



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 11591-11599

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jasa Titip Online di Indonesia

Belva Nur Aliyya, Lena Hanifah

¹Magister Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Lambung Mangkurat

²Fakultas Hukum, Universitas Lambung Mangkurat

¹belvanuraliyya22@gmail.com, ²lhaniifah@ulm.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong munculnya fenomena bisnis jasa titip daring (*jastip online*) sebagai bagian dari aktivitas perdagangan elektronik (*e-commerce*). Meskipun menawarkan kemudahan akses dan efisiensi belanja, praktik *jastip online* yang umumnya beroperasi secara informal dan berdasarkan asas kepercayaan ini rentan memicu persoalan yuridis, seperti ketidaksesuaian spesifikasi barang, cacat produk, hingga penipuan. Persoalan tersebut menimbulkan ketidakpastian hukum karena hingga saat ini Indonesia belum memiliki regulasi khusus yang mengatur secara eksplisit mengenai praktik bisnis tersebut, sehingga terjadi kekaburan norma (*vague norm*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan hukum antara konsumen, penyedia *jastip online*, dan penjual, serta tanggung jawab hukum penyedia layanan *jastip online* terhadap kerugian konsumen dalam perspektif perlindungan konsumen di Indonesia. Penelitian merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan hukum dalam transaksi *jastip online* membentuk rantai perikatan yang secara substansial merupakan perpaduan antara perjanjian pemberian kuasa (*lastgeving*) dan jual beli. Penyedia *jastip online* memenuhi unsur sebagai pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sehingga memikul tanggung jawab hukum untuk memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen, baik yang bersumber dari wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*). Kajian ini juga menekankan pentingnya kepastian hukum dalam mendukung ekosistem perdagangan digital yang aman berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan formulasi hukum yang lebih spesifik guna menjamin perlindungan hukum yang optimal bagi konsumen di era digital.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Jasa Titip Online, Pelaku Usaha, Tanggung Jawab Hukum, Kekaburan Norma

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong terjadinya transformasi yang signifikan dalam era digital. Fenomena ini ditandai dengan muncul dan berkembangnya berbagai platform media sosial yang semakin canggih dan beragam. Salah satu inovasi yang tumbuh pesat dalam konteks digitalisasi ekonomi adalah aktivitas perdagangan elektronik (*e-commerce*) atau jual beli barang secara daring (*online*). Kemudahan akses, efisiensi waktu, serta pergeseran pola pikir masyarakat yang menganggap belanja daring lebih praktis dan ekonomis dibandingkan pasar konvensional, telah melahirkan berbagai model bisnis baru. Di Indonesia, salah satu fenomena bisnis informal berbasis digital yang tengah berkembang pesat di tengah masyarakat adalah jasa titip daring (*jastip online*) atau yang lazim dikenal sebagai personal shopper. *Jastip online* merupakan sebuah layanan individu ataupun pihak ketiga yang menawarkan bantuan pembelian barang di tempat tertentu, seperti pusat perbelanjaan atau toko, baik dari dalam negeri maupun luar negeri sesuai dengan permintaan konsumen. Sebagai imbalannya, penyedia layanan memperoleh keuntungan berupa upah jasa (*fee*) yang telah disepakati. Dalam praktiknya, operasional bisnis ini sangat bergantung pada platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp sebagai sarana promosi visual dan media komunikasi interaktif. Layanan ini jamak digunakan konsumen untuk memperoleh produk-produk yang sulit dijangkau, edisi terbatas (*limited edition*), atau produk viral yang tidak tersedia di daerah domisili mereka. Melalui mekanisme pembayaran di awal, baik berupa uang muka (*down payment*) maupun pembayaran penuh (*full payment*) penyedia *jastip* akan mengeksekusi pembelian barang hingga mengirimkannya ke alamat konsumen. Meskipun menawarkan berbagai efisiensi, karakteristik transaksi *jastip online* yang berjalan tanpa tatap muka langsung (*face-to-face*) ini sejatinya tergolong riskan. Kedudukan konsumen sangat rentan karena mereka tidak dapat memeriksa kondisi fisik objek barang secara langsung, melainkan hanya bersandar pada representasi visual katalog yang diunggah pelaku usaha. Kondisi ini rawan memicu persoalan yuridis berupa wanprestasi, seperti ketidaksesuaian spesifikasi produk

dengan deskripsi yang dijanjikan, adanya cacat tersembunyi, hingga tindakan penipuan berkedok pre-order. Realitas di lapangan menunjukkan maraknya kasus di mana penyedia jasa tip memutus komunikasi secara sepihak atau menghapus akun media sosial setelah menerima transfer dana dari konsumen. Lemahnya posisi tawar konsumen diperparah oleh keengganan menyelesaikan sengketa melalui jalur litigasi (pengadilan) lantaran nilai kerugian materiil yang relatif kecil tidak sebanding dengan tingginya biaya berperkara. Secara normatif, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah menggariskan hak-hak mendasar konsumen, termasuk hak atas informasi yang benar, jujur, serta hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai perjanjian. Kendati demikian, pengimplementasian regulasi tersebut pada sektor *e-commerce* informal seperti jasa tip online masih sangat terbatas. Indonesia sejauh ini belum memiliki instrumen hukum khusus berbentuk *lex specialis* yang secara eksplisit mengatur tata laksana bisnis jasa tip daring. Hubungan hukum tiga arah yang melibatkan konsumen, penyedia jasa tip, dan toko/penjual asli masih dipaksa tunduk pada aturan yang bersifat umum (*lex generalis*). Ketidadaan nomenklatur dan standar operasional yang baku tersebut mengakibatkan terjadinya kekaburan norma (*vague norm*) yang berimplikasi pada ketidakpastian hukum, khususnya dalam penentuan batas tanggung jawab hukum pelaku usaha ketika timbul kerugian. Berdasarkan latar belakang di atas, kajian ini mendesak untuk dilakukan guna menganalisis lebih dalam mengenai kejelasan hubungan hukum para pihak serta memformulasikan bentuk tanggung jawab hukum yang ideal demi menjamin perlindungan hukum yang optimal bagi konsumen transaksi *jastip online* di Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (*doctrinal research*) yang bersifat preskriptif. Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah regulasi terkait, yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Sementara itu, pendekatan konseptual beranjak dari doktrin-doktrin dan pandangan para ahli yang berkembang dalam ilmu hukum guna membangun argumen hukum dalam menganalisis hubungan hukum dan tanggung jawab pelaku usaha.

