

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Moderenisasi saat ini, mendorong masyarakat melakukan segala bentuk kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara instan, mudah, dan efisien. Tidak dapat dipungkiri saat ini masyarakat justru cenderung bergantung dengan teknologi digital. Faktor yang mendorong terbentuknya pola hidup masyarakat yang serba instan tidak terlepas dengan majunya alat komunikasi dan alat transportasi.¹ Kemajuan teknologi komunikasi, telah membawa manusia kepada arus globalisasi. Yang mana dapat dilihat pada saat ini akses teknologi komunikasi yang makin canggih memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi tanpa batas. Teknologi komunikasi yang ditunjang dengan media internet mampu membawa manusia pada pola komunikasi yang berbeda dengan sebelumnya. Saat ini manusia dapat dengan mudah digantikan perannya dengan benda berbentuk layar seperti layar monitor *Personal Computer*, Tab maupun dengan bentuk yang lebih kecil lagi yaitu telepon genggam (HP). alat-alat komunikasi tersebut apabila dilengkapi dengan internet sangat dapat memudahkan

¹ Dharlinda Suri, “Pemanfaatan Media Komunikasi dan Informasi Dalam Perwujudan Pembangunan Nasional”, Jurnal Komunikasi Pembangunan STKIP PGRI Bandar Lampung, Vol 17 No.2, 2019, h. 178

manusia untuk melakukan beberapa kegiatan pada waktu yang bersamaan.² misalnya muncul kebiasaan baru di masyarakat dalam kegiatan berbelanja. Dengan adanya penggabungan antara alat komunikasi dan internet yang ada di masyarakat dirasa mampu merubah pola berbelanja yang berakibat berpindahya kegiatan jual beli di pasar konvensional dengan cara *face to face* menjadi ke arah digital market atau yang familiar disebut dengan *E-commerce*. Sejalan dengan meningkatnya penggunaan *E-commerce* memunculkan para pelaku usaha untuk lebih kreatif membuka peluang usaha baru dengan modal yang minim. salah satu caranya memanfaatkan platform sosial media untuk membuat bisnis baru yang berkembang lebih kreatif dan tidak terbatas pada *E-commerce* dengan model bisnis melalui *marketplace* atau website saja. Namun, juga melalui sosial media.

Paradigma sosial media untuk perdagangan muncul saat teknologi internet dan alat komunikasi berkembang secara pesat. Kini mengakses sosial media misalnya, Instagram, Twitter dan Facebook bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan HP yang terkoneksi dengan internet. Semakin cepatnya orang bisa mengakses sosial media berakibat kepada hadirnya fenomena arus informasi Indonesia dan negara maju lainnya. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media konvensional dalam menyajikan berita. Kian lama sosial media juga tidak hanya digunakan untuk wadah eksistensi atau bersosial. Namun, juga sebagai wadah promosi atau pemasaran. Penggunaan sosial media untuk pemasaran merupakan bentuk upaya

² Erni Herawati, “komunikasi dalam era teknologi komunikasi dan informasi”, jurnal Komunikasi dan Multimedia Bina Nusantara University Jakarta Barat, Vol.2 No.1 April 2011, h. 108

pelaku usaha untuk mempromosikan usaha yang meliputi barang dan jasa. Pemasaran di sosial media adalah pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan komunitas online, jaringan sosial, blog pemasaran dan banyak lagi.

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

Dalam pelaksanaannya terdapat faktor yang mempengaruhi jasa titip beli di Instagram ini diminati banyak konsumen pengguna jasanya karena memiliki kelebihan antara lain:

1. Efisien, karena melakukan pembelian barang melalui jasa titip beli di Instagram pengguna atau konsumen tidak perlu datang langsung ke suatu toko yang ada di daerah atau negara dengan mengeluarkan biaya yang lebih mahal.

2. Biasanya barang-barang yang di tawarkan pelaku usaha jasa titip beli lebih terjangkau harganya apabila dibeli di negara atau daerah asalnya karena pada umumnya barang yang ditawarkan adalah barang diskon.
3. Dengan adanya banyak akun jasa titip beli di Instagram konsumen memiliki banyak referensi atau pilihan dalam berbelanja.
4. Selain itu konsumen juga dapat dengan mudah membandingkan harga dari barang yang sama dari beberapa akun jasa titip di Instagram. Karena setiap akun mematok *fee* jasa berbeda-beda.

