

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi membuat perkembangan yang cukup pesat di seluruh sektor kehidupan manusia, diantaranya perkembangan dalam bidang teknologi dan internet. Peran penting teknologi dan internet dalam sektor kehidupan manusia di Indonesia berdampak bagi beberapa sektor, seperti pada sektor bisnis atau industri bisnis yang kemudian perkembangan dalam industri perdagangan¹. Perdagangan yang kini telah berkembang dalam bidang teknologi internet yang melahirkan suatu sistem transaksi perdagangan secara *online* yaitu salah satunya *marketplace* melalui *e-commerce* atau *toko online*.²

Fenomena pandemi Covid-19 menyebabkan Pemerintah Indonesia menggunakan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang membuat interaksi masyarakat secara langsung menjadi terhambat.³ Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung sekitar 2 tahun ini mengubah kebiasaan berbelanja masyarakat yang beralih untuk belanja di *marketplace* yang mendukung pertumbuhan *e-commerce*.⁴ Menurut data *sendiriStatista* mencatat jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna di tahun 2018. Pada tahun 2019 akan diproyeksikan menjadi 168,3 juta pengguna dan pada tahun 2023 diproyeksikan akan menjadi

¹ Budiharto Ernani, dan Hendro, 2017, *Pengawasan Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Financial Technology (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016)*. Diponegoro Law Journal, Vol. 6, No.3,

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/download/19683/18645>

² Adrian Pratama Afrianto, 2021, *Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia*, Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis, Vol. 3 No.1,

<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.181>

³ Dewi Hernikawati, 2021, *Analisa Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs E-Commerce Di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan*, Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, Vol. 25 No. 2, <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4389>

⁴ Chelsea, et al, 2022, *Pengaruh Penggunaan Belanja Online Masyarakat Indonesia: Sebelum, Selama dan Sesudah Pandemi COVID-19*, Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humanioral, Vol. 1 No. 1, 10.11111/nusantara.xxxxxxx

212,2 juta.⁵ Menyokong Perkembangan perkeonomian, masyarakat menjadikan *marketplace* hadir untuk menjadi pusat belanja online dalam membantu masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-harinya.⁶

Karena tingkat belanja *online* yang sangat tinggi dan jarak antara penjual dan pembeli yang menempuh jarak yang cukup jauh menyebabkan kebutuhan pengiriman barang yang cukup besar, maka untuk memenuhi kebutuhan tersebut saat ini banyak lahir perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar di Indonesia.⁷ Pengiriman barang di Indonesia diselenggarakan oleh penyelenggara Pos. Pos tidak sekedar lalu lintas kiriman tapi meliputi layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos untuk kepentingan umum.⁸ Pasal 4 Undang-undang No.38 tahun 2009 tentang Pos, Penyelenggara Pos adalah badan usaha yang berbadan hukum Indonesia, terdiri atas Badan Usaha Milik Negara/BUMN, Badan Usaha Milik daerah, Badan Usaha Milik Swasta dan Koperasi.⁹ Antara lain penyelenggara BUMN yaitu PT. Pos Indonesia dan BUMS antara lain PT. KGP, PT. TIKI, JNE. Karena kebutuhan akan layanan pengiriman bertambah menyebabkan munculnya jasa pengiriman lain seperti PT SiCepat Ekspres Indonesia yang berdiri sejak tahun 2014 dan J&T Express yang baru berdiri pada tahun 2015. Bahkan SiCepat Ekspres sekarang menempati nomor dua sebagai ekspedisi paling besar di Indonesia. SiCepat Ekspres merupakan ekspedisi yang dapat bekerjasama dengan pengusaha *online* dan fenomena belanja di *e-commerce* yang berada di Indonesia yang cukup berkembang.¹⁰

⁵ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> diakses pada tanggal 4 Mei 2023 pukul 05.19 WIB

⁶ Nesiaindo Aira Putih Merah, dan Sylvana Murni Deborah Hutabarat, 2022, Perlindungan hukum bagi konsumen marketplace terhadap pencantuman berat bersih dalam produk makanan kemasan, *Jurnal Cakrawala Hukum*, 13(1) 48-67, 10.26905/idjch.v13i1.5333

⁷ Osea Irlano Mamuaya, Aminah, dan Suradi, 2015, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Ekspedisi Pengiriman Barang PT JNE Di Semarang*, Vol.4, No, 4 <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/10780/10460>

⁸ Sri Wahyuningsih, 2012, Implikasi Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009, *Terhadap Penyelenggara Pos*, *Jurnal Buletin Pos dan Telekomunikasi*, Vol 10 No.1, <https://media.neliti.com/media/publications/41179-ID-implikasi-undang-undang-nomor-38-tahun-2009-terhadap-penyelenggara-pos.pdf>

⁹ Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 Tentang Pos

¹⁰ Farras Prasetiawan, Sri Widiyanesti, dan Tri Widarmanti, 2022, *Analisis Sentimen Mengenai Kualitas Layanan Jasa Ekspedisi Barang Sicepat Di Media Sosial Twitter*, eProceedings of Management, Vol 9, No 2,