Sumber bahan hukum yang digunakan terdiri atas tiga kategori. Pertama, bahan hukum primer yang bersifat otoritatif meliputi KUH Perdata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kedua, bahan hukum sekunder berupa buku teks hukum, jurnal ilmiah, hasil penelitian, serta pendapat sarjana (doktrin). Ketiga, bahan hukum tersier yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder seperti kamus hukum.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan mengkaji literatur serta dokumen tertulis yang relevan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jasa tip online. Seluruh bahan hukum yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui penalaran logika hukum untuk menarik kesimpulan yang bersifat deduktif.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Karakteristik Jasa Tip Online di Indonesia

Jasa tip daring (*jastip online*) atau yang dalam ekosistem digital global dikenal sebagai *personal shopper* merupakan sebuah modifikasi model bisnis kontemporer di bidang jasa. Kegiatan ini merupakan proses pengadaan barang berdasarkan pesanan yang dititipkan oleh pembeli kepada penyedia layanan dengan mengambil keuntungan dari upah jasa (*fee*) yang telah disepakati oleh kedua belah pihak di awal transaksi. Secara doktrinal, jasa tip online diposisikan sebagai pihak ketiga atau perantara yang menghubungkan produsen atau toko retail dengan pelanggan yang memiliki keterbatasan akses geografis. Dengan demikian, jasa tip online dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk usaha yang menawarkan jasa untuk membelikan barang, baik produk yang ditawarkan secara proaktif melalui katalog digital maupun barang yang secara khusus diminta oleh konsumen (*by request*) di lokasi yang tidak terjangkau oleh konsumen dengan imbalan materiil tertentu.

Pada prinsipnya, karakteristik subjek dalam bisnis ini tidak memiliki perbedaan mendasar dengan praktik perniagaan konvensional. Perbedaan yang mencolok terletak pada optimalisasi media internet sebagai sarana utama untuk promosi visual, saluran komunikasi interaktif, hingga mekanisme pemrosesan pembayaran. Transformasi operasional ini bergeser dari yang semula sekadar aktivitas informal berbasis bantuan antarkerabat saat bepergian (*travelling*), menjadi lahan bisnis terstruktur di sektor perdagangan elektronik (*e-commerce*). Bisnis ini sangat diminati di Indonesia karena menawarkan efisiensi modal yang relatif rendah, di mana pelaku usaha tidak memerlukan kepemilikan toko fisik (*offline store*) maupun penimbunan stok barang dagangan (*ready stock*), melainkan cukup mengandalkan perangkat smartphone untuk menggerakkan rantai transaksi.

Dalam perkembangannya di Indonesia, Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial paling populer yang dieksploitasi oleh pelaku usaha jastip online sebagai instrumen pemasaran digital. Didukung oleh jumlah pengguna aktif domestik yang sangat besar dan ketersediaan fitur interaktif seperti *feed*, *instagram story*, *caption*, dan *direct message (DM)*, *platform* ini mempermudah pelaku usaha untuk mendokumentasikan visualisasi produk langsung dari pusat perbelanjaan, mengunggahnya ke ruang digital, dan menjalin interaksi langsung dengan konsumen. Mekanisme operasional jastip online melalui Instagram umumnya diawali dengan pencantuman identitas usaha, domisili operasional kota besar, serta kontak komunikasi (*WhatsApp* atau *DM*) pada kolom biodata. Konsumen yang tertarik terhadap unggahan produk selanjutnya akan melakukan pengisian format pemesanan (*order form*) baku yang memuat data identitas diri, alamat pengiriman, tautan atau tangkapan layar objek barang, serta menyepakati klausul ketentuan transaksi termasuk kebijakan pengembalian (*refund/retur*) serta skema pembayaran uang muka (*down payment*) atau pembayaran penuh (*full payment*). Pembayaran DP atau dana talangan ini berfungsi sebagai instrumen mitigasi risiko guna mencegah tindakan pembatalan sepihak oleh konsumen (*hit and run*) yang dapat merugikan pelaku usaha secara finansial.

Meskipun bisnis ini menggunakan nomenklatur "jasa", jika ditelaah secara mendalam melalui kacamata hukum perikatan, jastip online memiliki karakteristik hukum yang unik dan tidak murni diklasifikasikan sebagai perjanjian jasa. Pelaksanaannya tidak menuntut keahlian khusus (*skill and labour*) sebagaimana dimaksud dalam perjanjian melakukan pekerjaan pada Pasal 1601 KUH Perdata, dan pelaku usaha bukanlah pihak yang memproduksi barang. Praktik ini juga tidak memenuhi kriteria penitipan barang murni berdasarkan Pasal 1694 KUH Perdata karena adanya mekanisme pengalihan hak milik yang terpisah.

