

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025 melakukan pembangunan hukum untuk memenuhi misinya mencapai negara yang kompetitif dan masyarakat yang demokratis dibawah hukum. Hal tersebut merupakan bagian dari 8 (delapan) tugas Pembangunan Nasional untuk melaksanakan Visi Pembangunan Nasional, termasuk pembahasan orientasi Pembangunan Nasional. Pembangunan hukum dengan misi mewujudkan bangsa yang berdaya saing, diarahkan untuk mendukung:¹

1. Terwujudnya pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan;
2. Pengaturan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perekonomian, khususnya di bidang perdagangan dan industri;
3. Menciptakan keamanan investasi, terutama yang berkaitan dengan penegakan dan perlindungan hukum.

Seiring berjalannya waktu, perilaku dan budaya masyarakat telah tergantikan oleh teknologi, pada zaman modern ini teknologi semakin berkembang ditandai dengan pertumbuhan globalisasi dan perdagangan yang luas didukung oleh teknologi informasi dan telekomunikasi sehingga memberikan ruang yang sangat bebas bagi setiap transaksi perdagangan sehingga barang dan/atau jasa yang

¹ Lihat UU Nomor 17 Tahun 2007 tentang RPJPN (*Rencana Pembangunan Jangka Panjang nasional*)

diperdagangkan dapat dikonsumsi dengan mudah.²

Kegiatan perdagangan melalui media internet dikenal dengan istilah *e-commerce* atau disebut juga sebagai media periklanan digital yang digunakan dengan tujuan periklanan di situs web. Semula *e-commerce* digunakan untuk mengirim dokumen komersial seperti pesanan elektronik, kemudian berkembang menjadi *web commerce* yang merupakan aktivitas membeli barang melalui WWW (*World Wide Web*) dengan *server* yang aman, keamanan khusus yang digunakan web untuk menjaga kerahasiaan data konsumen.³

Begitu pula di Indonesia, kegiatan jual-beli melalui media sosial atau internet sedang marak, dengan adanya internet konsumen dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan hidup. Konsumen hanya perlu duduk dan menggunakan perangkat elektronik untuk mengakses internet agar dapat melihat barang-barang yang dipasok oleh pedagang online. Setelah konsumen memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian, penjual akan menggunakan jasa pengiriman untuk mengirim barang ke alamat konsumen.

Saat melakukan transaksi jual beli jarak jauh atau untuk mengirim barang ke suatu lokasi, masyarakat kini terbiasa menggunakan perusahaan ekspedisi atau perusahaan jasa pengiriman barang. Kehadiran perusahaan ekspedisi secara *substansial* meningkatkan proses jual beli karena mampu mengefisiensikan waktu dan biaya.

Pengiriman barang yang dilakukan konsumen dan pelaku usaha termasuk

² Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004, hlm 37.

³ Mudakir Iskandar, *Hukum Bisnis Online Era Digital*, Jakarta: Campustaka, 2018, hlm.14.

dalam perjanjian pengangkutan, menurut H.M.N Purwosutjipto, pengangkutan adalah suatu kesepakatan bersama antara pengirim dan pengangkut dimana pengangkut wajib melakukan jasa pengangkutan dari tempat pengirim ke tempat tujuan sesuai dengan kesepakatan dan pengirim wajib membayar sejumlah uang tertentu yang telah ditentukan untuk menutupi biaya transportasi. Perusahaan ekspedisi harus memastikan paket pengguna jasa sampai di tujuan dalam keadaan tidak rusak dan dalam kondisi yang sama seperti saat dikirimkan.⁴

Di Indonesia, perusahaan ekspedisi ANTERAJA sudah memiliki 700 titik layanan dengan jumlah kurir kurang lebih 20.000, sedangkan di Bandung sendiri terdapat 10 titik layanan perusahaan ekspedisi ANTERAJA. Dengan semakin luasnya titik layanan menunjukkan bahwa jasa ekspedisi ini merupakan salah satu layanan yang paling diinginkan oleh konsumen di Indonesia.⁵

Dikarenakan efisiensi bisnis yang menawarkan layanan pengiriman barang yang mencakup hasil seperti efektivitas waktu dan biaya, keberadaan bisnis semacam itu akan memfasilitasi pekerjaan manusia. Dengan istilah lain, pengirim adalah perantara yang menerima untuk menangani pengiriman produk.⁶

Ketika transaksi dilakukan secara online, seperti ketika berbelanja media sosial atau pada situs *e-commerce*, ada kemungkinan terjadi pelanggaran yang akan merugikan konsumen maupun pelaku usaha karena keduanya tidak hadir secara fisik ketika bertransaksi.