Selain kelebihan di dalam jasa titip beli di Instagram terdapat pula kekurangan dalam praktik jasa titip beli di Instagram diantaranya :

1. Harus sabar menunggu barang yang di pesan. Karena sistem dari jasa titip sendiri berupa *PreOrder*. yang mana barang akan dibelikan setelah adanya pembayaran oleh karena itu jasa titip beli di Instagram membutuhkan proses beberapa hari tidak secepat saat kita membeli langsung di toko.
2. Barang yang didapat kadang kurang sesuai seperti ukuran maupun warna. karena terkadang barang yg difoto warnanya akan terlihat lebih gelap ataupun lebih terang dari pada barang aslinya.
3. Karena pembelian dilakukan tidak bertatap muka secara langsung memungkinkan banyak celah penipuan dalam prosesnya.
4. Perjanjian yang kurang jelas mengenai tanggung gugat pihak pelaku usaha bilamana terdapat ketidak sesuaian barang atau adanya cacat tersembunyi yang

disebabkan oleh perjanjian yang tidak memuat hak dan kewajiban para pihak secara jelas dan rijit.

Banyak juga di temui akun jasa titip beli di Instagram yang meliputi atau menyediakan barang-barang dari Luar Negeri. meskipun jasa titip beli di Instagram juga meliputi barang-barang yang ada di luar negeri. Namun, tak lantas jasa titip beli di Instagram dapat dipersamakan dengan kegiatan ekspor maupun impor barang. terdapat perbedaan yang mencolok diantaranya Pertama, subjek dalam kegiatan impor dilakukan oleh perusahaan yang secara khusus menangani kegiatan ekspor-impor. Dalam jasa titip beli di Instagram sendiri lebih sering dilakukan oleh perseorangan, dengan jumlah barang yang tidak melebihi aturan barang bawaan dari luar negeri.³

Jasa titip beli dilakukan oleh pelaku usaha berupa perseorangan, kelompok, maupun perusahaan dengan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang memiliki kekuatan hukum tetap. Misal dalam praktiknya barang yang dibeli ini dianggap sebagai barang bawaan penumpang atau pelaku usaha itu sendiri. Jika dalam kegiatan ekspor maupun import barang yang dikirim biasanya dalam jumlah yang banyak sehingga digolongkan sebagai perdagangan lintas negara atau perdagangan internasional.⁴ Oleh karenanya barang tersebut dikenakan pembebasan bea masuk sebesar FOB USD 500.00 (Lima Ratus Dollar Amerika) sesuai dengan aturan dalam pasal 7 dan 12

³ *Ibid.*

⁴ Ahmad, Usamah Rievzqy. "Pemberlakuan Pajak terhadap Barang Hasil Transaksi Jasa Titip Online." *Jurnal Suara Hukum* 2, No. 1 2020, h. 71-85.

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 203/PMK.04/2017 tentang ketentuan Ekspor dan Impor barang.⁵

Dilansir pada web Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat berbagai macam masalah mengenai Perlindungan Konsumen salah satunya terkait perdagangan. hal tersebut terkait kerugian dalam bertransaksi di e-commerce, dan pokok masalahnya mayoritas adalah mengenai wanprestasi, dan penyalahgunaan akun melalui one time password (OTP). BPKN di tahun 2017 menindaklanjuti 281 pengaduan yang masuk, tahun 2018 jumlah tersebut bertambah menjadi 580 aduan. sepanjang 2019 dan sampai bulan Oktober 2020 tercatat 1.176 pengaduan yang telah diterima. yang artinya terjadi kenaikan pengaduan hingga sekitar 1.518 aduan. Lonjakan pengaduan tertinggi ada pada sektor perdagangan melalui sistem elektronik sebanyak 299 pengaduan atau 8,41 persen.⁶ Selain itu, tercatat pada laman Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat. (LAPOR.GO) yang telah terhubung dengan 34 Kementerian, 100 lembaga, 391 pemkab, 94 pemkot dan 34 pemprov. Hingga 3 September 2020, sebagaimana tercatat di laman LAPOR!, total sudah ada 600.092 aduan yang

⁵ Rafli Wiratama, *"Hukum kepabeanaan dalam Kegiatan Pelaku Usaha Jasa Titip Online"*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulla, Jakarta, 2020.

⁶ Djairan, 'Jamin Hak Konsumen, BPKN Tindak Lanjuti 3.269 Aduan hingga Agustus 2020' (Agustus 2020) <<https://www.inews.id/finance/makro/jamin-hak-konsumen-bpkn-tindak-lanjuti-3269-aduan-hingga-agustus-2020>> accessed 20 juni 2021.

masuk dari masyarakat melalui situs maupun aplikasi.⁷ diantaranya juga berasal dari transaksi online melalui aplikasi Instagram.