Oleh karena itu, hubungan hukum dalam jastip online melahirkan konstruksi dualistik yang memperpadukan unsur perjanjian pemberian kuasa (*lastgeving*) berdasarkan Pasal 1792 KUH Perdata dan perjanjian jual beli (*nominaat*) berdasarkan Pasal 1457 KUH Perdata. Unsur kuasa termaterialisasi ketika konsumen bertindak sebagai pemberi kuasa (*mandans*) yang memberikan instruksi dan kewenangan penuh kepada pelaku usaha selaku penerima kuasa (*mandatarius*) untuk membelikan barang spesifik atas nama kepentingan konsumen. Sementara itu, unsur jual beli muncul ke permukaan karena adanya kesepakatan timbal balik mengenai harga dan barang, di mana pelaku usaha memikul tanggung jawab penuh atas pengiriman barang, jaminan kelayakan objek, serta memanen keuntungan ekonomis berupa *fee*. Peralihan hak milik atas objek benda bergerak tersebut baru dinyatakan beralih secara yuridis kepada konsumen setelah terjadinya penyerahan fisik (*levering*), bukan semata-mata karena pelunasan pembayaran.

Fleksibilitas komoditas jastip yang sangat luas, mulai dari barang bermerek (*branded*), tiket konser, kuliner daerah, hingga produk kosmetik internasional di satu sisi menawarkan kemudahan, namun di sisi lain memiliki celah kerentanan hukum yang sangat tinggi. Praktik informal yang bersandar pada *platform* media sosial murni sangat rawan terhadap manipulasi visual, risiko wanprestasi berupa ketidaksesuaian spesifikasi produk, cacat tersembunyi, hingga tindak pidana penipuan berkedok *pre-order* di mana pelaku usaha memutus komunikasi secara sepihak (*ghosting*). Guna meminimalisir asimetri risiko tersebut, praktik jastip online di Indonesia telah berinovasi dengan memanfaatkan *platform e-commerce* resmi seperti *Shopee* sebagai media penyelesaian transaksi (*checkout*). Strategi mitigasi ini dinilai sangat efektif karena mengadopsi sistem rekening bersama (*escrow*), di mana dana konsumen akan ditahan sementara oleh *platform* netral dan baru dicairkan kepada pelaku jastip setelah konsumen mengonfirmasi penerimaan barang yang sesuai. Pola pengamanan serupa juga sempat dikembangkan oleh perusahaan rintisan khusus seperti *Airrov* yang menjembatani pelancong (*traveller*) dengan pemesan (*requester*) melalui penahanan dana deposit, meskipun operasionalnya terpaksa berhenti akibat pembatasan perjalanan internasional selama pandemi. Kendati sistem *escrow* dan pemanfaatan *platform e-commerce* terbukti mampu mengeskalasi perlindungan hukum konsumen di era digital, kedudukan hukum penyedia jastip online tetap secara tegas dikualifikasikan sebagai "Pelaku Usaha" sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) karena terpenuhinya unsur pelaksanaan aktivitas ekonomi secara terorganisir, berkelanjutan, dan bertujuan meraup keuntungan finansial di dalam wilayah hukum Indonesia.

3.2. Analisis Regulasi Hukum Transaksi Jasa Titip Online di Indonesia

Ditinjau dari perspektif hukum perdagangan di Indonesia, praktik jasa titip daring (*jastip online*) dikategorikan sebagai bagian dari Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Meskipun Indonesia belum memiliki instrumen hukum khusus berbentuk *lex specialis* yang secara eksplisit mengatur tata laksana operasional jastip online, praktik bisnis informal ini pada hakikatnya tetap wajib tunduk pada berbagai ketentuan hukum positif yang relevan, baik yang bersifat umum (*lex generalis*) maupun khusus di bidang perdagangan dan transaksi elektronik. Kerangka regulasi pertama yang melandasi keabsahan transaksi jastip online adalah Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) tentang Perikatan. Berdasarkan ketentuan Pasal 1233 jo. Pasal 1313 KUH

Perdata, transaksi ini dikualifikasikan sebagai perikatan yang lahir dari persetujuan atau perjanjian. Agar kesepakatan tersebut mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya (*pacta sunt servanda*) sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata, pelaksanaan transaksi jastip online wajib memenuhi empat syarat sah perjanjian yang digariskan oleh Pasal 1320 KUH Perdata, yakni adanya kesepakatan para pihak, kecakapan bertindak, adanya objek tertentu, dan klausul kausa yang halal yang tidak bertentangan dengan undang-undang, kesesuaian, maupun ketertiban umum.

Berdasarkan klasifikasi klasikal Pasal 1319 KUH Perdata, karakteristik transaksi jastip online memuat perpaduan unik dari dualisme kontrak bernama (*nominaat*). Pertama, ia bersentuhan langsung dengan perjanjian pemberian kuasa (*lastgeving*) sesuai Pasal 1792 KUH Perdata, di mana konsumen memosisikan diri sebagai pemberi kuasa (*mandans*) yang melimpahkan kewenangan yuridis kepada pelaku jastip selaku penerima kuasa (*mandatarius*) untuk membelikan barang spesifik atas nama dan kepentingan konsumen. Kedua, transaksi ini beririsan dengan perjanjian jual beli berdasarkan Pasal 1457 KUH Perdata, karena di dalamnya terkandung kewajiban pelaku usaha untuk menyerahkan objek kebendaan dan kewajiban konsumen untuk menyerahkan sejumlah dana pembayaran yang telah disepakati bersama.

