukum dan suatu keadaan atau objek tertentu secara factual dan akurat.<sup>15</sup>

1) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari norma atau kaidah dasar, peraturan dasar, peraturan perundang-undangan, dalam penelitian ini bahan hukum yang digunakan adalah Kitab undang- Undang Hukum Perdata, Undang-

---

<sup>15</sup> Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Normatif*, Rajawali Pers, Jakarta,2001, hal 15

Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik, Undang- Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang – Undang No. 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

2) Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap analisa bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penulisan ini adalah buku-buku, jurnal, literatur-literatur, artikel internet, hasil karya hukum yang berkaitan dengan penulisan ini.

c. Teknik Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioer, daftar

pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda (multiple choice questions) dan pertanyaan terbuka (open question). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang persepsi desain interior dari responden.

Angket terdiri atas:

a. Angket penelitian terbuka (open questionnaire)

Angket penelitian terbuka maksudnya adalah angket yang di dalamnya diberikan kolom yang bebas dijawab oleh responden. Jawaban pada angket terbuka tidak dibatasi dengan alternatif-alternatif jawaban seperti pada angket tertutup.

b. Angket penelitian tertutup (closed questionnaire)

Angket tertutup maksudnya adalah angket yang di dalamnya sudah terdapat alternatif-alternatif jawaban yang dapat dijawab oleh para responden. Alternatif jawaban pada angket terbuka bisa berupa “YA” atau “TIDAK”, atau bisa juga pilihan objektif, sehingga responden memilih jawaban yang sesuai dengannya.

## 2. Penelitian Kepustakaan / Library Research

Penelitian kepustakaan adalah kegiatan penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam

material yang ada di perpustakaan seperti buku referensi, hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, artikel, catatan, serta berbagai jurnal yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan. Kegiatan dilakukan secara sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpulkan data dengan menggunakan metode/teknik tertentu guna mencari jawaban atas permasalahan yang dihadapi

### 3. Studi dokumen

Studi dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

#### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini ditujukan kepada orang-orang yang pernah/mengalami membeli barang melalui jasa titip. Penarikan sampel menggunakan teknik kuesioner/ menyebar angket melalui google form.

#### b. Alat Penelitian

Alat yang digunakan untuk menjalankan penelitian ini menggunakan google form. Google form adalah layanan dari Google yang memungkinkan Anda untuk membuat survey, tanya jawab dengan fitur formulir online yang bisa dicustomisasi sesuai dengan kebutuhan. Jadi anda bisa mendapatkan jawaban secara langsung dari audiens yang mengikuti survei.

### c. Lokasi Penelitian

Berhubung dengan adanya pandemi COVID -19 di Indonesia, maka untuk mencegah dan meminimalkan penyebaran virus Covid -19 , maka proses penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan data angket ( kuesioner ) untuk mengumpulkan data. Dan dilakukan secara online menggunakan fitur Google Form. Meskipun wawancara tidak dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan responden, tetapi fitur Google Form ini dapat dipertanggungjawabkan keakuratan datanya ketika responden mengembalikan jawaban yang penulis sebarakan.

### G. Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai untuk menganalisis skripsi ini menggunakan metode kualitatif, yaitu penjelasan dengan pembahasan hasil penelitian menggunakan bentuk uraian, sedangkan analisisnya dengan menggunakan landasan teori dan kajian pustaka.

### H. Sistematika Penulisan

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab I memuat uraian mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Termitologi, Metode Penelitian, Metode Pengumpulan Data,

Lokasi Penelitian, Analisis Data dan Sistematika Penulisan Hukum.

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab II akan membahas mengenai Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen, Tinjauan Umum Jasa Titip Beli, Tinjauan Umum Tentang Media Instagram dan Pengguna Instagram, Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Islam, dan Tinjauan Umum Tentang Jasa Titip Beli Dalam Perspektif Islam

## BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab III berisi tentang pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan rumusan masalah penelitian yaitu mengenai:

1. Apakah konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui jasa titip infobarkas.semarang sudah mendapatkan haknya sebagai konsumen sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana penyelesaian masalah antara konsumen dengan penyedia jasa titip @infobarkas.semarang?

## BAB IV : PENUTUP



Bab IV merupakan bagian akhir dari penulisan hukum yang berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

##### 1. Pengertian konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris – Amerika), secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Konsumen pada umumnya adalah sebagai pemakai terakhir produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yakni setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.<sup>16</sup>

Pengertian konsumen di Indonesia terdapat dalam Pasal 1 angka 2 Undang – Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ( UUPK ), “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.<sup>17</sup>

Black’s Law Dictionary “One who consumer, individuals who purchase, use, maintain and dispose of product and services” artinya : “ seseorang yang

---

<sup>16</sup> <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-konsumen/> (diakses pada tanggal 8 November 2021 pukul 22.09)

<sup>17</sup> Undang – Undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

mengkonsumsi, individu yang membeli, menggunakan, memelihara dan menggunakan/menghabisi dari produk dan jasa”. Jenis – jenis konsumen : <sup>18</sup>

- a. Konsumen yang menggunakan barang/ jasa untuk keperluan komersial (intermediate consumer, intermediate buyer, derived buyer, consumer of industrial market).
- b. Konsumen yang menggunakan barang/jasa untuk keperluan diri sendiri/ keluarga/ non komersial (ultimate consumer, ultimate buyer, end user, final consumer, consumer of consumer market).

Konsumen merupakan seseorang yang memanfaatkan, membeli, memakai, menghabiskan barang dan jasa atau pemakai terakhir barang dan/jasa yang disediakan oleh pengusaha, yakni orang yang mendapatkan barang tersebut dan tidak dipejualbelikan lagi. Dan barang tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan diri sendiri atau komersial.

## 2. Hak dan kewajiban Konsumen

Hak konsumen yang dicantumkan dalam pasal 4 UUPK adalah sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa

---

<sup>18</sup> Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Grup Penerbit CV BUDI UTAMA, Jogjakarta, 2019, hal 3

- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk di dengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk di dengar pendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i. Hak -hak yang diatur dalam ketentuan peraturan – undangan lainnya.

Hak- hak konsumen tidak hanya dicantumkan dalam pasal 4 UUPK, melainkan ada pasal lain yang mengaturnya. Khususnya pasal 7 UUPK yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan

antiomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha juga dapat diartikan sebagai hak konsumen

Disamping itu konsumen juga dibebankan oleh beberapa kewajiban sebagaimana yang tertuang dalam pasal 5 UUPK, yaitu :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum dan sengketa perlindungan konsumen secara patut

Konsumen tidak hanya diberikan hak oleh UUPK tetapi juga dibebani oleh kewajiban sebagaimana yang telah dicatumkan diatas. Dengan ini pelaksanaan kewajiban konsumen dengan pelaku usaha yang seimbang akan menciptakan hubungan yang baik antara konsumen dan pelaku usaha. Hubungan hukum yang baik antara konsumen dan pelaku usaha akan menciptakan sebuah simbiosis mutualisme yang saling menguntungkan satu sama lain dan menciptakan keadaan usaha yang sehat sehingga menunjang pembangunan nasional.

### 3. Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia

Sejarah Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai terdengar dan populer pada tahun 1970-an, dengan berdirinya lembaga swadaya masyarakat (nongovernmental organization) Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Setelah YLKI, sejarah juga mencatat berdirinya Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988. Kedua lembaga tersebut merupakan anggota dari *Consumers International* (CI). Selain kedua lembaga tersebut, saat ini juga telah banyak berdiri lembaga – lembaga perlindungan konsumen di Indonesia antara lain, Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung, Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY), Lembaga Konsumen Surabaya, dan lain-lain.<sup>19</sup>

Berdirinya lembaga- lembaga konsumen mempunyai peranan yang penting dalam pergerakan perlindungan konsumen di Indonesia, yang secara aktif memberikan kontribusi terhadap perlindungan konsumen di Indonesia. Keberadaan lembaga- lembaga konsumen ini memiliki peranan penting dari segi advokasi maupun dari segi peningkatan kesadaran masyarakat mengenai perlindungan konsumen. Perkembangan ke arah perlindungan konsumen di Indonesia selain munculnya lembaga- lembaga konsumen di Indonesia, juga ditandai dengan banyak diselenggarakan studi baik yang bersifat akademis,

---

<sup>19</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2004, hal 53

maupun untuk tujuan mempersiapkan dasar-dasar penerbitan suatu peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen.<sup>20</sup>

#### 4. Pengertian perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen merupakan upaya perlindungan yang diberikan kepada konsumen atas suatu produk atau jasa yang diterima konsumen dari produsen. Dalam Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa :” Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Pengertian perlindungan konsumen dalam Pasal 1 angka 1 UUPK cukup memadai, kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian adanya kepastian hukum” diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan oleh pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.<sup>21</sup>

Dengan pengertian demikian, perlindungan konsumen merupakan seperangkat aturan yang dibuat oleh lembaga pemerintah yang berwenang untuk memberikan perlindungan serta jaminan kepastian hukum bagi konsumen yang telah dirugikan oleh produsen/ pelaku usaha sebagai akibat dari suatu transaksi.

---

<sup>20</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2011, hal 26

<sup>21</sup> Ahmadi Miru dan Sutaman Yodo , *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hal 1

Berikut beberapa pengertian mengenai hukum perlindungan konsumen menurut beberapa para ahli :

- a. Menurut setiono, perlindungan hukum adalah Tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang -wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.<sup>22</sup>
- b. Menurut Az. Nasution, Di dalam perlindungan konsumen, terdapat dua istilah hukum yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Hukum konsumen ialah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan/atau jasa antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan masyarakat. Sedangkan hukum perlindungan konsumen ialah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan/atau jasa konsumen antara penyedia dan penggunanya dalam kehidupan bermasyarakat.<sup>23</sup>
- c. Menurut Sidharta, Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya,

---

<sup>22</sup> Setiono. *Rule of law ( Supremasi Hukum)*, Surakarta, Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2004, hal 3

<sup>23</sup> Az. Nasution, Op.Cit., hal 37



hal ini mengingat bahwa tujuan hukum ialah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Perlindungan konsumen ialah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan salah satu masalah antara kedua pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam suatu pergaulan hidup.<sup>24</sup>

- d. Menurut Inosentius Samsul, Hukum perlindungan konsumen adalah peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan-putusan hakim yang substansinya mengatur kepentingan konsumen.<sup>25</sup>

Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang sangat luas, yaitu meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang dimulai dengan tahap – tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga akibat yang timbul atas penggunaan barang atau jasa. Berikut cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspek :

1. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang di sepakati atau melanggar ketentuan undang – undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan – persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses distribusi, desain produk, dan sebagainya, apakah telah sesuai standar sehubungan dengan

---

<sup>24</sup> Shidarta, Op.Cit.,hal 34

<sup>25</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, hal 16

keamanan dan keselamatan konsumen. Juga persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengkonsumsi produksi yang tidak sesuai

2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat – syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk juga persoalan – persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purnajual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.<sup>26</sup>

#### 5. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen diselenggarakan dengan lima asas, dimana dalam UUPK telah di cantumkan bahwa tujuan utama dari perlindungan konsumen adalah untuk melindungi kepentingan konsumen.