⁴Ibid, hlm.17.

⁵ Diakses melalui, < <https://anteraja.id/> > . Pada tanggal 31 Agustus 2022 pukul 9.17 WIB

⁶ Fida Amira, Tanggung Jawab Pengiriman Barang Ekspedisi Atas Kehilangan dan/atau Kerusakan Barang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos (Studi Kasus di Kantor Pos Solo), Vol. IV, No. 1, 2016, hlm 118.

Kelemahan lain yang sering terjadi dalam transaksi *e-commerce* atau media sosial adalah ketika kualitas barang yang ditawarkan atau pelayanan yang diberikan di bawah standar, produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan pembayaran, pengiriman barang yang tidak akurat, bahkan paket hilang pada saat pengiriman. Hal ini sangat bertentangan dengan ketentuan perjanjian yang sebelumnya telah disepakati.

Berikut faktor penyebab paket pesanan milik konsumen terlambat atau hilang dalam perjalanan:⁷

a. Alamat tidak lengkap atau salah

Saat mengirimkan barang pesanan, pastikan alamat tujuan sudah sangat lengkap termasuk RT dan RW nya, jika alamat tidak lengkap akan menyebabkan kurir sulit untuk menemukan alamat yang dituju, sehingga proses pengiriman akan lama bahkan jika kita salah menuliskan alamat barang bisa tidak terkirim.

b. Nomor tidak aktif

Saat kurir kebingungan mencari alamat tujuan, biasanya mereka akan melakukan panggilan telepon atau melalui WA, jadi pastikan nomornya aktif atau kalau bisa memiliki aplikasi WA dengan nomor tersebut, karena saat ini orang-orang justru lebih sering menggunakan WA dari pada telepon atau SMS.

c. Tidak ada penerima paket

Ketika barang terlalu lama tidak sampai misalnya estimasinya dua hari sampai tapi ternyata sudah satu minggu tidak sampai juga bisa jadi barang sudah sampai tapi saat kurir ke tempat tujuan tidak ada penerima barang di tempat

⁷ Diakses melalui, < <https://anteraja.id/> > . Pada tanggal 31 Agustus 2022 pukul 9.17 WIB

tersebut, misalnya karena rumah atau kantor sedang kosong, jika hal tersebut terjadi kurir akan mencoba kembali mengirimkan barang tersebut di hari-hari berikutnya.

d. Ada hambatan ke alamat tujuan

Ketika pengiriman barang, hal apapun bisa terjadi ketika akses menuju alamat tujuan tertutup misalnya karena adanya bencana alam atau bahkan ketika corona beberapa akses jalan harus ditutup karena lockdown, jika hal tersebut terjadi kurir akan kesulitan mengirimkan barang, tapi biasanya jika hal seperti ini terjadi, kurir akan menelepon penerima barang untuk menjemput barang di tempat tertentu, jadi pastikan nomor penerima barang selalu aktif.

e. Kurir salah alamat

Namanya juga manusia, pasti ada saja kekeliruan nya, termasuk hal yang mungkin terjadi adalah paket tertukar dengan orang lain secara tidak sengaja oleh kurir atau kurir salah alamat sehingga kurir harus kembali mengantarkan barang ke alamat yang benar, hal tersebut wajar terjadi karena memang di Indonesia ini banyak sekali daerah yang memiliki nama yang sama atau nama daerah yang mirip.

f. Paket hilang atau rusak

Kesalahan teknis mungkin saja terjadi ketika pengiriman barang, misalnya terjadi kecelakaan ketika pengiriman barang, sehingga menyebabkan barang hilang atau rusak, jika hal tersebut terjadi biasanya kurir akan menghubungi pihak pengirim barang dan melakukan ganti rugi kepada pengirim barang, sehingga pengirim barang harus mengirim ulang barang dengan paket yang baru, untuk itu ketika kita berada di posisi penerima barang dan paket tak kunjung sampai alangkah

baik jika dikomunikasikan juga kepada pengirim barang bahwa barang tak kunjung sampai.