Dalam konteks perlindungan konsumen, kedudukan hukum para pihak dipayungi secara komprehensif oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Secara filosofis, Pasal 3 UUPK merancang kepastian hukum ini guna meningkatkan kemandirian konsumen, mengangkat harkat martabat dari akses negatif perdagangan, serta menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya sikap jujur dan bertanggung jawab. Kerangka normatif UUPK yang berkaitan erat dengan ekosistem e-commerce informal ini terwujud melalui integrasi substansial pasal-pasal krusial, meliputi Pasal 4 yang menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur serta hak atas keamanan transaksional; Pasal 7 yang membebaskan kewajiban kepada pelaku usaha untuk menyediakan deskripsi produk yang akurat; Pasal 8 yang melarang keras perdagangan produk cacat atau tidak memenuhi standar mutu; serta Pasal 19 yang mengamanatkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*) bagi pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan atau kerugian yang dialami konsumen. Di dalam praktiknya, jamak ditemukan pelaku jastip online yang mencantumkan klausul sepihak seperti "barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan." Tindakan penolakan kompensasi tersebut secara nyata melanggar kewajiban transparansi Pasal 7 huruf b dan g UUPK, sekaligus menabrak larangan pencantuman klausul baku yang mengalihkan tanggung jawab hukum pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 18 UUPK.

Perlindungan hukum terhadap transaksi nirkertas (*paperless*) ini diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Instrumen siber ini memberikan legitimasi penuh bahwa transaksi elektronik memiliki kekuatan hukum yang setara dengan kontrak konvensional. Berdasarkan Pasal 1 angka 17 jo. Pasal 18 ayat (1) UU ITE, komunikasi intensif melalui Instagram yang berlanjut pada ruang obrolan WhatsApp hingga melahirkan kesepakatan dinilai sebagai kontrak elektronik yang sah dan mengikat para pihak. Keabsahan ini didukung oleh terpenuhinya unsur transaksional digital, yakni adanya kontrak dagang, bermedia internet, bersifat nontradisional, berjalan dalam jaringan publik, dan memiliki nilai ekonomis. Selain itu, Pasal 9 UU ITE secara tegas mewajibkan pelaku usaha digital untuk menyediakan data identitas dan karakteristik barang yang akurat guna menjamin hak informasi konsumen.

Pada tataran regulasi perdagangan makro dan tata kelola digital, praktik jastip online bersandar pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Pasal 65 UU Perdagangan mewajibkan setiap pelaku usaha PMSE untuk menyajikan data operasional yang lengkap, yang dalam skema jastip mencakup rincian harga asli barang dan besaran imbalan jasa (*fee*) secara transparan, di mana pelanggaran atas asas ini dapat berimplikasi pada sanksi administratif. Kesahan transaksi digital tersebut dipertegas kembali oleh Pasal 46 ayat (2) PP PSTE yang mensyaratkan adanya kesepakatan, kompetensi subjek hukum, serta kehalalan objek interaksi. Sementara itu, PP PMSE hadir mereduksi celah siber dengan mewajibkan kepatuhan terhadap prinsip itikad baik, perlindungan data pribadi, serta mendorong pemanfaatan mekanisme penyelesaian sengketa berbasis teknologi informasi.

Meskipun secara normatif inventarisasi regulasi di atas telah membentuk jaring perlindungan hukum yang berlapis, efektivitas penegakannya pada realitas empiris di lapangan masih menghadapi tantangan yang sangat kompleks. Hambatan utama bersumber dari status bisnis jastip online yang mayoritas bergerak di sektor informal, tidak berbadan hukum, dan beroperasi di luar mekanisme pengawasan hukum formal. Tiadanya regulasi berbentuk *lex specialis* yang secara khusus mendefinisikan nomenklatur perantara informal atau personal shopper mengakibatkan terjadinya kekaburan norma (*vague norm*). Akibatnya, batas yuridis antara titipan kasual

antarindividu berdasarkan kebiasaan sosial dengan aktivitas komersial murni menjadi bias. Ketidadaan regulasi khusus ini juga berdampak pada tidak adanya Standard Operating Procedure (SOP) yang baku, sehingga mekanisme krusial seperti hak pengembalian dana (*refund*) atau barang (*retur*) berjalan tanpa kepastian hukum dan sepenuhnya bergantung pada iktikad baik personal pelaku usaha. Ketidakseimbangan posisi tawar ini diperparah oleh rendahnya literasi dan kesadaran hukum konsumen digital di Indonesia yang sering kali tidak memahami hak konstitusional mereka. Oleh karena itu, guna mewujudkan ekosistem perdagangan elektronik yang berkeadilan dan menjamin kepastian hukum, pemerintah harus mengambil peran responsif untuk melakukan restrukturisasi regulasi yang adaptif, meningkatkan efektivitas pengawasan siber secara konsisten, serta menggalakkan edukasi hukum preventif bagi masyarakat secara berkelanjutan.

3.3. Hubungan Hukum Antara Konsumen, Penyedia Layanan Jasa Titip Online, dan Penjual

Hubungan hukum merupakan keterikatan yang diatur oleh hukum antara dua subjek atau lebih yang melahirkan hak dan kewajiban transaksional yang dapat dipertahankan secara hukum. Sesuai dengan doktrin Logemann, dalam setiap jalinan hubungan hukum selalu terdapat subjek hak yang berwenang menuntut suatu prestasi serta subjek kewajiban yang memikul beban untuk melaksanakan prestasi tersebut. Dalam ekosistem digital, hubungan hukum pada transaksi jasa titip daring (*jastip online*) lahir dari perbuatan hukum berupa kesepakatan para pihak yang dituangkan melalui media elektronik. Berdasarkan ketentuan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), perikatan ini mewujud ketika konsumen memesan suatu barang spesifik kepada penyedia *jastip online* dan pelaku usaha tersebut menyanggupi untuk membelikannya dengan imbalan upah (*fee*) tertentu. Lahirnya hubungan kontraktual ini merupakan manifestasi dari asas kebebasan berkontrak (*pacta sunt servanda*) sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1338 KUH Perdata, di mana kesepakatan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak. Kendati demikian, kebebasan tersebut tidak bersifat mutlak melainkan dibatasi oleh koridor Pasal 1320 jo. Pasal 1337 KUH Perdata, yang mensyaratkan adanya kausa yang halal agar isi perjanjian tidak menabrak undang-undang, kesusilaan, maupun ketertiban umum.