Di dalam UUPK pasal 2 menyatakan bahwa “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum “. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yang dijelaskan dalam Penjelasan Pasal 2 UUPK, yaitu :

---

<sup>26</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2008, hal 8

- 1) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar – besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- 2) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- 3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antar kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual;
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan manfaat barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
- 5) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Di samping asas – asas yang ada di dalam pasal 2 UUPK, perlindungan konsumen mempunyai tujuan yang akan dicapai sebagaimana telah dijelaskan dalam pasal 3 UUPK. Perlindungan Konsumen bertujuan :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Mengangkat pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak – haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan penyelenggaraan , pengembangan, dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang di rencanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung mendorong para pelaku usaha di dalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan penuh rasa tanggung jawab.<sup>27</sup> Secara historis, konsumen dianggap pihak yang lebih lemah dalam suatu transaksi bisnis serta aturan – aturan atau regulasi khusus dikeluarkan untuk melindungi kepentingan konsumen.<sup>28</sup> Karena kedudukan konsumen yang lebih lemah oleh karena itu perlu adanya perlindungan bagi konsumen untuk kenyamanan dan keamanan saat bertransaksi dengan pelaku usaha.

## B. Tinjauan Umum Tentang Jasa Titip Beli

### 1. Pengertian E-Commerce

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini adalah internet (*interconnection network*). Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui e-mail, komunikasi melalui situs jejaring social, dan termasuk untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan

---

<sup>27</sup> Abdul Halim Barkatulah, *Hak- Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010, hal 27

<sup>28</sup> Ibid hal 28

dengan memanfaatkan media internet ini dikenal istilah *electronic commerce* atau disingkat *e-commerce*.<sup>29</sup>

*E-Commerce* merupakan suatu proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer, yaitu internet. Kata *online* yang dalam bahasa Indonesia sering diterjemahkan sebagai “dalam jaringan” atau yang lebih dikenal dalam singkatan “daring”. Pengertian *online* adalah keadaan komputer yang terkoneksi atau terhubung ke jaringan internet, jika komputer online maka dapat mengakses internet atau browsing mencari informasi-informasi di internet.<sup>30</sup>

*E-commerce* memiliki beberapa karakteristik, yaitu terjadinya transaksi antara dua belah pihak; adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan menggunakan media internet. Semua jenis transaksi pada *e-commerce* dilakukan tanpa adanya tatap muka antara pihak penjual dan pembeli, sehingga yang menjadi dasar dari transaksi *e-commerce* adalah kepercayaan satu sama lain.<sup>31</sup> Sedangkan jika diuraikan dalam istilah lain, *e-commerce* disebut juga sebagai bisnis online. Istilah bisnis online lebih sering

---

<sup>29</sup> Ahmad M Ramli, *Cyberlaw dan Haki Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Jakarta, 2004, Hal 1

<sup>30</sup> Andhika Wijaya, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Sinar Grafika, Jakarta, 2016, hal 9

<sup>31</sup> Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Magistra Isnania Press, Yogyakarta, 2004, hal 15-17

digunakan masyarakat pada umumnya dalam menyebut jenis perdagangan berbasis internet.<sup>32</sup>

## 2. Pengertian Jasa

Pengguna jasa merupakan faktor yang penting dalam kehidupan sehari – hari. Manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari -harinya atau dalam melakukan aktifitas dan keinginannya sangat terbantu oleh jasa. Jasa jenisnya beragam, seperti jasa telekomunikasi, transportasi, hiburan, Pendidikan, finansial, kesehatan, dan lain- lain.

Sifat dasar pengguna jasa yang tidak berwujud (*intangibile*) dan lebih merupakan proses yang dialami pelanggan secara subyektif, dimana produksi dan konsumsi berlangsung secara bersamaan, membuat kualitas jasa lebih sulit didefinisikan dan diukur bila dibanding dengan kualitas pada produk barang. Proses pembentukan kualitas jasa dipengaruhi oleh interaksi antara penyedia jasa dan konsumen. Pada dasarnya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan jasa tersebut.<sup>33</sup>

Menurut Pasal 15 UU ITE No. 11 tahun 2008 penyedia jasa berbasis online memiliki tanggung jawab sebagai berikut :<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Ibid, hal 18

<sup>33</sup> Ibid, hal 19

<sup>34</sup> Undang – Undang ITE No. 11 Tahun 2008

- 1) Setiap penyelenggara sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik sebagaimana mestinya.
- 2) Penyelenggara sistem elektronik bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan sistem elektroniknya.
- 3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna sistem elektronik.

Pengertian jasa (*service*) adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.<sup>35</sup> Menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Para ahli yang telah mendefinisikan pengertian jasa sesuai sudut pandang mereka masing – masing, yaitu:

---

<sup>35</sup> Oka A Yoeti, *Psikology Pelayanan Wisata*, Gramdia Pustaka Utama, Jakarta, 1999, hal 107



Menurut Supranto, Jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apa pun.<sup>36</sup>

Menurut Lupiyoadi, Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan akan masalah yang dihadapi konsumen.<sup>37</sup>

Berdasarkan dari definisi diatas, jasa merupakan sebuah aktivitas atau tindakan yang di berikan untuk konsumen yang tidak berwujud dan memiliki nilai bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Pengguna jasa merupakan suatu yang subjektif, karena merupakan sesuatu yang tidak nyata dan tentu saja berbeda dengan barang (produk fisik).

### 3. Jasa Titip dalam Hukum Perdata

Salah satu kebutuhan manusia adalah terpenuhinya rasa aman terhadap dirinya dan barang – barang yang di punya. Termasuk rasa aman terhadap barang yang di titipkan kepada jasa penitipan barang. Dalam Hukum Perdata

---

<sup>36</sup> Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*, PT. Reinika Cipta, Jakarta, 2011, hlm 227.

<sup>37</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Salemba Empat, Jakarta, 2013, hlm 5.

mengatur adanya ketentuan mengenai penitipan yang diatur dalam Bab XI tentang Penitipan Barang yaitu Pasal 1694-1793 Buku Ketiga Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Menurut Buku Ketiga Bab XI KUHPerdata yang mengatur tentang penitipan dalam Pasal 1694 disebutkan bahwa penitipan adalah terjadi, apabila seseorang menerima sesuatu barang dari orang lain dengan syarat bahwa ia akan menyimpannya dan mengembalikannya dalam wujud asalnya. Dapat diartikan bahwa titip adalah sebuah perjanjian antara seseorang yang menitipkan suatu barang kepada orang lain (penerima titipan) dengan syarat orang lain tersebut menyimpan dan mengembalikan dalam keadaan asli atau semula sebelum dititipkan kepadanya ke yang menitipkannya (pemberi titipan )

Jasa Titip dikenal dengan istilah *Personal Shopper* merupakan pekerjaan di bidang jasa dimana orang tersebut membelikan barang sesuai permintaan konsumen. Sebuah pekerjaan dimana keluar masuk toko, mall, atau pedagang besar dengan beberapa brand tertentu sesuai dengan keinginan pelanggan yang percaya terhadap jasa mereka. Jadi jasa titip merupakan sebuah transaksi online dalam bentuk jasa titipan yang objeknya merupakan barang – barang dengan merek tertentu untuk di titipkan kepada pihak penjual dengan ketentuan barang di kenakan biaya untuk jasa tersebut.

Pandangan hukum kepada seseorang yang berprofesi sebagai jasa titipan / Personal Shopper merupakan mekanisme kerja yang sederhana, jasa titip merupakan seorang pihak ke tiga antara penjual dengan pembeli atau sebagai perantaranya. Jasa titip melakukan perkerjanya dengan cara memposting barang yang telah di beli/ dititipkan penjual melalui akun *Instagram* atau *E-commerce* lainnya kemudian memberi tarif atau upah untuk jasa membelikan setiap barangnya.

Pandangan hukum pada transaksi berbasis aplikasi *online* yang melibatkan jasa titip online pada hakekatnya adalah sebuah perikatan. Sebagaimana definisi perikatan yang dikemukakan oleh Subekti, bahwa suatu perikatan adalah suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu.<sup>38</sup>

Sebagai sebuah perjanjian pada umumnya, maka perjanjian kemitraan tunduk pada ketentuan Pasal 1338 Jo Pasal 1320 KUHPerduta. Sedangkan ketentuan khusus, bisa merujuk pada ketentuan persekutuan perdata dalam Pasal 1618 sampai dengan Pasal 1641 KUHPerduta. Pasal 1618 KUHPerduta mendefinisikan persekutuan sebagai suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih mengikatkan diri untuk memasukkan sesuatu dalam persekutuan, dengan maksud untuk membagi keuntungan yang terjadi karenanya.

---

<sup>38</sup> Subketi, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermedia, Jakarta, 1984, hal 1

Selanjutnya Pasal 1619 menentukan bahwa masing-masing sekutu wajib memasukkan suatu modal sebagai inbreng, baik berupa barang, uang ataupun kerajinan atau tenaganya.<sup>39</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat di simbulkan penulis bahwa jasa titip merupakan sebuah profesi yang dimana pada hakikatnya adalah sebuah perikatan. Perikatan perjanjian jual beli merupakan konsensual karena didalam perjanjian juga terdapat perjanjian formal dimana mengharuskan di buat dalam bentuk tertulis yang berupa akta autentik.

### C. Tinjauan Umum Tentang Media Instagram dan Pengguna Instagram

#### 1. Pengertian Media Sosial Instagram

*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Salh satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera peranti bergerak. *Instgaram* dapat digunakan di *Iphone*, *iPad*, *iPod Touch* versi apapun dengan sistem operasi

---

<sup>39</sup> Subekti, R.Tjitrosudibio, *Kitab Undang Undang Hukum Perdata*, Pradnya Pramita , Jakarta,1992, hlm 356.