Dalam praktik di masyarakat ternyata, masih terdapat banyak perdebatan mengenai kualifikasi perjanjian yang ada dalam konsep pelaku usaha jasa titip di Instagram. Hal demikian disebabkan oleh model pemesanan melalui jasa titip beli di Instagram yang hanya berupa format order namun tidak disertakan secara jelas mengenai ketentuan lain mengenai perjanjian tersebut bagaimana, selain itu hak dan kewajiban pelaku usaha konsumen juga tidak ditulis sedemikian rupa dengan rinci dan rijit. sehingga, banyak ditemui permasalahan seperti: ketidak jelasan tanggung gugat dalam hal adanya perbedaan barang yang sampai misalnya warnanya lebih terang atau lebih gelap dari yang ada difoto, ukuran yang ternyata berbeda, bahkan saat adanya cacat tersembunyi. Dalam hal yang demikian memunculkan pemikiran bahwasanya perjanjian jasa titip beli di Instagram melalui format order berbentuk seperti layaknya kontrak baku yang hanya menguntungkan pihak pelaku usaha saja. Selain itu, ketidak tahuan masyarakat untuk menyelesaikan sengketa atau permasalahan yang terjadi karena menganggap harga barang tidak sebanding dengan biaya yang akan dikeluarkan, apabila di tempuh melalui upaya hukum.

⁷ Norvantry Bayu Akbar, '*SP4N-LAPOR!*, *Wadah Masyarakat Adukan Pelayanan Publik*' (Mei 2020) <<https://infopublik.id/kategori/sorot-politik-hukum/453400/sp4n-lapor-wadah-masyarakat-adukan-pelayanan-publik>> accessed 25 juli 2021.

Oleh karenanya peneliti tertarik untuk menganalisis mengenai hubungan hukum pelaku usaha dan konsumen dalam usaha jasa titip beli di Instagram yang terjadi kemudian dikaitkan dengan bentuk perjanjian jasa titip beli di Instagram. guna mengetahui bentuk tanggung gugat penyedia usaha jasa titip beli di Instagram serta upaya hukum yang dapat diterapkan dalam usaha jasa titip beli di Instagram. Sehingga dengan adanya penelitian ini Hukum Perlindungan Konsumen benar-benar dapat menjamin dan melindungi hak-hak konsumen yang ada dalam usaha jasa titip beli di Instagram. Maka dari itu penulis mengambil judul “Perlindungan Hukum Pengguna Jasa Titip Beli Melalui Sosial Media Instagram”.

1.2 Rumusan masalah

- 1). Hubungan hukum pelaku usaha dan konsumen dalam perjanjian jasa titip beli di Instagram
- 2). Tanggung Gugat pelaku usaha dalam usaha jasa titip beli di Instagram.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Bertujuan untuk meneliti dan menganalisis tentang karakteristik hubungan hukum apa saja yang timbul antara para pihak dalam usaha jasa titip beli dengan menggunakan sosial media Instagram
2. Bertujuan untuk meneliti dan menganalisis tanggung gugat pelaku usaha dalam kegiatan jasa titip beli di Instagram sehingga dapat mengetahui upaya hukum seperti apa yang dapat dilakukan oleh

konsumen yang dirugikan atas perbuatan pelaku usaha jasa titip beli di Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, besar harapan penulis agar tulisan ini menjadi salah satu penambah wawasan terhadap pengetahuan mengenai Transaksi Jual Beli Online dengan Metode Jasa Titip Beli di Instagram baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoritis dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum perjanjian dan perlindungan hukum terhadap usaha jasa titip beli di Instagram

2. Secara Praktis

a. Menambah wawasan ilmiah dan masukan bagi pemerintah dalam membuat regulasi tentang Usaha Jasa Titip Beli di Instagram.

b. Memberikan masukan bagi pembaca terutama bagi para pihak yang terkait dengan bidang perdagangan jasa titip beli di Instagram.

c. Memberikan informasi bagi masyarakat terutama pengguna jasa titip beli di Instagram mengenai pertanggung jawaban penyedia jasa titip beli di Instagram.