Kondisi kemajuan perekonomian yang pesat mempunyai satu sisi yang menguntungkan konsumen yaitu kemudahan untuk mendapatkan sesuatu, namun pada sisi lain menyebabkan konsumen diposisi yang terbelakang.¹¹ Karena konsumen lebih individual sedangkan penyelenggara diberikan kemudahan-kemudahan dari pemerintah.¹² Oleh karena itu perlindungan konsumen merupakan konsekuensi dan tidak terlepas dari kemajuan teknologi.¹³ Penyedia layanan jasa pengiriman barang dengan konsumennya seringkali terdapat kendala yang diakibatkan oleh berbagai masalah teknis dalam proses pengiriman barang. Mulai dari barang yang hilang, rusak atau mengalami keterlambatan sampainya barang.¹⁴ Pada pelaksanaan pengiriman barang ketika terjadi kehilangan barang juga diatur pada pasal 28 Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos Pengguna layanan pos berhak mendapatkan ganti rugi apabila terjadi: kehilangan kiriman; kerusakan isi paket; keterlambatan kiriman; atau ketidaksesuaian antara barang yang dikirim dan yang diterima.¹⁵

Dalam kenyataannya, tampaknya setiap konsumen tidak pernah lepas dari sengketa konsumen dan masih sering terjadi mengurangi hak-hak konsumen oleh pelaku usaha.¹⁶ Salah satu kasus contoh pengguna jasa pengiriman barang melalui *shoppe* yang disampaikan konsumen melalui surat pembaca yaitu Media Konsumen pada tanggal 31 Juli 2021 penjual barang mengirimkan paket senilai Rp2.363.500 yang menggunakan jasa pengiriman JNE. Setelah diserahkan kepihak ekspidisi namun beberapa hari kemudian barang tersebut dinyatakan hilang dalam perjalanan. pembeli juga tidak menyertakan asuransi untuk pembelian barangnya Ganti rugi yang diberikan oleh pihak pengiriman melalui *shoppe* hanya diberikan sebesar 10 kali gratis *ongkir* yang tentu nominalnya berbeda jauh dengan harga

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/176>
17

¹¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia, Jakarta, hlm 12

¹² Abdul Atsar dan Rani Apriadi, 2019, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Deepublish, Sleman, hlm 1

¹³ Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, hlm 2

¹⁴ Nangin, 2017, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Pengiriman Barang Oleh Perusahaan Ekspidisi Menurut UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal LexCrimen Vol. VI/No.4

<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/20863/14098>

¹⁵ Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 Tentang Pos

¹⁶ Hulman Panjaitan, 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jala Permata Aksara, Jakarta, hlm 6

barang yang hilang. Klausula baku yang dituangkan dalam Syarat-Syarat dan Ketentuan Pengiriman (*term and condition*) SSP JNE menyebutkan bahwa Jaminan pemberian ganti rugi atas kerusakan, kehilangan atau kesalahan dalam pengiriman yang terbukti sebagai akibat kelalaian dan kesalahan JNE, paling tinggi 10 (sepuluh) kali Tarif Pengiriman untuk pengiriman domestik atau paling tinggi 100 USD untuk pengiriman Internasional kecuali kiriman yang diasuransikan. Sedangkan dalam *marketplace* yang digunakan yaitu *shoppe* menyebutkan apabila barang rusak/hilang dalam pengiriman, Penjual akan mendapatkan kompensasi sebesar 10 kali ongkos kirim/senilai harga barang maks. Rp1.000.000, tergantung nominal terendah.

Dalam kasus kehilangan barang pada pihak jasa pengiriman barang tersebut pihak pelaku usaha menerapkan jaminan ganti rugi tersebut tertuang pada pasal 10 ayat 2 (i) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos jaminan pemberian ganti rugi atas keterlambatan, kehilangan, ketidaksesuaian layanan dan kerusakan yang terbukti sebagai akibat kelalaian dan kesalahan Penyelenggara Pos paling tinggi 10 (sepuluh) kali biaya pengiriman, kecuali Kiriman yang diasuransikan.¹⁷ Pada aturan tanggung jawab ganti rugi tersebut menyebabkan kerugian kepada pihak pengguna layanan berkaitan dengan hak konsumen terkait tanggung jawab ganti rugi pelaku diatur dalam pasal 19 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya,¹⁸ sedangkan dalam aturan Pelaku Usaha jasa pengiriman barang tersebut tidak mengganti rugi dengan jumlah yang setara nilainya hanya dengan paling tinggi 10 (sepuluh) kali biaya pengiriman. Kondisi konsumen yang justru banyak dirugikan oleh karena itu perlu ditingkatkan upaya untuk melindungi sehingga hak-hak konsumen dapat terlaksana. Sebaliknya, dalam memberikan perlindungan kepada konsumen, tidak boleh mematikan usaha para pelaku usaha¹⁹.