Ios 7.0 atau yang terbaru, telepon gengam *Android* apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (*Froyo*) ke atas, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunggah melalui *Apple App Store* dan *Google Play*. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa *Facebook* setuju mengambil alih *Instagram* dengan nilai sekitar \$1 miliar.<sup>40</sup>

*Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera *polaroid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti *polaroid* di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "*telegram*" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan *Internet*, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* merupakan lakuran dari kata instan dan telegram. Kegunaan utama dari *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *iDevice* tersebut.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada tanggal 18 November 2021 pukul 15.42

<sup>41</sup> *Ibid*

## 2. Perkembangan Media Sosial Instagram di Indonesia

Indonesia menjadi negara dengan pengguna *Instagram* terbesar se-Asia Pasifik. Dari 700 pengguna aktif bulanan alias *monthly active user* (MAU) yang diraup Instagram secara global, 45 juta di antaranya berasal dari Indonesia. Angka 45 juta MAU menunjukkan peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan Januari 2016. Kala itu, MAU Instagram di Indonesia hanya 22 juta.<sup>42</sup>

Perdagangan berbasis sosial media diprediksi terus tumbuh mengingat banyak pedagang yang berencana menggunakan platform ini dalam beberapa bulan ke depan. Asia Social Commerce Report menunjukkan 95% responden di Tiongkok akan mengadopsi perdagangan berbasis sosial media, disusul Hong Kong dengan 88% responden, dan Indonesia sebanyak 83% responden. Ada tiga alasan utama yang menyebabkan perdagangan berbasis media sosial semakin menjadi andalan. Sekitar 63% responden di Asia menilai perdagangan berbasis media sosial lebih mudah meraih pasar potensial yang lebih luas. Sebanyak 57% responden menilai lebih gampang membuka bisnis melalui media sosial. Sementara itu, sebanyak 48% responden memilih

---

<sup>42</sup> <https://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik>. Diakses pada tanggal 18 November 2021 pukul 16.05

platform media sosial karena dapat meningkatkan jaringan teman dan kenalan yang bisa mendorong pertumbuhan bisnisnya.<sup>43</sup>

3. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial Instagram Dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Setiap media sosial mempunyai kekurangan dan kelebihan salah satunya yaitu Instagram. Berikut kekurangan dan kelebihan dari Instagram :<sup>44</sup>

a. Kelebihan :

1. Mampu bersifat privasi

Jika kita menerapkan Privat Akun, maka profil Instagram kita terkunci dan hanya bisa dilihat oleh orang – orang yang mengikuti berdasarkan persetujuan kita sendiri

2. Memiliki Beberapa Fitur Menarik

Disamping kita bisa mengepost foto atau video yang dimiliki, Instagram juga menyediakan berbagai macam editan serta stiker – stiker menarik

3. Menyediakan Akun Bisnis

---

<sup>43</sup> <https://katadata.co.id/hariwidowati/digital/5e9a55d419328/pedagang-indonesia-paling-banyak-manfaatkan-instagram-dan-facebook> diakses pada tanggal 18 November 2021 pukul 16.15

<sup>44</sup> <https://exrush.com/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-dibandingkan-media-sosial-lainnya/> diakses pada tanggal 18 november 2021 pukum 16.20

Bagi kalian yang menekuni bidang bisnis online. Tidak ada salahnya jika menggunakan Instagram sebagai media promosi.

b. Kekurangan :

1. *Konteksnya Terbatas*

Akses Instagram sebenarnya begitu mudah, namun konteksnya yang hanya memuat foto dan video membuat penggunaan Instagram tidak dapat menjangkau ke ranah – ranah lainnya. maka anda harus benar benar mampu membuat konten instagram yang menarik baik dengan foto maupun video

2. *Kualitas Unggahan yang Menurun*

3. Dalam Instagram jika kita ingin memposting foto, kita hanya bisa menggunakan skala kualitas yang kecil sehingga gambarnya tidak begitu jelas. Begitupun dalam video, Instagram hanya menyediakan durasi selama satu menit saja

4. Harus diupdate secara berskala

5. Untuk mendapatkan fitur – fitur terbaru, Instagram harus kita update secara berskala. Rata – rata pengupdate an ini dilakukan sebulan sekali dan tentunya membutuhkan ruang yang lebih besar pula dalam setiap pembaharuannya.



## D. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam

### 1. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam

Sumber hukum dalam Islam yang telah disepakati oleh para fuqaha ada 4, yaitu berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, Ijma', dan Qiyas. Sumber-sumber hukum ini dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan hukum perlindungan konsumen dalam Islam. Al-Qur'an merupakan sumber hukum pertama (sumber primer) dalam ajaran Islam. Sunnah adalah sumber hukum kedua (sumber sekunder) setelah Al-Quran, dan dapat dijadikan sumber hukum pertama (sumber primer) apabila tidak ditemukan penjelasan atas suatu masalah di dalam Al-Qur'an.<sup>45</sup>

Adapun ijma' adalah kesepakatan semua mujtahid dari kalangan umat Islam pada suatu masa, setelah wafatnya Rasulullah SAW atas suatu hukum syara' mengenai suatu kejadian maupun kasus.<sup>46</sup> Ijma' hanya ditetapkan setelah wafatnya Rasulullah SAW dan hanya dapat dijadikan sebagai sumber hukum apabila tidak ditemukan penjelasan atau norma-norma hukum di dalam Al-Qur'an maupun sunnah mengenai suatu masalah atau kasus. Sedangkan qiyas adalah menghubungkan suatu kejadian yang tidak ada nash-nya kepada kejadian yang ada nash-nya, dalam hukum yang telah ditetapkan

---

<sup>45</sup> Choirunnisak, *Sosialisasi Perlindungan Konsumen dalam Islam di Desa Nusa Makmur Kecamatan Air Kumbang*, STEBIS IGM, Palembang, 2021, hal 73

<sup>46</sup> Mukhtar Yahya dan Facturrahman, *Dasar – Dasar Pembinaan Hukum Figh Islam*, Alma'arif, Bandung, 1986, hal 58-59

oleh nash.<sup>47</sup>Qiyas ini merupakan metode dalam pengambilan hukum yang didasarkan pada illat-illat hukum yang terkandung di dalamnya.

## 2. Hak -Hak Perlindungan Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam

Islam pada masa Rasulullah belum menjelaskan pengaturan perlindungan konsumen secara detail seperti saat ini. Walaupun penuh dengan keterbatasan teknologi akan tetapi, pengaturan perlindungan konsumen sudah di contohkan dan diajarkan oleh Rasulullah, sehingga pengaturan tersebut menjadi cikal bakal produk hukum perlindungan konsumen masa kini. Seluruh ajaran Islam mengenai perdagangan dan perekonomian berorientasi pada perlindungan hak – hak produsen dan konsumen.

Karena Islam menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran, dan transparansi yang dilandasi nilai keimanan dalam praktik perdagangan dan peralihan hak. Mengenai hak-hak konsumen, Islam memberikan ruang bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan yang dikenal dengan istilah *khiyar* dengan beragam jenis sebagai berikut :<sup>48</sup>

### a. Khiyar Majelis

---

<sup>47</sup> Ibid, hal 66

<sup>48</sup> Siah Khosiy'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, Pustaka Setia, Bandung, 2014, hal 128

Imam syafi'i dan Ahmad menjelaskan bahwa apabila jual beli telah terjadi, kedua belah pihak mempunyai hak *khiyar majelis* selama mereka belum berpisah dan menetapkan pilihannya untuk melangsungkan jual beli. Abu Hanifah dan Imam Malik berpendapat bahwa kedua belah pihak tidak mempunyai hak *khiyarul majelis*. Alasannya adalah lazimnya jual beli itu karena selesainya ijab kabul jual beli dan berlaku menurut *syara'* maka tidak diperlukannya lagi *khiyar majelis*. Adapun pendapat Imam Malik dan Hanifah meniadakan *khiyar majelis* dan perikatan itu apabila telah berakhir ijab dan kabul maka tidak ada *khiyar* lagi, selain *khiyar syarat*.

Para ulama berbeda pandangan tentang pengertian *khiyar majelis* ini, namun pada dasarnya *khiyar majelis* adalah *khiyar* yang dilakukan dalam jual beli selama masih ditempat yang sama atau belum berpisah. Contohnya, seseorang membeli baju disebuah toko kemudian telah terjadi ijab dan kobul atau kesepakatan di kedua belah pihak, kemudian si pembeli pergi meninggalkan toko. Maka, dengan perginya pembeli dari toko tersebut pembeli telah mendapatkan hak *khiyarnya* ketika masih ditoko.

b. *Khiyar Syarat*

*Khiyar syarat* ialah salah satu pihak yang berakad membeli sesuatu dengan ketentuan memiliki *khiyar* selama jangka waktu yang telah ditentukan dengan jelas. Selama waktu tersebut, jika pembeli menginginkan, maka ia bisa melaksanakan jual beli tersebut atau membatalkannya. *Syarat*

ini juga boleh bagi kedua belah pihak yang berakad secara bersama-sama, boleh juga bagi salah satu pihak saja jika ia mempersyaratkannya.

c. Khiyar 'Aib

*Khiyar 'aib* ialah hak membatalkan atau meneruskan jual beli bagi kedua belah pihak yang berakad apabila terdapat cacat pada barang yang diperjualbelikan, dan cacat itu tidak diketahui pemiliknya ketika akad berlangsung. Misalnya, seseorang membeli telur ayam satu kg, kemudian satu butir diantaranya telah busuk, atau ketika telur dipecahkan telah menjadi anak ayam. Hal ini sebelumnya tidak diketahui baik oleh penjual maupun pembeli, dalam kasus seperti ini, menurut para pakar *fiqh*, ditetapkan hak *khiyar* bagi pembeli. Jadi, dalam *khiyar 'aib* terjadi apabila terdapat bukti cacat pada barang yang dibelinya, pembeli dapat mengembalikan barang tersebut dengan meminta ganti barang yang baru atau kembali dengan uang.

d. Khiyar Ru'yah

*Khiyar ru'yah*, apabila pelaku usaha menjual barang dagangannya, sementara barang tersebut tidak ada dalam *majelis* jual beli. Jika pembeli kemudian melihat barang tersebut dan tidak berkeinginan untuk membelinya atau barang tersebut tidak sesuai dengan keinginannya, maka pembeli berhak menarik membatalkan diri dari akad jual beli tersebut.

e. Khiyar Tadlis

*Khiyar Tadlis* ialah jika penjual mengelabui pembeli dengan menaikkan harga barang, maka dari itu haram baginya. Dalam hal ini pembeli memiliki *khiyar* selama tiga hari, adanya *khiyar* untuk mengembalikan barang tersebut yang didasarkan pada hadist Rasulullah yang disampaikan oleh Abu Hurairah :

*“Janganlah kalian membiarkan unta dan domba tidak diperah (sebelum dijual). Siapa saja yang membelinya, kemudian setelah ia memerahnya, ia boleh memilih di antara dua hal; jika ingin ia boleh mempertahankannya; jika ingin ia boleh mengembalikannya disertai dengan satu sha’ kurma.”*  
(HR. Bukhari dan Muslim)

f. *Khiyar al-Ghabm al-Fahisy (Khiyar al-Mustarsil)*

*Khiyar* ini dapat menjadi hak penjual dan dapat pula menjadi hak pembeli. Kadang kala pembeli membeli barang dengan harga 5 dinar, padahal barang tersebut hanya setara dengan 3 dinar, atau penjual menjual barang dengan harga 10 dinar padahal barang tersebut hanya setara dengan 8 dinar. Jika seorang penjual dan pembeli ditipu dalam hal ini, maka ia memiliki *khiyar* untuk menarik diri dari jual beli dan membatalkan akad. *Khiyar* ini pada dasarnya terdapat *syarat* di dalamnya.

g. *Khiyar Ta’yin*

*Khiyar ta'yin* ialah memberikan hak kepada pembeli untuk memilih barang yang diinginkan dari sekumpulan barang yang dijual meskipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang akan dibeli. Contohnya, seseorang membeli empat ekor sapi dari sekumpulan sapi, maka pembeli diberi hak *khiyar ta'yin* sehingga ia dapat menentukan empat ekor sapi yang hendak dibeli di antara sekumpulan sapi tersebut.