Meskipun ada perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman barang yang menciptakan kondisi menguntungkan bagi tenaga kerja dan pengguna jasanya, namun pada kenyataannya di masyarakat pelayanan jasa pengiriman tidak selalu baik. Hal ini merupakan wanprestasi karena kegagalan perusahaan pengiriman untuk memenuhi kewajibannya kepada pengguna jasa. Kini perusahaan ekspedisi harus membayar biaya ganti rugi kepada pengguna jasa pengiriman yang merasa dirugikan.⁸

Wanprestasi itu sendiri tertuang dalam Pasal 1243 KUHPerdara, yang menyatakan bahwa:⁹

“Penggantian biaya, rugi dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berhutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampauinya”.

Ganti Rugi berdasarkan ketentuan Pasal 6 dan 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 merupakan hak dan kewajiban badan usaha dalam Undang-Undang, sehingga kewajiban pemilik badan usaha dapat dianggap sebagai hak konsumen. Tetapi untuk memperoleh ganti rugi tersebut, hukum diperlukan untuk membuktikan kesalahan orang lain dalam hal penggugat yang menuntut ganti rugi.¹⁰

⁸ Aisyah Ayu M, Hardanti Widya K, Bambang Eko T, *Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang*, Vol. 14, No. 2, 2018, hlm 152-153.

⁹ Lihat Pasal 1243 KUH Perdata

¹⁰ Nasution, *Konsumen Dan Hukum*, Cetakan Pertama, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995. hlm. 171.

Namun ada juga nilai asuransi disini yaitu peristiwa dalam pelaksanaan pengiriman oleh perusahaan ekspedisi adalah terjadinya kehilangan, kerusakan atau keterlambatan surat dan barang, yang kemudian menimbulkan kerugian bagi pengguna jasa pengiriman melalui perusahaan ekspedisi ini termasuk asuransi, berupa peristiwa akibat pemenuhan hak oleh perusahaan ekspedisi.¹¹

Hubungan asuransi timbul dari kesepakatan baik pemegang polis maupun penanggung. Sejak kontrak dibuat, tertanggung berkewajiban untuk membayar premi asuransi kepada perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi menanggung semua risiko yang ditimbulkan oleh objek tanggungan dan memasukkannya ke dalam polis asuransi.¹²

Polis asuransi menyatakan bahwa penanggung berkewajiban untuk mengganti kerugian jika terjadi suatu peristiwa yang mengakibatkan hilangnya barang yang diasuransikan. Melakukan penyelesaian klaim biasanya dikaitkan dengan masalah waktu pembayaran klaim, ketentuan untuk mengklaim asuransi dari pengirim kepada perusahaan asuransi.¹³

Asuransi menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 adalah suatu kontrak yang dilakukan oleh penanggung dengan menerima premi dari tertanggung untuk menutupi kerugian, kerusakan atau hilangnya keuntungan yang diharapkan dari tertanggung, dan karena itu merupakan peristiwa yang tidak terbatas.¹⁴

¹¹ Putri Nur Amalia, *Perjanjian Asuransi Untuk Kepentingan Pihak Ketiga Antara Pt. Asuransi Ramayana Dan Anteraja Dalam Penyelenggaraan Pengangkutan Barang*, Surakarta, 2019, hlm. 259.

¹² Ibid

¹³ Ibid hlm.259

¹⁴ Lihat Pasal 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian.

Salah satu kasus terkait kehilangan barang yang pernah terjadi pada perusahaan ekspedisi ANTERAJA yaitu hilangnya paket sepatu yang di pesan oleh Saudari Widhi pada aplikasi shopee tujuan Jakarta-Bandung, Saudari Widhi berprofesi sebagai Caddy, suatu ketika Saudari Widhi sangat sibuk tetapi membutuhkan sepatu untuk menunjang pekerjaannya sehingga Saudari Widhi memesannya di aplikasi shopee untuk mengefisiensikan waktu.