¹⁷ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos

¹⁸ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹⁹ Abd Haris Hamid, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Sah Media, Makassar, hlm 5

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk menganalisis beberapa permasalahan mengenai pertentangan aturan mengenai pemberian jaminan ganti rugi oleh penyelenggara Pos dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Penulis dalam penelitian ini akan memberikan judul Pemenuhan Hak Konsumen Terkait Jaminan Pemberian Ganti Rugi Oleh Penyelenggara Pos

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemenuhan hak konsumen apabila terdapat pertentangan aturan mengenai pemberian jaminan ganti rugi oleh penyelenggara Pos?
2. Bagaimana akibat dari penerapan Pasal 10 ayat 2 (i) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos terhadap pemenuhan hak konsumen?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup Penulisan pada penelitian ini dibatasi oleh penulis supaya pembahasan tidak meluas, yaitu mengenai perbedaan jaminan ganti rugi tanggung jawab Penyelenggara Pos atas kehilangan barang pada Pasal 10 ayat 2 (i) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos dengan Pasal 19 Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diuraikan diatas, maka penulis ingin mencapai tujuan dalam permasalahan mengenai tanggung jawab pelaku usaha jasa pengangkutan barang

Adapun tujuan penelitian yang dihasilkan sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis kepastian pemenuhan hak konsumen apabila terdapat pertentangan aturan terkait pemberian jaminan ganti rugi

oleh Penyelenggara Pos dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- b. Untuk menganalisis dampak dari penerapan aturan mengenai pemberian jaminan ganti rugi oleh Penyelenggara Pos dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian tersebut juga memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menegaskan dan menyempurnakan regulasi dalam memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat dengan menerapkan teori – teori yang diperoleh melalui penelitian dan dijelaskan melalui tulisan yang memuat hasil dari penelitian tersebut.

- b. Manfaat Praktis

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada masyarakat luas khususnya tentang pengetahuan serta saran mengenai keadilan tanggung jawab ganti rugi yang diberikan oleh penyelenggara Pos untuk kepastian hukum hak konsumen ketika terjadi kendala teknis kehilangan barang

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian kali ini merupakan jenis penelitian yuridis normatif atau doktrin. Peter Mahmud Marzuki menjelaskan bahwa penelitian normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin guna untuk menjawab

isi hukum yang terjadi²⁰, dan penelitian ini memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antara peraturan, menjelaskan daerah kesulitan dan mungkin, memprediksi pembangunan masa depan²¹.

2. Pendekatan Masalah

Beberapa pendekatan penelitian yuridis normatif menurut Johnny Ibrahim membagi pendekatan penelitian hukum normatif menjadi tujuh pendekatan, yang meliputi Pendekatan perundang-undangan, Pendekatan konseptual, Pendekatan analitis, Pendekatan perbandingan, Pendekatan historis, Pendekatan filsafat, Pendekatan kasus²². Adapun pendekatan masalah yang penulis gunakan pada kesempatan kali ini adalah dengan menggunakan pendekatan Perundang-undangan yang dilakukan dengan menelaah semua Undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Pendekatan yang digunakan selain itu yaitu pendekatan kasus yang dilakukan dengan menelaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan.²³

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian hukum normatif adalah data sekunder, yang terdiri dari 2 (dua) sumber bahan hukum :

a. Sumber Hukum Primer

Bahan hukum yang bersifat otoritatif artinya mempunyai kekuasaan atau otoritas Bahan-bahan hukum primer berupa undang-undang.²⁴

- 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 2) Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos

²⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Media Prenada Group, 2010, hlm.35

²¹ Ibid, hlm.32

²² Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayu Media Publishing, Malang, 2008, hlm 300

²³ Peter Mahmud Marzuki, *Op.Cit*, hlm.133

²⁴ Ibid, hlm. 181

- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos
 - 4) Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Pos
 - 5) Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Persyaratan Dan Tata Cara Pemberian Izin Penyelenggaraan Pos
- b. Bahan Hukum Sekunder
- Berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi meliputi:
- 1) Buku Teks
 - 2) Jurnal Ilmiah
 - 3) Kamus-kamus hukum²⁵

4. Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian kali ini dilakukan dengan Studi kepustakaan (*library research*), yakni pengumpulan data dengan cara menggabungkan data dari semua bahan hukum baik dari bahan hukum primer maupun sekunder.²⁶

5. Teknik Analisis Data

Dilakukan dengan cara mengelola serta menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yang dimana analisis deskriptif kualitatif adalah suatu teknik analisis yang menjelaskan secara umum mengenai gejala yang diteliti yang berbentuk pemaparan yang bersifat universal dan komperhensif sehingga lebih dalam mengkaji makna dibalik fakta yang ditemukan.²⁷

²⁵ Peter Mahmud Marzuki, Op.Cit, hlm.181

²⁶ Zulfadli Barus, 2013, *Analisis Filosofis Tentang Peta Konseptual Penelitian Hukum Normatif Dan Penelitian Hukum Sosiologis*, Jurnal Dinamika Hukum Universitas Jenderal Soedirman, Vol. 13 No. 2, <http://dx.doi.org/10.20884/1.jdh.2013.13.2.212>

²⁷ Sirajuddin Saleh, 2017, *Analisis Data Kualitatif*, Pustaka Ramadhan, Bandung, hlm 9-12