### 3. Sejarah Perlindungan Konsumen Menurut Islam

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam sudah dimulai sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi Rasul, beliau membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan mendapatkan imbalan atau upah.<sup>49</sup> Sekalipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktek bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis.<sup>50</sup>

Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasul, konsumen mendapatkan perhatian yang lebih dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an

---

<sup>49</sup> Mahdi Risqullah Ahmad, *Biografi Rasullullah: Sebuah Studi Analisis Berdasarkan Sumber – Sumber Autentik*, Qjsthi Press, Jakarta, 2009, hal 152

<sup>50</sup> Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Bumi Aksara, Jakarta, 2008, Hal 49

atau Hadits. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat (279).

*Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya. (QS Al-Baqarah ayat 279).*

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha (produsen). Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.<sup>51</sup>

Setelah Rasulullah SAW hijrah dari Mekkah ke Madinah, beliau sebagai pemimpin agama dan sekaligus sebagai pemimpin negara, praktek bisnis yang tidak adil dan mengarah pada kezaliman dilarang dan dihapuskan. Seperti penahanan stok, spekulasi, kolusi oligarki, pembatalan informasi

---

<sup>51</sup> Zulham, Op.Cit., hal 41

penting tentang produk, penjualan dengan sumpah palsu, atau informasi menyesatkan.<sup>52</sup> Praktek-praktek dalam berbisnis yang dilarang oleh Rasulullah ketika beliau memerintah di Madinah antara lain :<sup>53</sup>

1. *Talaqqi Rukban*, adalah mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar. Rasulullah SAW bersabda

*“Jangan kamu mencegat para pedagang ditengah jalan. Pemilik barang berhak memilih setelah sampai pasar, apakah ia menjual kepada mereka yang mencegat atau kepada orang yang ada di pasar”.* (Muttafakun alaih)

2. Melipat gandakan harga, menurut Imam Ghazali, dilarang melipat gandakan harga dari kebiasaan yang berlaku.
3. *Bai'al-gharar*, bisnis yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian.
4. *Gisyah*, adalah menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampur produk cacat ke dalam produk yang berkualitas baik.

---

<sup>52</sup> Ibid, hal 42- 43

<sup>53</sup> Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Insitut Agama Islam Hamzanwadi (IAUH), Lombok Timur, 2015, Hal 526- 527



5. Bisnis *Najasy*, adalah praktik berbisnis di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar dengan tawaran tinggi yang disertai dengan pujian kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.
6. Produk haram, adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah.
7. Riba, adalah pengambilan tambahan dalam transaksi bisnis.
8. Tathfif, adalah mengurangi timbangan atau takaran barang yang akan dijual.

Dari praktik bisnis yang telah dilarang tersebut dapat ditarik benang merah, bahwasannya prinsip bisnis telah diajarkan oleh Rasulullah mengandung nilai – nilai perlindungan terhadap hak – hak konsumen sekaligus mengenal peristilahan konsumen. Oleh karena itu kejujuran, transparansi dan keadilan sebagai pegangan kuat pondasi ajaran Islam dalam berbisnis. Uraian diatas juga membuktikan bahwa bangsa Barat dan dunia modern mengenal perlindungan konsumen, Islam telah mengimplementasikan nilai – nilai dan prinsip- prinsip perlindungan konsumen tersebut dengan penyampaian yang praktis.

## E. Tinjauan Umum Tentang Jasa Titip Beli Dalam Perspektif Islam

### 1. Jual Beli dalam Fiqih Muamalah

#### a. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bay'* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-bay'* dalam Bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *al-syirā'* (beli). Dengan demikian kata *al-bay'* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli.<sup>54</sup> Dengan ini dapat disimpulkan bahwa *al-bay'* merupakan jual beli yang ditandai dengan tukar- menukar harta antara penjual dengan pembeli.

Adapun jual beli menurut istilah syarak ialah saling menukar harta dengan harta lainnya dengan cara-cara tertentu, atau menukar harta dengan harta lainnya yang dapat dikembangkan setelah adanya serah terima dengan cara yang telah diatur. Ada juga yang mendefinisikan jual beli dengan akad pertukaran harta yang menyebabkan kepemilikan atas harta atau pemanfaatan harta untuk selamanya.<sup>55</sup>

Jual beli dalam Al-Quran merupakan bagian ungkapan dari perdagangan

atau dapat juga disamakan dengan perdagangan. Pengungkapan

---

<sup>54</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Gaya Media Pratama, Jakarta, 2007, hal 111

<sup>55</sup> Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i*, Darul Fikr, Beirut, 2008, hal 618

perdagangan ini ditemui dalam tiga kata, yaitu *tijārah*, *bay'* dan *syirā'*. Konsep jual beli mengandung dua pihak, yaitu salah satu pihak menjual dan pihak lain membeli. Dengan demikian, jual beli mengandung konsep serah terima suatu objek yang mengandung nilai secara hukum sebagai ganti atas pembayaran dari suatu harga tertentu.<sup>56</sup>

Adapun jual beli menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya. Sayid Sabiq mendefinisikan jual beli dengan:

مُبَادَلَةٌ مَالٍ بِأَلٍ عَلَى سَبِيلِ التَّ رَاضِي أَوْ نَقْلٌ مِلْكٍ بَعُوضٍ عَلَى الْوَجْهِ الْمَأْذُونِ فِيهِ

Jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.<sup>57</sup>

Dalam definisi di atas terdapat kata “harta”, “milik”, “dengan ganti” dan “dapat dibenarkan” (*al-ma'zūn fīh*). Yang dimaksud dengan harta dalam definisi di atas yaitu segala sesuatu yang menjadi milik seseorang dan dapat dimanfaatkan; yang dimaksud dengan kata milik yaitu agar dapat dibedakan dengan yang bukan milik; yang dimaksud dengan ganti adalah alat tukar yang diberikan sebagai pengganti barang; sedangkan yang dimaksud dengan kata dapat dibenarkan (*al-ma'zūn fīh*) adalah kita tidak boleh melakukan jual beli yang dilarang oleh syarak.

---

<sup>56</sup>Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, Prenamedia Group, Jakarta, 2019, hal 63

<sup>57</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, jilid 5, Gema Insani, Jakarta, 2011, hal 26

Dengan demikian dari berbagai macam definisi dapat disimpulkan, bahwa yang dinamakan jual beli adalah suatu proses dimana seorang penjual menyerahkan barangnya kepada pembeli kemudian pembeli menukarkan hartanya atau yang disebut alat tukar kepada penjual sebagai gantinya.

#### A. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan akad yang dibolehkan berdasarkan al-Qur'an, Sunnah, dan ijmak para ulama. Dilihat dari aspek hukum, jual beli hukumnya mubah, kecuali jual beli yang dilarang oleh syarak.<sup>58</sup> Jual beli sebagai sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an, sunah Rasulullah SAW serta ijmak para ulama. Adapun dasar hukum dari al-Qur'an adalah:

##### 1. Surah al- Baqarah (2) ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba,...

(QS. al-Baqarah [2]: 275).

##### 2. Surah al-Nisa' (4) ayat 29 :

---

<sup>58</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Amzah, Jakarta, 2013, hal 77

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. al-Nisā' [4]: 29)

Dari ayat – ayat al- Quran yang dikemukakan diatas dapat dipahami bahwasannya jual beli merupakan pekerjaan yang halal, apabila pelakunya jujur dan adil, maka akhiratlah yang akan menjadi tempatmu kelak.

#### B. Rukun dan Syarat Jual Beli

Mengenai rukun dan syarat jual beli, para ulama berbeda pendapat. Menurut Mazhab Hanafi, rukun jual beli hanya ijab dan *qabūl*. Menurut yang menjadi rukun dan syarat jual beli hanyalah kerelaan antara kedua belah pihak untuk berjual beli. Namun, karena unsur kerelaan berhubungan dengan hati yang tidak terlihat, maka diperlukan indikator yang menunjukkan kerelaan tersebut dari kedua belah pihak. Indikator tersebut bisa dalam bentuk perkataan (ijab dan *qabūl*) atau

dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang, dan penerimaan uang).<sup>59</sup>

Menurut jumhur ulama, yang menjadi rukun jual beli ada empat, yaitu sebagai berikut : <sup>60</sup>

1. Orang yang berakad (penjual dan pembeli).
2. Sighat (lafaz ijab dan qabūl).
3. Ada barang yang dibeli.
4. Ada nilai tukar pengganti barang.

Adapun syarat-syarat jual beli yang sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan oleh para jumhur ulama adalah sebagai berikut:

1. Syarat-syarat orang yang berakad

Para ulama fiqh sepakat bahwa yang menjadi syarat-syarat bagi *āqidain* atau kedua pihak yang berakad yaitu:

- a. Berakal

Berakal artinya dapat membedakan dan memilih antara yang baik dan yang buruk untuk dirinya sendiri. Jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah. Adapun

---

<sup>59</sup> Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fiqh Muamalah*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011 hal 67

<sup>60</sup> Ibid hal 68

anak kecil yang telah mumayiz,<sup>61</sup> menurut ulama Hanafiah, apabila akad yang dilakukannya membawa keuntungan bagi dirinya, seperti menerima hibah, wasiat, dan sedekah, maka akadnya sah.<sup>62</sup>

- b. Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda Seseorang tidak dapat bertindak sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.<sup>63</sup>

## 2. Syarat-syarat *sighat* (ijab dan *qabūl*)

Para ulama fiqh sepakat, yang menjadi syarat ijab *qabūl* adalah:<sup>64</sup>

- a. Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
- b. Perkataan *qabūl* harus sesuai dengan perkataan ijab.
- c. Ijab dan *qabūl* itu dilakukan di dalam satu majelis

## 3. Syarat – syarat barang yang dibeli

Adapun yang menjadi syarat-syarat barang atau *ma'qūd 'alaih* yang diperjualbelikan adalah:<sup>65</sup>

---

<sup>61</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Insan Kamil, Kartasura, 2016, hal 41

<sup>62</sup> Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq, *Flqh Muamalat*, Prenadamedia Goup, Jakarta, 2010,hal 71

<sup>63</sup> Ibid 71

<sup>64</sup> Ibid hal 72-75

<sup>65</sup> Maisa Fadhli, Skripsi : *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial*, Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh, Banda Aceh, 2021, hal 26

- a. Ada saat transaksi. Tidak sah jual beli yang belum nyata seperti madhāmin (bunga kurma yang belum menjadi buah), malāqih (janin hewan di dalam kandungan induknya).
  - b. Barang yang diperjualbelikan merupakan harta yang dapat memberi manfaat dan dapat dimanfaatkan menurut syariat Islam. Harta harus bersifat suci (halal dan baik), bukan berasal dari harta curian.
  - c. Objek jual beli merupakan harta milik penjual. Barang yang diperjualbelikan tidak boleh harta milik orang lain ataupun harta yang baru akan dimiliki oleh penjual.
  - d. Mampu diserahkan-terimakan oleh penjual pada saat transaksi atau pada saat yang telah disepakati.
  - e. Pihak yang berakad mengetahui secara jelas mengenai status barang baik kualitas, kuantitas, jenis, harga, waktu, dan tempat penyerahan barang.
4. Syarat-syarat nilai tukar pengganti barang
- Nilai tukar yang dapat dijadikan pengganti barang harus mempunyai nilai, bisa menghargakan suatu barang, dan bisa dijadikan alat tukar. Adapun syarat-syarat nilai tukar pengganti barang, antara lain:<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Ibid hal 26-27



- a. Harus jelas jumlah harga yang telah disepakati antar kedua belah pihak. Harga dalam akad jual beli harus sudah dinyatakan secara pasti pada saat akad.
- b. Diserahkan pada waktu akad atau transaksi, jika pembayarannya dilakukan kemudian (hutang), maka waktu pembayarannya harus disepakati secara jelas oleh kedua belah pihak
- c. Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang, maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan syarak.
- d. Harga perolehan wajib disampaikan oleh penjual hanya dalam jual beli *amanah* seperti dalam akad *murabahah*.
- e. Pembayaran harga dalam jual beli boleh dilakukan secara tunai, hutang, dan angsur/bertahap.