1.5 Metode Penelitian

Menurut Peter Mahmud, penelitian hukum merupakan suatu proses untuk bisa menemukan aturan hukum, prinsip – prinsip hukum, maupun doktrin – doktrin hukum yang ada guna menjawab isu hukum yang dihadapi.⁸ Dalam sebuah penelitian dibutuhkan suatu metode yang perlu digunakan untuk dapat menemukan hasil yang dicari ataupun yang dibutuhkan. Metode secara harfiah dapat dikatakan sebagai suatu jalan yang harus ditempuh dalam proses penyelidikannya atau dapat dikatakan dilakukan menurut suatu rencana tertentu.⁹ Dalam penelitian hukum juga dikenal dengan adanya metode penelitian hukum, yang mana merupakan suatu cara yang sistematis dalam melakukan sebuah penelitian hukum.¹⁰ Adapun metode penelitian hukum yang digunakan penulis adalah tipe penelitian *doktrinal research*. dengan dua pendekatan yaitu pendekatan perundang – undangan (*statute approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). adapun sumber bahan hukum penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder yang dilakukan dengan cara sesuai dengan prosedur pengumpulan bahan hukum berupa studi kepustakaan atau studi dokumen (*library research*). berikut ini merupakan penjabaran dari metode yang digunakan penulis

⁸ Peter Mahmud Marzuki, “*Penelitian Hukum*”, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, h. 35.

⁹ Johnny Ibrahim, “*Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*”, Bayu Media Publishing, Malang, 2006, h.26.

¹⁰ Abdulkadir Muhammad, “*Hukum dan Penelitian Hukum*”, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, h. 57.

1.5.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian hukum yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini menggunakan *Doktrinal research*. Menurut Terry Hutchinson sebagaimana yang telah dikutip oleh Peter Mahmud Marzuki mendefinisikan bahwa *Doktrinal research* adalah suatu penelitian yang memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antara peraturan, menjelaskan bidang – bidang yang sulit, dan diharapkan juga memberikan prediksi mengenai perkembangan norma hukum di masa depan.¹¹

Tipe penelitian ini mampu memberikan penjelasan yang sistematis berkaitan dengan rumusan masalah yang diangkat oleh penulis. Dilakukan dengan cara meneliti bahan – bahan pustaka dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier.

1.5.2 Pendekatan Penelitian

Di dalam suatu penelitian hukum terdapat beberapa pendekatan yang digunakan dalam memperoleh informasi untuk mencapai hasil penelitian. Pendekatan yang dapat digunakan dalam penelitian hukum menurut Peter Mahmud Marzuki adalah sebagai berikut:¹²

1. Pendekatan kasus (*case approach*)
2. Pendekatan perundang – undangan (*statute approach*)
3. Pendekatan historis (*historical approach*)
4. Pendekatan perbandingan (*comparative approach*)

¹¹ Peter Mahmud Marzuki, *Op. cit*, h.32.

¹² *Ibid*, h.93.

5. Pendekatan konseptual (*conseptual approach*)

Dalam penulisan peneilitian ini, adapun pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah melalui dua pendekatan yakni pendekatan perundang – undangan (*statute approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang – undangan adalah pendekatan yang dilakukan dengan menelaah peraturan perundang – undangan dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang sedang dihadapi yaitu usaha jasa titip beli di Instagram. Pendekatan konseptual adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin – doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.¹³

1.5.3 Bahan hukum

Dalam proses penelitian hukum diperlukan sumber – sumber penelitian yang dapat dijadikan rujukan dalam pemecahan suatu isu hukum yang dihadapi. Berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini, bahan hukum yang digunakan oleh penulis yaitu :

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan-bahan hukum yang terdiri dari catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim ¹⁴ Dikarenakan metode pendekatan masalah yang

¹³*Ibid*, h.24.

¹⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* , UI Press, Jakarta, Cet. 3, 2012

digunakan dalam penelitian ini memakai pendekatan perundang – undangan (*statute approach*), maka sumber utama atau primer yang digunakan adalah perundang-undangan yang berkaitan dengan judul serta rumusan masalah yang akan di bahas, antara lain yaitu :

1. Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
3. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang
4. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
5. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik,
6. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Selain bahan hukum primer juga terdapat bahan hukum sekunder, bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang sifatnya dapat menjelaskan bahan hukum primer, yang mana bahan hukum sekunder terdiri atas pendapat para sarjana yang ada dalam buku literatur tentang hukum, catatan kuliah, karya ilmiah berupa jurnal-jurnal hukum, artikel dari media cetak maupun internet yang substansinya berkaitan dengan permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian hukum.