Dalam ranah hukum perjanjian, penamaan atau nomenklatur yang melekat di tengah masyarakat tidak selalu merepresentasikan esensi dari hubungan hukum murni menurut undang-undang. Meskipun masyarakat awam menggunakan istilah "titip" dan "jasa", transaksi *jastip online* secara doktrinal tidak memenuhi kriteria penitipan barang (*depositum*) maupun perjanjian melakukan jasa ahli (*contract for service*). Analisis komparatif menunjukkan bahwa karakteristik penitipan barang berdasarkan Pasal 1694 KUH Perdata bersifat riil dan mensyaratkan adanya penyerahan fisik barang terlebih dahulu untuk disimpan secara cuma-cuma dan dikembalikan dalam keadaan yang sama, yang mana penyerahan tersebut hanya memindahkan penguasaan fisik (*detention*) tanpa mengalihkan hak milik. Karakteristik riil ini bertolak belakang dengan *jastip online* yang bersandar pada pengadaan barang baru yang belum tersedia secara fisik saat kesepakatan dibuat. Transaksi ini juga tidak dapat diklasifikasikan sebagai perjanjian melakukan pekerjaan atau jasa berdasarkan Pasal 1601 KUH Perdata karena operasionalnya tidak menuntut keterampilan atau keahlian khusus (*skill and labour*) dari pelaku usaha, serta pihak *jastip* bukan bertindak sebagai produsen yang mengolah atau membuat objek barang tersebut.

Secara materiil, *jastip online* merupakan bentuk modifikasi dari perjanjian jual beli dengan sistem pre-order (PO), namun memuat konstruksi hukum yang unik karena membentuk rantai perikatan tiga arah (*tripartite relationship*) yang menempatkan penyedia *jastip* sebagai titik sentral perantara. Jalinan interaksi komersial ini dapat diuraikan ke dalam tiga hubungan kontraktual yang saling berkesinambungan. Hubungan pertama terjalin antara konsumen dan penyedia layanan *jastip online*, yang mengombinasikan karakteristik perjanjian bernama (*nominaat*) berupa pemberian kuasa dengan upah berdasarkan Pasal 1792 KUH Perdata dengan esensi tujuan akhir jual beli. Konsumen bertindak sebagai pemberi kuasa (*mandans*) yang memberikan instruksi spesifik kepada pelaku *jastip* selaku penerima kuasa (*mandatarius*) untuk membelikan barang. Komponen harga yang dibayarkan secara transparan terbagi atas harga pokok barang dan biaya jasa (*fee*) tetap dikualifikasikan sebagai harga jual dalam koridor perdata karena hukum tidak membatasi komponen penyusun kontraprestasi berupa uang. Sifat perjanjian ini adalah konsensuil-obligatoir, di mana kesepakatan baru melahirkan hak dan kewajiban personal namun belum memindahkan hak kebendaan. Peralihan hak milik (*levering*) atas benda bergerak berwujud tersebut baru terjadi secara sah melalui penyerahan fisik atau penyerahan kekuasaan nyata atas benda ketika paket telah sampai di tangan konsumen, bukan semata-mata karena pelunasan pembayaran.

Hubungan kontraktual kedua berlangsung antara penyedia *jastip online* dan toko atau pemasok (*merchant/supplier*). Hubungan ini merupakan jalinan perjanjian jual beli murni yang tunduk sepenuhnya pada ketentuan Pasal 1457 KUH Perdata. Dilihat dari kacamata hukum, penyedia layanan *jastip* bertindak secara mandiri sebagai pembeli langsung di hadapan kasir toko, terlepas dari apakah pihak toko mengetahui barang tersebut merupakan pesanan pihak lain atau tidak. Konsekuensinya, hak dan kewajiban transaksional utama seperti pemenuhan pembayaran, penyerahan barang secara fisik, serta hak klaim atas adanya cacat produk tersembunyi

secara hukum melekat pada diri penyedia jastip online. Melalui penyerahan pertama di toko ini, pelaku jastip secara sah menguasai benda tersebut sebelum diteruskan kepada konsumen akhir.

Hubungan ketiga adalah hubungan hukum antara konsumen dan pihak toko atau pemasok yang bersifat tidak langsung (*indirect relationship*). Karena konsumen tidak melakukan transaksi atau kontak kontraktual secara langsung dengan toko, maka di antara keduanya tidak terdapat ikatan hukum formal. Implikasi yuridis dari struktur ini sangat krusial dalam menentukan batas gugatan apabila terjadi kerugian. Jika barang yang diterima oleh konsumen mengalami cacat tersembunyi, mengalami kerusakan, atau tidak sesuai dengan spesifikasi, konsumen tidak memiliki kedudukan hukum (*legal standing*) untuk menggugat pihak toko secara langsung atas dasar wanprestasi kontrak. Beban tanggung jawab hukum untuk menyelesaikan persoalan tersebut pertama-tama harus ditujukan kepada penyedia layanan jastip online sebagai pihak transaksional utama yang berhubungan langsung dengan konsumen. Penyedia jastip inilah yang kemudian memiliki hak dan kewajiban hukum untuk meneruskan komplain atau menuntut ganti rugi kepada pihak toko berdasarkan hubungan jual beli murni yang mereka lakukan sebelumnya.