Terkait dengan rukun dan syarat jual beli ulama Hanafiah membagi jual beli kepada tiga kelompok, yaitu jual beli yang sah, jual beli yang batil, dan jual beli yang *fasid*. Yang dimaksud dengan jual beli sah adalah apabila jual beli itu disyari'atkan, memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan, benda yang diperjualbelikan bukan milik orang lain, sudah terjadi serah terima serta sudah tidak ada hak *khiyar*. Jual beli batil adalah apabila salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli itu

pada dasar dan sifatnya tidak disyari'atkan seperti jual beli yang dilakukan anak-anak, orang gila atau barang yang diperjualbelikan itu merupakan barang-barang yang diharamkan syarak. Sedangkan jual beli *fasid* (rusak) adalah jual beli yang telah sesuai dengan syarak baik rukun maupun syarat, namun tidak sesuai dengan syarak pada sifatnya, biasanya jual beli *fasid* ini berkaitan dengan harga. Pada pembagian jual beli ini, jumhur ulama hanya membedakan jual beli ke dalam dua jenis, yaitu jual beli sah dan jual beli batil.<sup>67</sup>

Apabila semua rukun dan syarat jual beli yang telah dipaparkan terpenuhi, maka transaksi tersebut bisa dikatakan sah, oleh sebab itu jika penjual dan pembeli telah melakukan suatu transaksi maka salah satu pihak tidak diperbolehkan membatalkan. Jual beli yang baik adalah jual beli yang memenuhi syarat dan rukun jual beli.

## 2. Ijarah

### a. Pengertian Ijarah

*Ijarah* secara bahasa berasal dari kata *al-ajru* yang berarti *al-'iwadhu* (ganti). *Ijarah* adalah suatu transaksi sewa menyewa antara pihak penyewa dengan yang mempersewakan sesuatu harta atau barang untuk mengambil manfaatnya dengan harga tertentu dan dalam waktu

---

<sup>67</sup> Andri Soemitra, Op.Cit., hal 68

tertentu.<sup>68</sup> Secara istilah *ijarah* ialah urusan sewa menyewa yang jelas manfaat dan tujuannya, dan dapat diserahkan, boleh diganti ( upah ) yang telah diketahui ( gaji tertentu ).<sup>69</sup>

Menurut ulama syafi'iyah mendefinisikannya dengan “transaksi terhadap suatu manfaat yang dituju, tertentu, bersifat mubah, dan boleh dimanfaatkan dengan imbalan tertentu” dan ulama Malikiyah dan Hanabilah mendefinisikannya dengan: “pemilikan manfaat sesuatu yang dibolehkan dalam waktu tertentu dengan suatu imbalan”<sup>70</sup> Dengan definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *ijarah* adalah sebuah perikatan yang bertujuan untuk mengambil manfaat dari suatu benda yang diterima dari orang lain dengan membayar upah sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Dengan demikian, *ijarah* adalah suatu bentuk muamalah yang melibatkan dua pihak, yaitu penyewa sebagai orang yang memberikan barang yang dapat dimanfaatkan oleh penyewa untuk diambil manfaatnya dengan penggantian atau tukaran yang telah ditentukan oleh syara' tanpa diakhiri dengan kepemilikan. Dalam istilah hukum islam pemilik yang menyewakan manfaat disebut *mu'ajjir* (orang yang menyewakan). Dan pihak lain yang memberikan sewa disebut *musta'jir* (orang yang

---

<sup>68</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2006, hal 15

<sup>69</sup> Syamsuddin Abu Abdillah, *Terjemahan Fathul Qarib*, CM Grafika, Surabaya, 2010 hal 209

<sup>70</sup> Rosita Tehuayo, *Sewa Menyewa ( Ijarah ) Dalam Sistem Perbankan Syariah*, IAIN, Ambon, 2018, hal 87

menyewa). Dan sesuatu yang diadakan untuk diambil manfaatnya disebut ma'jur (sewaan). Sedangkan jasa yang diberikan sebagai imbalan manfaat disebut ajran atau ujah (upah). Setelah terjadi akad ijarah maka orang yang menyewakan berhak mengambil upah, dan orang yang menyewa berhak mengambil manfaat, akad ini disebut pula *mu'addhah* (penggantian).<sup>71</sup>

b. Dasar Hukum *Ijarah*

Para fuqaha sepakat bahwa *ijarah* merupakan akad yang dibolehkan oleh syara' kecuali beberapa ulama, seperti Abu Bakar Al-Asham, Ismail bin 'Aliyah, Hasan Al-Bashri, Al-Qasyani, Nahrawani, dan Ibnu Kisan. Mereka tidak membolehkan *ijarah* adalah jual beli manfaat, sedangkan pada saat dilakukannya akad, tidak bisa diserahkan. Setelah beberapa waktu berlalu manfaat itu dapat dinikmati sedikit demi sedikit. Sedangkan sesuatu yang tidak ada pada waktunya akad tidak boleh diperjualbelikan. Akan tetapi, pendapat tersebut disanggah oleh Ibnu Rusyidia (manfaat) akan terwujud, dan inilah yang menjadi perhatian serta pertimbangan syara'.<sup>72</sup>

*Ijarah* yang sah dibolehkan dalam al-Quran, As sunnah dan ijma'.

Dalil-dalil dibolehkannya adalah sebagai berikut:

---

<sup>71</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 3*, PT Al-Ma'arif, Bandung, 1987, hal 9

<sup>72</sup> Ahmad Wardi Muslich, Op. Cit., hal 318

## Dasar hukum alquran

### 1. Al – Qasas ayat 26

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya.”

### 2. Al- Kahfi ayat 77

فَانطَلَقَا حَتَّىٰ إِذَا أَتَيَا أَهْلَ قَرْيَةٍ اسْتَطْعَمَا أَهْلَهَا فَأَبَوْا أَنْ يُضَيِّقُوا لَهُمَا فَوَجَدَا فِيهَا جِدَارًا يُرِيدُ أَنْ  
يَنْفُضَ فَأَقَامَهُ طَبَقًا لَوِ شَيْئٍ لَتَّخَذَتْ عَلَيْهِ جِزًّا

Maka keduanya berjalan; hingga tatkala keduanya sampai kepada penduduk suatu negeri, mereka minta dijamu kepada penduduk negeri itu, tetapi penduduk negeri itu tidak mau menjamu mereka, kemudian keduanya mendapatkan dalam negeri itu dinding rumah yang hampir roboh, maka Khidhr menegakkan dinding itu. Musa berkata: "Jikalau kamu mau, niscaya kamu mengambil upah untuk itu".

### c. Rukun *al -Ijarah*

Menurut ulama Hanafiyah, rukun *al-ijarah* itu hanya satu, yaitu *ijab* (ungkapan menyewakan) dan *qabul* (persetujuan terhadap sewa menyewa). Akan tetapi, jumbuh ulama mengatakan bahwa rukun *al-ijarah* itu ada empat, yaitu: (a) orang yang berakad, (b) sewa/imbalan, (c) manfaat, dan (d) *shighat (ijab dan qabul)*. Ulama Hanafiyah menyatakan bahwa orang yang berakad, sewa/imbalan, dan manfaat, termasuk syarat-syarat *al-ijarah*, bukan rukunnya.<sup>73</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa jika salah satu rukun *ijarah* tidak terlaksana, maka akad sewa menyewa dianggap tidak sah. Sebab ketentuan dalam rukun *ijarah* bersifat gabungan bukan salah satu.

### 3. Ujrah

*Ujrah* dan *ijarah* merupakan dua kata yang berbeda tetapi satu pembahasan. Perbedaannya *ijarah* ialah suatu perjanjian (akad) untuk mengambil manfaat baik suatu benda maupun jasa. Sedangkan *ujrah* (upah) adalah imbalan atau balasan dari manfaat yang dinikmati,

Pengertian upah dalam kamus bahasa Indonesia adalah uang dan sebagainya yang dibayarkan sebagai pembalasan jasa atau sebagai pembayaran tenaga yang sudah dilakukan untuk mengerjakan sesuatu.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Nasrun Harun, Op.Cit., hal 231

<sup>74</sup> Rachmat Syafe'1, *Fiqh Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung, 2004, hal 144

Menurut Hanafiah ujah adalah akad untuk membolehkan pemilikan manfaat yang diketahui dan disengaja dari suatu zat yang disewa dengan imbalan.<sup>75</sup> Menurut Syaikh Syihab al-Din dan Syaikh Umainas ujah adalah akad atas manfaat yang diketahui dan disengaja untuk memberi dan membolehkan dengan imbalan yang diketahui ketika itu.

Nurimansyah Haribuan mendefinisikan bahwa upah adalah segala macam bentuk penghasilan yang diterima buruh (pekerja) baik berupa uang ataupun barang dalam jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi.<sup>76</sup>

Dari uraian tersebut dapat di simpulkan bahwa ujah adalah pembayaran atas balasan jasa atau sebagai imabaln telah melakukan perkerjajaan.

#### 1. Dasar hukum ujah

##### a. Al-Quran

Surat Ali- Imran ayat 57

وَأَمَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ فَيُوَفِّيهِمْ أُجُورَهُمْ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ

Arti: Adapun orang-orang yang beriman dan mengerjakan amalan-amalan yang saleh, maka Allah akan memberikan kepada mereka dengan sempurna pahala amalan-amalan mereka; dan Allah tidak menyukai orang-orang yang zalim.