Namun harapan sepatu yang dipesan dapat segera tiba karena sangat diperlukan malah sepatunya tak kunjung datang, Saudari Widhi terus mengecek keberadaan sepatu yang mana dapat dipantau melalui resi yang dikirim shopee, diketahui bahwa paket akan segera tiba yang mana tertulis bahwa paket menuju rumah Saudari Widhi. Ditunggu dari pagi sampai malam paketnya tak kunjung tiba tetapi di aplikasi shopee disebutkan bahwa paket telah diterima, sedangkan paket belum diterima oleh saudari Widhi. Mengetahui hal tersebut saudari Widhi mengecek keberadaan paket melalui aplikasi shopee miliknya dan ternyata paketnya berstatus sudah diterima.¹⁵

Dengan mempertimbangkan masalah diatas, penulis terdorong untuk membuat penelitian yang berjudul **“Pertanggungjawaban Perusahaan Ekspedisi Terhadap Kehilangan Barang Pesanan Konsumen Melalui Media Sosial Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”**.

¹⁵ Wawancara dengan Widhi (konsumen shopee), tanggal 26 Januari 2022 , pukul 08.00 WIB, di kediamannya Cimekar Cileunyi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penyusun merumuskan masalah yang lebih rinci untuk dikaji lebih lanjut. Adapun permasalahan yang akan dikaji lebih dalam diantaranya:

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian antara perusahaan ekspedisi ANTERAJA dengan pengguna jasa terhadap kehilangan barang pesanan konsumen ?
2. Bagaimana pertanggungjawaban perusahaan ekspedisi ANTERAJA terhadap kehilangan barang pesanan konsumen melalui media sosial dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?
3. Bagaimana penyelesaian sengketa antara perusahaan ekspedisi ANTERAJA dengan pengguna jasa terkait kehilangan barang pesanan konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian antara perusahaan ekspedisi ANTERAJA dengan pengguna jasa terhadap kehilangan barang pesanan konsumen.
2. Untuk mengetahui pertanggungjawaban perusahaan ekspedisi ANTERAJA terhadap kehilangan barang pesanan konsumen melalui media sosial dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Untuk mengetahui penyelesaian sengketa antara perusahaan ekspedisi

ANTERAJA dengan pengguna jasa terkait kehilangan barang pesanan konsumen.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun Kegunaan penelitian yang hendak dicapai setelah melakukan penelitian ini adalah untuk:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pengembangan Ilmu hukum keperdataan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan perusahaan pengiriman barang ekspedisi.

2. Kegunaan Praktis

a. Perusahaan ekspedisi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan ekspedisi dalam memecahkan permasalahan hukum terkait kerugian yang dialami masing-masing pihak.

b. Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen agar lebih hati-hati dalam melakukan pengiriman paket, pastikan semua nya sudah sesuai prosedur pengiriman dan asuransikan paket yang bernilai tinggi.

c. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait hak dan kewajiban yang harus dipelajari terlebih dahulu sebelum melakukan pengiriman agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

E. Kerangka Pemikiran

1. Teori Perjanjian

Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. interpretasi kontrak yang menjelaskan adanya dua pihak dalam perjanjian.¹⁶

Subekti mengatakan bahwa perjanjian adalah suatu peristiwa dimana satu orang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang saling berjanji untuk mencapai sesuatu.¹⁷ Menurut Sudikno Mertokusumo, perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kesepakatan yang dibuat oleh undang-undang.¹⁸

Syarat Sahnya Perjanjian diatur di dalam Pasal 1320 KUHPPerdata, antara lain:¹⁹

- b. Kesepakatan;
- c. Kecakapan;
- d. Suatu hal tertentu;
- e. Sebab yang halal.

Dalam hukum perjanjian dikenal unsur-unsur perjanjian, yang mana sebagai berikut:

a. Unsur Essensialia

Hal- hal yang mutlak harus ada dan disetujui dalam suatu perjanjian, unsur ini

¹⁶ Ahmadi Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011, hlm. 63.

¹⁷ R. Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta : PT.Intermasa, 2002, hlm. 5.

¹⁸ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, Yogyakarta: Liberti, 1986. hlm. 103.

¹⁹ Lihat Pasal 1320 KUHPPerdata

yang mengakibatkan terciptanya perjanjian.

b. Unsur *Naturalia*

Hal yang melekat ada perjanjian, unsur ini diatur oleh undang-undang dengan hukum yang mengaturnya.

c. Unsur *Aksidental*

Bagian yang oleh para pihak boleh ditambahkan, unsur ini tidak diatur dalam undang-undang.