Bahan sekunder yang utama adalah buku teks atau literatur karena buku teks atau literatur berisi mengenai prinsip – prinsip dasar ilmu hukum dan

pandangan - pandangan klasik yang dikemukakan oleh para sarjana yang telah memiliki kualifikasi tinggi.¹⁵ Adapun bahan hukum sekunder yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Buku – buku ilmiah dibidang hukum;
2. Makalah – makalah ilmiah;
3. Jurnal ilmiah;
4. Artikel ilmiah;

1.5.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Metode pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penulisan penelitian ini menggunakan prosedur pengumpulan bahan hukum berupa studi kepustakaan atau studi dokumen (*library research*) yang mana dilakukan dengan mengumpulkan bahan hukum primer maupun sekunder untuk kemudian digunakan sebagai dasar meneliti dan menganalisa masalah-masalah yang dihadapi. Studi dokumen adalah suatu alat pengumpulan bahan hukum yang dilakukan melalui bahan hukum tertulis dengan menggunakan analisis yang sistematis.¹⁶ Bahan hukum dikumpulkan dengan cara membaca dan mempelajari bahan hukum yang memuat informasi tentang pokok bahasan penulis, melalui buku – buku literatur hukum terutama yang berkaitan dengan hukum pemilu, bahan- bahan lain yang diperoleh selama perkuliahan maupun yang diperoleh diluar perkuliahan seperti dari internet, serta peraturan perundang – undangan

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Op. cit*, h.142.

¹⁶ *Ibid*, h.21.

yang berlaku berkaitan dengan permasalahan yang akan di bahas. Selanjutnya bahan hukum yang sudah diperoleh nantinya akan dihubungkan satu sama lain untuk kemudian diuraikan dan dianalisis guna mendapatkan jawaban atas rumusan masalah, sehingga dapat menyelesaikan permasalahan didalam pokok bahasan yang terdapat pada penelitian ini secara sistematis.

1.5.5 Analisis Bahan Hukum

Pada analisa bahan hukum penulis menggunakan analisa bahan hukum berupa :

a. Analisa Bahan Hukum Primer

Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang telah dicantumkan dalam bahan hukum yang digunakan oleh penulis, maka dapat dianalisa bahwa peraturan perundang-undangan tersebut memuat aturan berkaitan dengan konsep perjanjian serta perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian pada usaha jasa titip beli melalui sosial media Instagram

b. Analisa Bahan Hukum Sekunder

Berdasarkan bahan hukum sekunder yang meliputi buku-buku terkait hukum pemilu, jurnal maupun artikel berita dalam bahan hukum yang digunakan penulis, maka dapat dianalisa bahwa bahan hukum sekunder tersebut memuat informasi yang berasal dari buku-buku literatur, artikel ilmiah, artikel berita, maupun pendapat para ahli yang berkaitan dengan terkait konsep serta analisa yang terdapat dalam perjanjian pada usaha jasa titip beli melalui sosial media Instagram

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dengan susunan sistematika yang terdiri dari empat bab yang mana masing – masing bab terdiri dari beberapa sub- bab dalam rangka untuk memperjelas ruang lingkup dan cakupan permasalahan yang sedang diteliti. Adapun urutan dan tata letak masing – masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang yang berawal dari keresahan pengguna jasa titip beli di Instagram dalam melakukan proses jual beli melalui jasa yang ditawarkan penyedia. Namun, dirasa kurang aman karena belum memiliki aturan khusus terhadap perlindungan hukum pengguna jasa titip beli di Instagram dan pertanggung jawaban pelaku usaha apabila terjadi sengketa oleh para pihak. Hal tersebut yang menjadi cikal bakal permasalahan yang diangkat menjadi topik oleh penulis. Dalam bab ini juga dijelaskan terdapat dua rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian yang menjadi pedoman penulisan beserta dengan ruang lingkup pembahasannya. Diakhir bab disajikan metode penelitian, pendekatan permasalahan yang dipakai, sumber dan prosedur atau teknik pengumpulan bahan hukum, serta pertanggung jawaban sistematika.

BAB II : KARAKTERISTIK PERJANJIAN JASA TITIP BELI MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Bab ini akan membahas pengaturan dalam KUHPerdara mengenai konsep dan kualifikasi pelaku usaha serta konsumen dalam usaha jasa titip beli di Instagram, beserta bentuk perjanjian dalam usaha jasa titip beli di Instagram dikaitkan dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

BAB III : TANGGUNG GUGAT PELAKU USAHA DALAM USAHA JASA TITIP BELI DI INSTAGRAM

Bab ini berisikan analisis dan pemaparan berdasarkan identifikasi masalah yang akan dibahas secara mendalam. Penulis akan menganalisis mengenai pertanggungjawaban dan penyelesaian sengketa dalam usaha jasa titip beli di Instagram dikaitkan dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

BAB IV : PENUTUP

Dalam bab terakhir ini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran , yang diharapkan dapat menjadi masukan atau perbaikan dari apa yang telah didapatkan selama melakukan penulisan.