<sup>75</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002,hal 115

<sup>76</sup> Zainal Asikin, *Dasar – Dasar Hukum Perburuan*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997, hal 68

Upah atau gaji harus dibayarkan sebagaimana telah di sebutkan dalam al-Quran surat Ali- Imran ayat 57 bahwa sebuah pekerjaan harus dihargai dan diberi upah atau gaji. Tidak memenuhi upah atau gaji adalah sebuah kezaliman yang benci Allah



## BAB III

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui jasa titip @*infobarkas.semarang* menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Dalam Hukum Perdata mengatur adanya ketentuan mengenai penitipan yang diatur dalam Bab XI tentang Penitipan Barang dalam Kitab Undang-Undang Perdata Pasal 1694–1793 Buku Ketiga, akan tetapi KUHPerdata Pasal 1694–1793 tentang Penitipan Barang tersebut sudah tidak mampu memberikan perlindungan hukum atau kepastian hukum maka penyelesaiannya hanya menggunakan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen oleh karena itu KUHPerdata Pasal 1694–1793 tentang Penitipan Barang sudah tidak digunakan dalam penelitian ini.

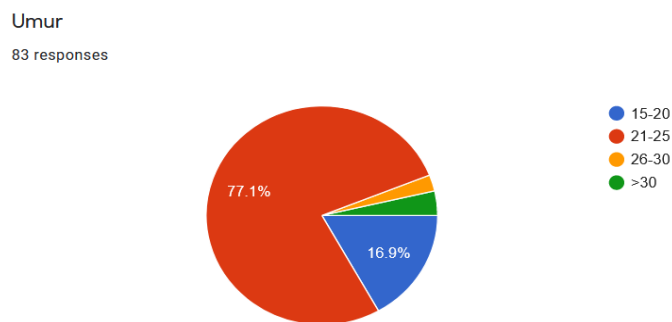
Berdasarkan hak dan kewajiban konsumen berdasarkan pada Pasal 4 dan 5 UUPK, penulis menggunakan pasal tersebut untuk menggali fakta apakah sudah mendapatkan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui jasa titip @*infobarkas.semarang* telah dilaksanakan. Untuk melakukan analisis Perlindungan Konsumen terhadap jasatitip

@infobarkas.semarang, maka akan dibagi menjadi beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

a. Analisis Demografis

Analisis demografis merupakan tahapan dari analisis hasil jawaban dari responden yang menggunakan *e-commerce* melalui jasa titip @infobarkas.semarang mengenai berbagai pertanyaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner diantaranya usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan. Penulis melakukan pengumpulan data kuesioner selama seminggu, yaitu dimulai pada tanggal 6 Januari 2022 sampai dengan tanggal 13 Januari 2022 dengan jumlah responden sebanyak 83 responden.

1. Umur



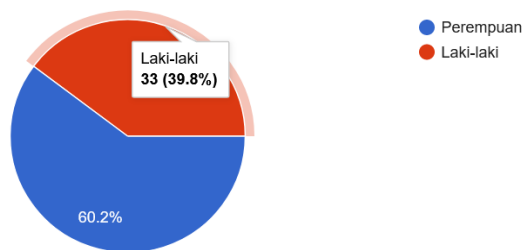
Berdasarkan diagram diatas, hasil dari analisis demografis menunjukkan bahwa dari umur 21-25 tahun yang mendominasi menjadi konsumen jasa titip di @infobarkas.semarang dengan

presentase sebanyak 77,1 %, kemudian disusul pada umur 15- 20 tahun dengan presentase sebanyak 16,9% dan selanjutnya pada umur lebih dari 30 tahun dengan presentase sebanyak 3,6% dan yang terakhir pada umur 26-30 tahun dengan presentase sebanyak 2.4 %.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa titip @infobarkas.semarang di dominasi oleh kaum muda, yaitu di umur 21-25 tahun.

## 2. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin  
83 responses



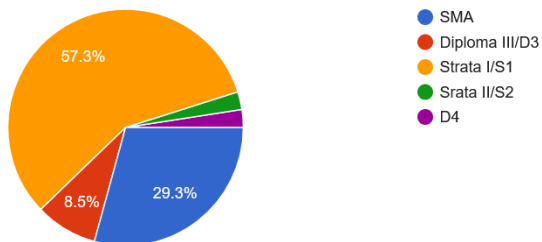
Berdasarkan diagram diatas, dari hasil analisis demografis menunjukkan bahwa konsumen jasa titip @infobarkas.semarang yang mendominasi adalah pelanggan perempuan dengan presentase sebanyak 60,2% dan laki – laki sebanyak 39,8%. Artinya pengguna jasa titip banyak

diminati dikalangan perempuan. Pengguna e-commerce terutama jasa titip banyak didominasi oleh perempuan karena faktor kepercayaan dan lebih efisien daripada berbelanja offline atau ke store, terlebih lebih mudah dan tidak banyak tenaga yang digunakan dalam berbelanja. Sementara laki – laki pada umumnya kurang tertarik dengan namanya berbelanja tidak seperti kalangan perempuan.

### 3. Pendidikan

Pendidikan

82 responses

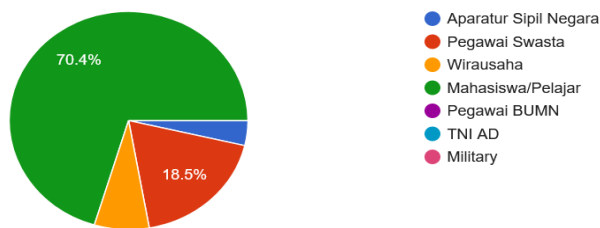


Berdasarkan pada diagram diatas, dari hasil analisis demografis menunjukkan bahwa pendidikan Strata I/SI mendominasi dengan presentase sebanyak 57,3% selanjutnya disusul dengan pendidikan SMA dengan presentase sebanyak 29,3%, lalu pendidikan Diploma III/D3 dengan

presentase sebanyak 8,5%, dan yang terakhir dengan presentase 2,4% yaitu pendidikan D4 dan Strata II/S2.

#### 4. Perkerjaan

Perkerjaan  
81 responses



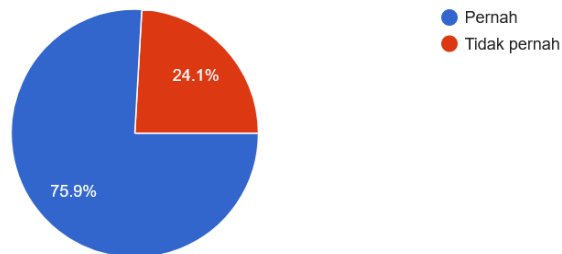
Berdasarkan diagram diatas, dari hasil analisis demografis menunjukkan bahwa yang mendominasi konsumen jasa titip @infobarkas.semarang adalah Mahasiswa / Pelajar dengan presentase 70,4%.

#### b. User Exsperience

*User Exsperience* merupakan sebuah pengalaman dan reaksi dari pengguna dalam sebuah sistem. *User experience* dapat menilai sebuah tingkat kepuasan dan kenyamanan seseorang dengan menggunakan sebuah sistem. Sebelum itu penulis akan menjabarkan sebuah analisa dari hasil kuesioner yang telah disebarakan penulis mengenai perlindungan konsumen terhadap kerusakan barang/ cacat dan ketidaksampain barang. Kuesioner tersebut merupakan hasil dari responden mengenai jasa titip @infobarkas.semarang sebagai berikut :

Apakah anda pernah membeli di jasa titip beli pada akun instagram? (@infobarkas.semarang)

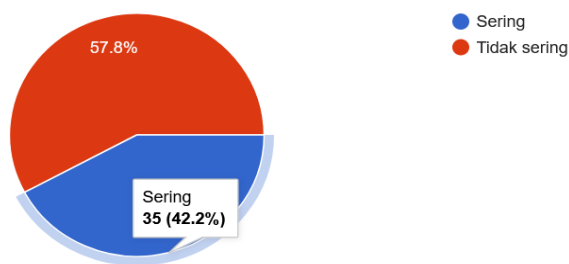
83 responses



Hasil diagram diatas menunjukkan bahwa responden yang pernah jasa titip di @infobarkas.semarang sebanyak 75,9%, hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang mempercayai menggunakan jasa titip @infobarkas.semarang sudah lumayan banyak. Dan dari tanggapan responden yang belum pernah bertransaksi menggunakan jasa titip beli sebanyak 24,15 saja.

Apakah anda sering membeli di jasa titip beli pada akun instagram (@infobarkas.semarang)

83 responses

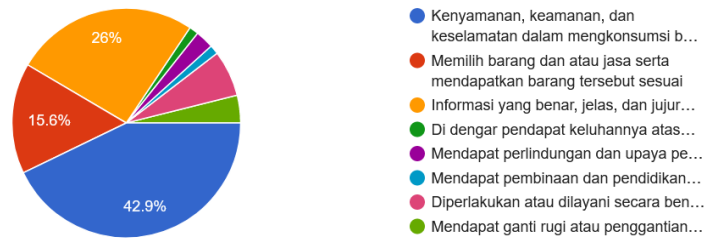


Dari hasil diagram diatas menunjukkan bahwa responden jarang/ tidak sering menggunakan jasa titip @infobarkas.semarang dengan presentase

sebanyak 57,8% dan yang sering menggunakan jasa titip @infobarkas.semarang sebanyak 42,2%.

Bentuk perlindungan konsumen apa yang sudah anda dapatkan ?

77 responses

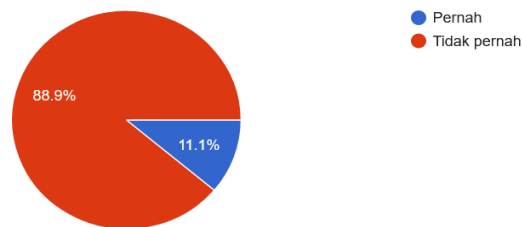


Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden sudah mendapatkan perlindungan konsumen berupa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa dengan presentase sebanyak 42,9% dan selanjutnya informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang diterima sebanyak 26%, selanjutnya memilih barang dan/atau jasa serta mendapat barang tersebut sesuai dengan presentase 15,6%.

Serta dengan presentase sebanyak sebanyak 6,5% diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, dan dengan presentase sebanyak 3,9% mendapati ganti rugi atau penggantian barang apabila barang dan/atau jasa diterima tidak sesuai, selanjutnya dengan presentase sebanyak 2,6% mendapat perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen, dengan presentase sebanyak 1,3 mendapat

pembinaan dan pendidikan konsumen dan didengar keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan.

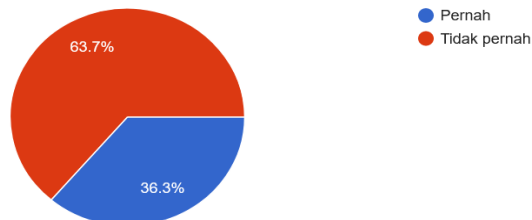
Apakah anda pernah mendapat keterlambatan pengiriman dari pihak (@infobarkas.semarang)  
81 responses



Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa dengan presentase sebanyak 11,1% yang mendapat keterlambatan pengiriman dari pihak jasa titip @infobarkas.semarang dan presentase sebanyak 88,9% pengirimannya yang tepat waktu.