Secara keseluruhan, jalinan perikatan dalam transaksi jastip online mengonfirmasi kehadiran tiga pihak utama, yaitu konsumen sebagai pihak yang memberikan perintah atau kuasa, pelaku usaha jastip online sebagai penerima kuasa yang melakukan perbuatan hukum pengadaan barang sekaligus bertindak sebagai pembeli mandiri, serta penjual atau toko yang melakukan transaksi jual beli fisik. Pengembalian pemenuhan hak-hak konsumen dan pembagian batas tanggung jawab para pihak ke dalam koridor dualisme perikatan antara pemberian kuasa (*lastgeving*) dan jual beli (*sale*) ini menjadi instrumen yang sangat vital demi mewujudkan kepastian hukum yang berkeadilan di era ekonomi digital..

3.4. Tanggung Jawab Hukum Penyedia Layanan Jasa Titip Online terhadap Kerugian Konsumen

Dalam ekosistem perdagangan digital, penyedia layanan jasa titip daring (*jastip online*) memikul tanggung jawab hukum untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan dan diserahkan kepada konsumen memenuhi standar kualitas, keaslian, serta spesifikasi yang dijanjikan. Berdasarkan data empiris, aspek kepercayaan (*trust*) dan reputasi menjadi variabel paling krusial dalam menjaga keberlangsungan hubungan bisnis ini. Konsumen secara signifikan cenderung memilih penyedia layanan yang dinilai jujur, andal, dan responsif, bahkan ketika biaya layanan (*fee*) yang dibebankan relatif lebih tinggi. Namun, realitas operasional jastip online saat ini mayoritas masih bergerak di sektor informal yang bersandar pada asas kepercayaan murni (*trust-based*) tanpa adanya dokumen kontrak tertulis yang baku. Pola transaksi yang umumnya mewajibkan pembayaran uang muka (*down payment*) di awal dan pelunasan setelah barang siap dikirim, kerap membuka celah kerentanan yang dieksploitasi oleh oknum penyedia jasa yang tidak beritikad baik untuk meraup keuntungan sepihak secara melawan hukum.

Ditinjau dari perspektif hukum perlindungan konsumen, penyedia layanan *jastip online* tidak dapat dikualifikasikan sekadar sebagai perantara kasual antarindividu. Mengingat aktivitas perniagaannya dilakukan secara terus-menerus, terorganisir, melibatkan penawaran terbuka kepada masyarakat melalui media sosial Instagram, menerima pembayaran, serta bertujuan meraup keuntungan ekonomis berupa upah jasa, maka penyedia jastip online secara yuridis telah memenuhi unsur esensial sebagai "Pelaku Usaha" sebagaimana digariskan dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Secara keperdataan, hubungan hukum ini merepresentasikan karakteristik perikatan yang lahir dari perjanjian berdasarkan Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dengan karakteristik pemberian kuasa (*lastgeving*) sesuai Pasal 1792 KUH Perdata. Status hukum sebagai pelaku usaha ini secara otomatis membebaskan tanggung jawab hukum atas segala risiko dan kerugian yang dialami oleh konsumen selaku pengguna layanan, baik yang bersumber dari cidera janji (wanprestasi) maupun perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*).

Secara empiris, bentuk-bentuk kerugian materiil maupun immateriil yang kerap melanda konsumen dalam transaksi jastip online dapat dipetakan ke dalam beberapa tipologi kasus. Pertama, tindak pidana penipuan daring (*online fraud*). Modus ini terjadi ketika pelaku menyalahgunakan reputasi akun media sosial dengan mengunggah bukti kepemilikan barang atau tiket asli sebagai umpan, menarik dana deposit atau uang muka dari konsumen, namun kemudian memutus komunikasi sepihak atau memblokir akun korban. Meskipun UU ITE tidak memuat nomenklatur "penipuan" secara eksplisit, dimensi kejahatan siber ini didekati melalui larangan penyebaran berita bohong yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE, serta tetap tunduk pada delik penipuan konvensional dalam kitab undang-undang hukum pidana.

Tipologi kedua adalah pengiriman barang pesanan yang keliru, di mana objek yang diterima konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan awal, baik dari segi ukuran, warna, varian, maupun merek akibat lemahnya ketelitian pelaku usaha dalam mengelola volume pesanan yang tinggi. Ketiga, penerimaan barang dalam kondisi cacat atau rusak,

yang umumnya dipicu oleh kelalaian pelaku usaha dalam memenuhi prinsip kehati-hatian (*duty of care*) saat melakukan pengemasan standar sebelum diserahkan kepada jasa kurir logistik. Keempat, keterlambatan pengiriman barang melampaui estimasi waktu yang diperjanjikan yang mengakibatkan hilangnya nilai guna barang bagi konsumen. Kelima, penipuan keaslian produk, di mana pelaku usaha membelikan barang palsu atau tiruan namun membebankan tarif seolah-olah barang tersebut merupakan produk orisinal.

Kerentanan sistemik ini diperparah oleh penerapan sistem "beli putus" dan pencantuman klausul eksonerasi secara sepihak oleh pelaku usaha yang menutup ruang bagi konsumen untuk mengajukan pengembalian dana (*refund*) maupun penukaran produk (*retur*). Padahal, pencantuman klausul baku yang mengalihkan atau menghapuskan tanggung jawab pelaku usaha tersebut secara tegas dilarang oleh Pasal 18 UUPK. Hambatan ini kian nyata akibat rendahnya literasi hukum konsumen (*consumer ignorance*) serta adanya budaya apatis di mana konsumen lebih memilih merelakan kerugian finansialnya daripada menempuh jalur hukum beracara yang dinilai rumit, memakan waktu lama, dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit.