Sedangkan keterlambatan dari pihak ekspedisi dapat kita lihat dari diagram dibawah

Apakah anda pernah mendapat keterlambatan pengiriman dari pihak ekspedisi?  
80 responses

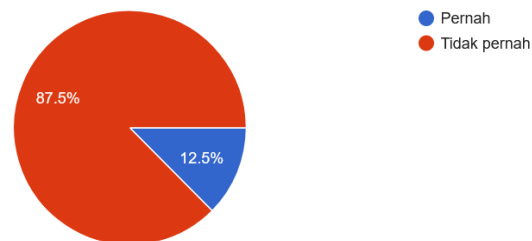




Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden pernah mengalami keterlambatan pengiriman dari pihak ekspedisi dengan presentase sebanyak 36,3% dan presentase sebanyak 63,7% tidak mengalami keterlambatan atau tepat waktu dalam pengiriman.

Dari kedua diagram diatas dapat dilihat bahwa keterlambatan pengiriman barang lebih banyak dari pihak ekspedisi daripada pihak @infobarkas.semarang. Dengan presentase sebanyak 36,3% dari pihak ekspedisi dan presentase sebanyak 11,1 persen dari pihak @infobarkas.semarang.

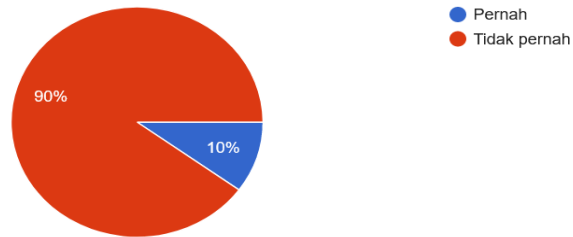
Apakah anda pernah mengalami kerusakan pada barang yang datang?  
80 responses



Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden pernah mengalami kerusakan barang yang datang dengan presentase sebanyak 12,5 % dan tidak mengalami kerusakan barang dengan presentase sebanyak 87,5%.

Apakah anda pernah mengalami barang yang datang tidak sesuai?

80 responses



Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa responden yang mendapatkan barang yang tidak sesuai saat datang dengan presentase sebanyak 10% dan mendapatkan barang dengan sesuai saat datang dengan presentase sebanyak 90%.

Variabel	Indikator	Hasil Analisa Kuesioner
<i>System Quality</i> (kualitas sistem)	<i>Reliability</i> (keandalan)	Jasa titip @infobarkas.semarang memberikan perfoma baik dan dapat diandalkan
	<i>Response Time</i> (Waktu Respon)	Jasa titip @infobarkas.semarang menanggapi dan melakukan pengiriman

		dengan cepat sesuai dengan permintaan konsumen
	<i>Security</i> ( Keamanan )	Jasa titip @infobarkas.semarang memberikan kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan dalam bertransaksi
	<i>Ease of Use</i> (kemudahan digunakan)	Jasa titip @infobarkas.semarang lebih mudah digunakan konsumen daripada berbelanja langsung di toko

*System Quality* atau kualitas sistem pada *e-commerce* melalui jasa titip @infobarkas.semarang sudah memenuhi hak – hak konsumen yang mengacu pada Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 pasal 4 ayat (1) tentang Hak dan Kewajiban Konsumen yang berbunyi “ Hak atas kenyamanan, keamanan, dan

keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa”. Sehingga dengan terpenuhinya hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa maka konsumen akan terhindar dari kerugian fisik dan psikis apabila menggunakannya.

Variabel	Indikator	Hasil Analisa Kuesioner
<i>Service Quality</i>	<i>Suitability</i> (kesesuaian)	Konsumen mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar
	<i>Consumer Freedom</i> (Kebebasan Konsumen)	Konsumen memiliki kebebasan dalam memilih barang dan/atau jasa
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Konsumen mendapat jaminan sesuai yang dijanjikan oleh jasa titip @infobarkas.semarang
	<i>Correctness</i> (Kebenaran)	Konsumen mendapatkan informasi benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa

*Service Quality* atau kualitas layanan pada jasa titip @infobarkas.semarang sudah memenuhi hak – hak konsumen pada pasal 4 ayat (2) yang berbunyi “ hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”. Dan pasal 4 ayat (3) yang berbunyi “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa”. Hak untuk memilih barang dan/jasa dan mendapatkan barang dengan informasi yang benar, jelas dan jujur merupakan sebuah hak konsumen agar tidak terjadinya kerugian dan terhindar dari kerugian sehingga tidak terjadi penyesalan dalam bertransaksi yang disebabkan oleh hal – hal tertentu dalam proses transaksi.

Berdasarkan hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa jasa titip @infobarkas.semarang telah memberikan perlindungan hukum dengan terpenuhinya hak – haknya sebagai konsumen kepada pengguna jasa titipnya dengan mendapatkan haknya dalam bentuk kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

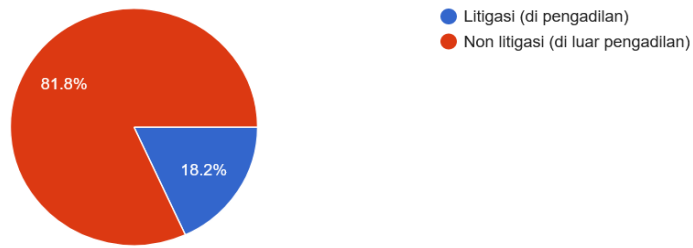
- B. Bentuk penyelesaian masalah antara konsumen dengan penyedia jasa titip @infobarkas.semarang

*E-commerce* memiliki banyak keunggulan diantaranya adalah kemudahan bertransaksi, dimana telah terciptanya Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik untuk melindungi berbagai

transaksi di *e-commerce*, namun dibalik itu juga memiliki dampak yaitu permasalahan hukum tepatnya perlindungan bagi konsumen. Dari berbagai masalah hukum yang timbul, ADR (*Alternative Dispute Resolution*) yang mencakup negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase bisa menjadi cara penyelesaian sengketa.

Jika pernah bersengketa melalui jalur apa ? (apabila tidak pernah maka jangan di isi)

22 responses



Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa dari 83 responden dengan presentase sebanyak 81.8% memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur non litigasi atau di sebut diluar pengadilan, dan dengan presentase sebanyak 18,2% memilih menyelesaikan sengketa dengan jalur litigasi atau di pengadilan. Penulis akan menjelaskan cara penyelesaian sengketa sebagai berikut :

a. Non Litigasi

Non Litigasi merupakan sebuah bentuk penyelesaian sengketa yang dilakukan di luar pengadilan, dilakukan untuk mencapai sebuah kesepakatan mengenai ganti rugi atau tindakan tertentu untuk pertanggungjawaban atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Hal tersebut tertuang dalam Pasal 47 UUPK. Penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi digunakan untuk mengatasi masalah tidak praktisnya proses pengadilan, dalam pasal 45 ayat 4 UUPK disebutkan bahwa, “Jika telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya itu dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.” Penyelesaian tersebut dapat dilakukan melalui Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha sendiri.

b. Litigasi

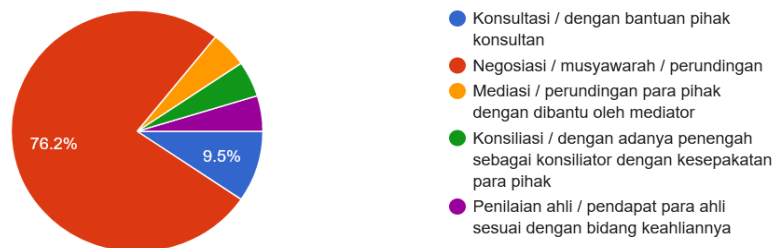
Litigasi atau melalui jalur di pengadilan, memiliki dasar hukum yaitu Pasal 38 ayat 1 Undang – Undang Perlindungan Konsumen. Yang menyebutkan bahwa “Setiap orang dapat

mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem elektronik dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian.” Sedangkan gugatannya berupa gugatan perdata sebagaimana tercantum pada Pasal 39 ayat (1). Dan menurut pasal 45 ayat (1) UUPK menyebutkan bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.” Jika konsumen ingin mengajukan gugatan dipengadilan bisa menggunakan dasar hukum diatas.

Dan berikut ini merupakan diagram tentang penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi, dimana bentuk – bentuk penyelesaiannya diantaranya ada konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian ahli.

Apabila melalui jalur non litigasi, bagaimana bentuk penyelesaian sengketa yang anda lakukan ( tidak perlu di isi jika tidak pernah bersengketa)

21 responses





Berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa bentuk penyelesaian sengketa melalui non litigasi banyak dilakukan dengan cara negosiasi atau musyawarah dengan presentase sebanyak 76,2% lalu dengan cara konsultasi atau dengan bantuan pihak konsultan dengan presentase sebanyak 9,5% dan melalui cara mediasi atau perundingan dengan dibantu oleh mediator, konsiliasi atau dengan adanya penengah sebagai konsiliator dengan kesepakatan para pihak , dan penilaian ahli atau pendapat para ahli sesuai dengan bidang keahliannya dengan presentase sebanyak 4,8%. Dan berikut penjelasan mengenai cara penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi:

a. Konsultasi

Konsultasi merupakan suatu tindakan yang bersifat personal antara suatu pihak dengan pihak lain yang merupakan konsultan,yang memberikan pendapatnya atau saran kepada klien tersebut untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan klien. Konsultan hanya memberikan pendapat (hukum) sebagaimana diminta oleh kliennya, dan selanjutnya keputusan mengenai penyelesaian sengketa tersebut akan diambil oleh para pihak.

Seiring perkembangan zaman, konsultasi dapat dilakukan dengan cara langsung maupun tidak langsung dan atau dengan menggunakan alat telekomunikasi dan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan kepada konsultan, Peran dari konsultan dalam

menyelesaikan perselisihan atau sengketa yang ada tidak dominan, konsultan hanya memberikan pendapat (hukum) yang selanjutnya keputusan mengenai penyelesaian sengketa tersebut akan diambil sendiri oleh klien.

b. Negosiasi

Menurut Pasal 6 ayat (2) UU no 30 tahun 1999, menyebutkan bahwa memberikan suatu alternatif untuk menyelesaikan sendiri masalah yang timbul di antara mereka secara kesepakatan dimana hasil dari kesepakatan tersebut dituangkan dalam bentuk tertulis sebagai komitmen yang harus dilaksanakan kedua belah pihak. Negosiasi merupakan komunikasi dua arah, dimana masing – masing pihak dapat mengemukakan keinginannya.

Tujuan adanya negosiasi yaitu diantaranya untuk mendapatkan kata sepakat yang mengandung kesamaan persepsi atau saling setuju, untuk mendapatkan jalan keluar bersama masalah yang mereka hadapi dan untuk mencapai suatu tujuan bersama yang saling menguntungkan dan masing – masing pihak merasa menang (*win-win solution*).

Jika para pihak yang bernegosiasi tidak berhasil dalam mengemukakan kata sepakat maka dapat dikatakan bahwa tidak

satu pihak pun dapat melanjutkan negosiasi, negosiasi merupakan cara yang penting, karena para pihak dapat mengawasi prosedur penyelesaian sengketa dan penyelesaiannya berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak

c. Mediasi

Mediasi merupakan kelanjutan proses negosiasi, dimana para pihak yang bersengketa menggunakan jasa pihak ketiga yang netral untuk membantu menyelesaikan sengketa. Dasar yang digunakan tidak aturan hukum melainkan nilai-nilai yang hidup pada para pihak sendiri, agama, moral, etika dan rasa adil terhadap fakta-fakta yang didapatkan untuk mencapai sebuah kesepakatan.

Biasanya mediator adalah orang yang ahli dalam bidang yang didiskusikan/ disengketakan tetapi tidak memiliki keahlian teknik mediasi dan berfokus pada penyelesaian bukan pada kepentingan, selain itu kedudukan mediator merupakan sebagai pembantu bagi para pihak untuk mencapai consensus, karena yang menentukan keputusan tetap para pihak itu sendiri.

d. Konsiliasi

Konsiliasi atau perdamaian, lebih formal dibanding dengan mediasi, karena konsiliasi diselesaikan oleh seorang individu atau suatu badan atau komisi konsiliasi. Konsiliasi dilakukan melalui perantara yang disebut konsiliator dengan mempertemukan pihak yang berselisih atau bersengketa untuk menyelesaikan sengketanya. Konsiliator berpartisipasi dalam memberikan solusi dan jalan keluar terhadap masalah yang dihadapi.

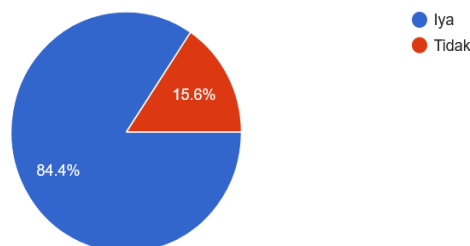
e. Para ahli

Penilaian para ahli memiliki tujuan untuk meminta sebuah pendapat kepada para ahli guna suatu hal yang bersifat teknis dan sesuai dengan bidangnya.

Dengan demikian responden banyak yang memilih penyelesaian sengketa jalur non litigasi atau diluar pengadilan dengan cara negosiasi, dikarenakan melalui negosiasi dianggap lebih efisien dan praktis selain itu lebih menghemat biaya untuk keperluan penyewaan penasehat hukum dan menghemat waktu karena negosiasi penyelesaiannya lebih cepat dan singkat dibandingkan dengan jalur litigasi atau pengadilan.

Ketika mendapat barang yang tidak sesuai/rusak dan tidak sampai, bagaimana tindakan dari jasa titip ? apakah mendapat ganti rugi ?@infobarkas.semarang

77 responses



Dari diagram diatas menunjukkan bahwa ketika barang yang tidak sesuai/ rusak dan tidak sampai, tindakan dari jasa titip untuk mengganti rugi dengan presentase sebanyak 84,4% dan yang tidak dengan presentase sebanyak 15,6%.

Dengan demikian berdasarkan penelitian penulis dapat disimpulkan bahwa pertanggungjawaban dan penyelesaian masalah dari pihak jasa titip @infobarkas.semarang ketika barang yang tidak sesuai/rusak dan tidak sampai, tindakan dari pihak jasa titip mendapatkan ganti rugi.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, maka bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan Perlindungan Hukum Terhadap Jasa Titip Beli Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada akun *@infobarkas.semarang*). Oleh karena itu peneliti menyimpulkan pokok pembahasan sebagai berikut:

1. Konsumen dalam transaksi e-commerce melalui jasa titip *@infobarkas.semarang* menurut Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berdasarkan hasil Analisa kuesioner bahwa, konsumen telah mendapatkan haknya sebagai konsumen dalam bentuk kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Penyelesaian masalah antara konsumen dengan penyedia jasa titip *@infobarkas.semarang* terhadap barang yang rusak/cacat dan tidak sampai kepada konsumen, berdasarkan hasil analisa kuesioner yang dilakukan penulis dalam penelitian ditemukan bentuk penyelesaian sengketa/masalah dengan jalur non-litigasi (diluar pengadilan) dalam

bentuk negosiasi untuk mencapai kesepakatan bersama. Konsumen dan penyedia jasa titip @infobarkas.semarang lebih memilih negosiasi dikarenakan jalur tersebut lebih mudah diterima masyarakat dan lebih mudah dan cepat prosesnya.

## B. Saran

1. Bagi konsumen, berdasarkan hasil penelitian penulis dalam bahan hukum sekunder di temukan beberapa penyedia jasa titip yang tidak terpercaya sehingga penulis memberikan saran agar lebih berhati – hati dalam bertransaksi elektronik dan selektif memilih mana jasa titip yang terpercaya agar tidak terjadi penipuan atau sengketa.
2. Bagi pelaku usaha/ penyedia jasa titip beli, berdasarkan hasil penelitian penulis yang dilakukan melalui kuesioner maka penulis menyarankan agar pelaku usaha menjalankan kewajiban- kewajiban sebagai pelaku usaha agar terpenuhi haknya sesuai dengan Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam melaksanakan transaksi jual beli melalui *e-commerce* sehingga konsumen dapat memberikan kepercayaan kepada pelaku usaha untuk melakukan transaksi Kembali.

## Daftar Pustaka

### 1. Buku

Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan*

*Konsumen*, Grup Penerbit CV BUDI UTAMA, Jogjakarta, 2019, hal 3

Abdul Halim Barkatulah, *Hak- Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010

Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh*

*Muamalat*, Prenadamedia Goup, Jakarta, 2010

Ahmad M Ramli, *Cyberlaw dan Haki Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika

Aditama, Jakarta, 2004

Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Amzah, Jakarta, 2013

Ahmadi Miru dan Sutaman Yodo , *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali

Pers, Jakarta, 2010,

Andhika Wijaya, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Sinar

Grafika, Jakarta, 2016

Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, Prenamedia

Group, Jakarta, 2019

Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit

Media, Jakarta, 2011, Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*,

Kecana, Jakarta, 2013



Choirunnisak, *Sosialisasi Perlindungan Konsumen dalam Islam di Desa Nusa*

*Makmur Kecamatan Air Kumbang*, STEBIS IGM, Palembang, 2021

Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002

Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya

Bakti, Bandung, 2008

Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Bumi Aksara, Jakarta, 2008

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Mahdi Risqullah Ahmad, *Biografi Rasulullah : Sebuah Studi Analisis*

*Berdasarkan Sumber – Sumber Autentik*, Qjsthi Press, Jakarta, 2009

Mukhtar Yahya dan Factor Rahman, *Dasar – Dasar Pembinaan Hukum Fiqh*

*Islam*, Alma'arif, Bandung, 1986

Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Gaya Media Pratama, Jakarta, 2007

Oka A Yoeti, *Psikology Pelayanan Wisata*, Gramdia Pustaka Utama, Jakarta,

1999

Rachmat Syafe'I, *Fiqh Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung, 2004

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*,

Salemba Empat , Jakarta, 2013

Rulli Nasrullah. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.2016

- Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 3*, PT Al-Ma'arif, Bandung, 1987
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2004
- Siah Khosiy'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, Pustaka Setia, Bandung,  
2014
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Normatif*, Rajawali Pers,  
Jakarta, 2001
- Subekti, R.Tjitrosudibio, *Kitab Undang Undang Hukum Perdata*, Pradnya  
Pramita , Jakarta,1992
- Subketi, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta,1984
- Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa  
Pasar*, PT. Reinika Cipta, Jakarta,2011
- Syamsuddin Abu Abdillah, *Terjemahan Fathul Qarib*, CM Grafika, Surabaya,  
2010
- Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, jilid 5, Gema Insani, Jakarta,  
2011
- Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i*, Darul Fikr, Beirut, 2008
- Zainal Asikin, *Dasar – Dasar Hukum Perburuan*, PT. Raja Grafindo Persada,  
Jakarta, 1997

Zainuddin Ali, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta,  
2006

## 2. Perundang-Undangan

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik

Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi  
Elektronik

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

Kitab Undang – Undang Hukum Perdata Pasal 1694-1793 tentang Penitipan  
Barang

## 3. Jurnal

A.Mahyani, *Jurnal Hukum Magnum Opus Februari 2019 Volume 2, Nomor  
1 Ahmad Mahyani.2018.*

Alifia Radhita Widorini, skripsi: “*Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap  
Kerusakan/Cacat Barang Yang Dibeli (Studi Kasus Pada Marketplace  
Shopee Dan Bukalapak)*“, Semarang: UNISSULA, 2021.

Angket,K., Pengaruh Desain Interior Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat  
Di Perpustakaan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. *Universitas Atma  
Jaya Yogyakarta (UAJY)*,2018.

Mahesti, I P. *Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online.*

2018

Mahesti, I P. *Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online.*

2018.

Maisa Fadhliha, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual*

*Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial*, Universitas Islam

Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Banda Aceh, 2021.

Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. *Perlindungan Hukum Bagi Ahli*

*Waris Yang Belum Dewasa*. Paper Knowledge, Toward a Media History

of Documents, 2014.

Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan*

*Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Insitut Agama Islam

Hamzanwadi (IAUH), Lombok Timur, 2015.

R. Damayanti, *Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram.*

*Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*, 2018.

Rosita Tehuayo, *Sewa Menyewa (Ijarah) Dalam Sistem Perbankan Syariah,*

IAIN, Ambon, 2018.

Setiono. *Rule of law ( Supremasi Hukum)*, Surakarta, Magister Ilmu Hukum

Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2004

Sundawati, N. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa*. Universitas Pasundan, 2018

T. Mahabarata, Ramayana, T., Rokhim, M. N. U. R., Dan, K., Sadewa, S., Mahabarata, S. K., Cerita, A., Mahabarata, H., Rifqie, M., Sadewa, R., Nakula, R., Madrim, D., Aswin, B., Aswan, B., Sadewa, R., Sadewa, N. W., Nakula, J., Sapulebu, D., Kartiningrum, E. D., ... Suratman. Tabel 1.0 Daftar Nama Subjek Penelitian No Nama Usia. 2017.*Sejarahlengkap.Com*, 4423126882, 1. [http://repository.unpas.ac.id/28046/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/28046/5/BAB%20III.pdf)<https://sejarahlengkap.com/legenda/sejarah-perang-baratayudha>

#### 4. Internet

<https://qwords.com/blog/mengenal-google-form/> (di akses pada 10 September 2021 pukul 19.03)

<https://pendidikan.co.id/pengertian-konsumen-jenis-hak-kewajiban-dan-menurut-ahli/> (di akses pada 11 September 2021 pukul 11.53)

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-konsumen/> (diakses pada tanggal 8 November 2021 pukul 22.09)

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-konsumen/> (diakses pada tanggal 8 November 2021 pukul 22.09)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (diakses pada tanggal 18 November 2021 pukul 15.42)

<https://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik>. (diakses pada tanggal 18 November 2021 pukul 16.05)

<https://katadata.co.id/hariwidowati/digital/5e9a55d419328/pedagang-indonesia-paling-banyak-manfaatkan-instagram-dan-facebook> (diakses pada tanggal 18 November 2021 pukul 16.15)

<https://exrush.com/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-dibandingkan-media-sosial-lainnya/> (diakses pada tanggal 18 november 2021 pukum 16.20)