Secara doktrinal, tuntutan pertanggungjawaban perdata atas kerugian konsumen tersebut dapat dikonstruksikan melalui dua jalur yuridis utama. Jalur pertama adalah melalui gugatan wanprestasi berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata. Kualifikasi wanprestasi ini terpenuhi apabila pelaku usaha jastip online terbukti melakukan salah satu dari empat tindakan cidera janji, yaitu tidak melaksanakan apa yang diperjanjikan, melaksanakan tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan (seperti mengirim barang keliru, cacat, atau palsu), melaksanakan tetapi terlambat, atau melakukan sesuatu yang dilarang dalam perjanjian. Atas terpenuhinya unsur cidera janji tersebut, konsumen memiliki hak konstitusional yang dijamin oleh Pasal 4 huruf h UUPK untuk menuntut ganti rugi, kompensasi, atau penggantian biaya dan bunga. Jalur kedua adalah melalui gugatan perbuatan melawan hukum berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, yang diterapkan apabila kerugian konsumen timbul akibat tindakan pelaku usaha yang secara nyata melanggar asas kepatutan, iktikad baik, serta regulasi mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang diatur dalam Bab IV UUPK, seperti tindakan mengelabui mutu, menyembunyikan cacat tersembunyi, atau memanipulasi informasi produk.

Kepastian hukum mengenai kewajiban mutlak pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atau penukaran barang yang tidak sesuai diamanatkan secara tegas melalui integrasi Pasal 4 huruf h, Pasal 7 huruf g, serta Pasal 19 UUPK. Sebagai instrumen penegakan hukum yang bersifat represif, undang-undang memberikan sanksi pidana yang berat terhadap pelaku usaha yang mengabaikan hak konsumen dan melanggar ketentuan larangan tersebut. Berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UUPK, pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan formal terkait standar produk dan pencantuman klausul baku dapat diancam dengan pidana penjara paling lama lima tahun atau pidana denda paling banyak dua miliar rupiah. Oleh karena itu, penegakan tanggung jawab hukum penyedia jastip online berdasarkan dualisme koridor hukum perdata dan hukum perlindungan konsumen ini menjadi pilar utama demi menegakkan kepastian hukum serta mewujudkan keadilan transaksional di dalam ruang digital Indonesia.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jasa titip daring (jastip online) di Indonesia, dapat ditarik beberapa kesimpulan mendasar. Pertama, secara normatif, praktik jastip online dikategorikan sebagai bagian dari Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Meskipun belum terdapat regulasi khusus berbentuk *lex specialis*, transaksi informal ini tetap wajib tunduk pada payung hukum *lex generalis* yang berlaku di Indonesia, yang meliputi Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) terkait keabsahan perikatan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) terkait pemenuhan hak transaksional, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) terkait legalitas kontrak siber nirkertas (*paperless*), serta UU Perdagangan, PP PSTE, dan PP PMSE yang mengatur tata kelola niaga digital dan penegakan prinsip itikad baik. Kedua, jika ditinjau dari doktrin hukum perjanjian, karakteristik hubungan hukum dalam transaksi jastip online membentuk jalinan perikatan tiga arah (*tripartite relationship*) yang menempatkan penyedia layanan sebagai titik sentral perantara. Walaupun masyarakat melekatkan istilah "jasa" dan "titip", praktik ini tidak memenuhi unsur penitipan barang (*depositum*) maupun perjanjian jasa ahli (*contract for service*). Secara substansial, hubungan hukum ini merupakan modifikasi unik dari perjanjian jual beli dengan sistem pre-order (PO) yang dikombinasikan dengan karakteristik perjanjian pemberian kuasa dengan upah (*lastgeving*) berdasarkan Pasal 1792 KUH Perdata. Penyedia jastip bertindak sebagai penerima kuasa yang melakukan pengadaan barang sekaligus pembeli mandiri yang berhadapan langsung dengan pihak toko (*supplier*), di mana pihak toko umumnya tidak mengetahui adanya hubungan jastip tersebut. Akibatnya, tidak melahirkan hubungan kontraktual langsung antara konsumen akhir dan penjual asal. Peralihan hak milik (*levering*) baru terjadi secara sah kepada konsumen ketika dilakukan penyerahan fisik paket barang. Ketiga, dalam perspektif pertanggungjawaban hukum, penyedia layanan jastip online secara yuridis memenuhi kualifikasi sebagai "Pelaku Usaha" sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 3 UUPK karena aktivitas perniagaannya dilakukan secara terus-menerus, terorganisir, dan bertujuan

meraup keuntungan ekonomis. Konsekuensinya, ketiadaan hubungan hukum antara konsumen dan toko asal menempatkan penyedia jastip online sebagai penanggung jawab mutlak (*strict liability*) atas setiap risiko kerugian konsumen. Bentuk risiko tersebut meliputi tindak penipuan daring (*online fraud*), pengiriman barang yang keliru, cacat tersembunyi (*hidden defect*) akibat kelalaian pengemasan, keterlambatan pengiriman, hingga pemalsuan keaslian produk. Konsumen memiliki hak konstitusional untuk menuntut ganti rugi atau kompensasi melalui dua jalur keperdataan utama, yaitu gugatan wanprestasi berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata apabila terjadi cidera janji dalam kesepakatan digital, serta gugatan Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata apabila pelaku usaha melanggar asas kepatutan atau menerapkan klausul eksonerasi sepihak yang dilarang oleh Pasal 18 UUPK. Pada akhirnya, efektivitas jaring perlindungan hukum ini masih membentur hambatan nyata akibat status bisnis jastip online yang mayoritas bergerak di sektor informal tanpa *Standard Operating Procedure* (SOP) baku, yang diperparah oleh rendahnya literasi hukum serta budaya apatis konsumen. Oleh karena itu, demi menegakkan kepastian hukum yang berkeadilan, mendesak bagi pemerintah untuk merumuskan kebijakan turunan yang lebih responsif serta pedoman standar kontrak yang mengikat. Pemerintah secara khusus direkomendasikan untuk mewajibkan standarisasi sistem pengaman pembayaran berupa fitur rekening bersama (*escrow account*) pada platform digital. Sistem ini secara preventif akan menahan dana konsumen dan baru melepaskannya kepada penyedia jastip setelah barang dikonfirmasi diterima sesuai dengan pesanan (*orderan*). Langkah teknis ini dinilai krusial untuk memitigasi risiko penipuan, menjamin kepastian ganti rugi, serta memaksa pemenuhan tanggung jawab mutlak pelaku usaha sesuai koridor Pasal 4, Pasal 7, dan Pasal 19 UUPK demi mewujudkan ekosistem ekonomi digital yang aman di Indonesia.

Referensi

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek). Staatsblad Tahun 1847 Nomor 23.
3. Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
4. Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.
5. Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512.
6. Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400.
7. Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420.
8. Amila Desiani, Amila, Muhammad Amirulloh, dan Agus Suwandono. 2018. "Implementasi Asas Itikad Baik dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi yang Dilakukan oleh Situs Belanja Elektronik". *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 2(1), 56-68.
9. Anjani, Margaret Rosa dan Budi Santoso, 2018, "Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce Di Indonesia", *Law Reform*, 14(1), 89-10.
10. Annur, Najwa Neilal Muna, Fikro Shulkhu Aziz, Diki Aji Setiawan, dan Erka Azkal Azkia, 2025, "Perlindungan Hukum Konsumen Pada Sistem Jasa Titip (Studi Kasus di Desa Rengaspendawa Kab. Brebes), *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(3), 1361-1371.
11. Anwar, Mustofa, Agnes Jevi Rialita, dan Rendi Risdiansyah, 2022, "Pengakajian Fiqih dan Perkembangan Pasar: Analisis Jasa Titip yang Populer di Kalangan Generasi Milenial", *JSHI: Jurnal Syariah Hukum Islam*, 1(2), 73-93
12. Artanti, Dyah Ayu dan Men Wih Widiyanto, 2020, "Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Pasal 18 Ayat 1 UU ITE Ditinjau Dari Hukum Perdata Di Indonesia." *JCA of Law* 1.1.
13. Aulia, Rizka, Muhammad Syahri, dan Meria Utama. 2023. "Pemesanan Makanan Secara Online (Online Food Delivery) Oleh Anak Dibawah Umur Menurut Sistem Hukum Di Indonesia". *Simbur Cahaya*, 335-354.
14. Mayle, J. 1892. "Moyle, J. B. (1892). *The contract of sale in the civil law: With references to the laws of England, Scotland and France* (No. 34292-34295), Рипол Классик.
15. Bernada, Tatone. 2017. "Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen dalam Transaksi Jasa E-Commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia". *Jurnal Hukum dan Peradilan*, 6(1), 1-24.
16. Brahmanta, Putu dan Anak Agung Ketut Sukrantha. 2020. "Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perjanjian. *Jurnal Kertha Desa*, hlm. 10.
17. Dana, Haris Satrio, Baginda Akbar Edison, Halim Darajat, Helfira Citra, 2024, *Perlindungan konsumen Dalam Perdagangan Elektronik (e-commerce)*, 1(1), 82-86.
18. Fahlevi, Muhammad Reza. 2022. "Jastip online (Jual Beli dengan Pemberian Kuasa) dalam Perspektif Kepastian Hukum". *Badamai Law Journal*, 7(1).
19. Fatria, Alpheratz Uzhma, Rinitami Njatrijani dan Aminah. 2022. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Melakukan Penggunaan Jasa Titip Barang Secara Online". *Diponegoro Law Journal* 11(2).
20. Izazi, Firyaa Shabrina Izazi, Priya Sajena, Ratnarisa Sashi Kirana, dan Kristin Marsaulina, 2024, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik", *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8-14.
21. Kaffah, Alifia Fisilmi. 2024. "Aspek Hukum Dalam Perlindungan Bisnis Era Digital di Indonesia". *Lex Renaissance*, 9(1).
22. Kamil, Azahery Insan, Pandji Ndaru Sonatra, dan Nico Pratama, 2020, "Hukum Kontrak dalam Perspektif Komparatif (Menyorot Perjanjian Bernama dengan Perjanjian Tidak Bernama)". *Jurnal Serambi Hukum*, 8(02), 23085, hlm. 139
23. Kaze, Kadek Bramnata Rudi, Nyoman Putu Budiarta dan Luh Putu Suryani. 2024. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Jastip online Dalam Hal Terjadinya Cacat Produk". *Jurnal Preferensi Hukum*, 5(2), 197-202.
24. Kusumadewi, Yessy dan Grace Sharon. 2022. "Hukum Perlindungan Konsumen". Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah.

25. Lengkong, Lonna Yohanes, Tomson Situmeang, dan Stefanie Hardiandra Indraswari, 2024, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Jastip online Dari Cacat Barang”. Jurnal Hukum To-Ra: Hukum untuk Mengatur dan Melindungi Masyarakat, 10(2), 187-199.