Dalam hukum perjanjian dikenal lima asas penting diantaranya, sebagai berikut:

- a. Asas *Konsensualisme* (Persetujuan Kehendak).
- b. Asas Kebebasan Berkontrak (*Contractvrijheid*)
- c. Asas Kekuatan Mengikat Perjanjian (*Pacta Sunt Servanda*)
- d. Asas Itikad Baik (*Togoeder Trow*)

2. Teori Pertanggungjawaban Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tanggung jawab adalah kewajiban membayar segala sesuatu jika terjadi sesuatu yang dapat digugat dan dituntut di pengadilan. Sedangkan, menurut Titik Triwulan Tanggung jawab harus mempunyai dasar, yaitu hal-hal yang memberikan hak hukum kepada seseorang untuk menggugat orang lain serta hal-hal yang menimbulkan kewajiban.²⁰

Dalam suatu kedudukan hukum dari tindakan yang dilakukan oleh subjek hukum akan ada konsekuensi hukum, oleh karena itu Badan hukum lain akan

²⁰ Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum bagi Pasien*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2010, hlm. 48.

mempunyai hak dan kewajiban sebagai akibat adanya tanggung jawab hukum. Karena kewajiban hukum adalah asas yang dihasilkan dari suatu hubungan hukum dan perlu dipraktekkan.²¹

Hukum dengan baik memenuhi kewajibannya dan mencapai haknya secara adil selanjutnya, hukum berfungsi sebagai instrumen pelindung bagi subyek hukum, dengan kata lain hukum diciptakan agar tercipta keadilan dalam hubungan hukum, bilamana ada subjek hukum yang melalaikan kewajiban hukumnya untuk menjalankan atau melanggar hak tersebut harus bertanggung jawab untuk menyelesaikannya. mengembalikan hak yang dilanggar. Tanggung jawab dan tuntutan atau hak berlaku bagi setiap orang yang melanggar hukum, baik subjek hukumnya adalah manusia, badan hukum, atau pemerintah.²²

Ada tiga macam tanggung jawab hukum yaitu tanggung jawab hukum dalam arti *accountability*, *responsibility*, dan *liability*. Tanggung jawab dalam arti *accountability* adalah tanggung jawab hukum dalam kaitan dengan keuangan, misalnya akuntan harus bertanggung jawab atas hasil pembukuan, sedangkan *responsibility* adalah tanggung jawab dalam memikul beban. Tanggung jawab dalam arti *liability* adalah kewajiban menanggung atas kerugian yang diderita. Tanggung jawab dalam arti *responsibility* juga diartikan sebagai sikap moral untuk melaksanakan kewajibannya, sedangkan tanggung jawab dalam arti *liability* adalah sikap hukum untuk mempertanggungjawabkan pelanggaran atas kewajibannya atau pelanggaran atas hak.²³

²¹ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000, Hlm. 55.

²² Ibid hlm 60.

²³ Zainal Asikin dkk, *Pengantar Hukum Perusahaan*, Prenada Media Group, 2016, hlm 252.

3. Teori Perlindungan Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen menurut Az. Nasution didefinisikan sebagai seperangkat prinsip dan hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak mengenai barang dan/atau jasa yang dikonsumsi dalam kehidupan bermasyarakat.²⁴

Perlindungan konsumen berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, perlindungan diri dan kemandirian konsumen, serta meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan mencegah akses negatif terhadap penggunaan barang dan jasa, dengan memperkuat perlindungan diri konsumen yang teguh dalam menentukan pilihan, menetapkan dan melaksanakan hak konsumen, menetapkan sistem perlindungan konsumen meliputi unsur kepastian hukum, keterbukaan dan akses informasi, meningkatkan kesadaran antar sektor ekonomi akan pentingnya perlindungan konsumen dan meningkatkan kualitas barang dan jasa untuk mendorong sikap jujur dan bertanggung jawab dalam perekonomian, menghasilkan barang dan jasa untuk menjamin kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen secara berkesinambungan.²⁵

Sebagai dasar penetapan hukum, asas perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, dinyatakan sebagai berikut :²⁶

- a. Asas Manfaat
- b. Asas Keadilan

²⁴ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000. hlm. 95.

²⁵ Lihat Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

²⁶ Lihat Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen

- c. Asas Keseimbangan
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan
- e. Asas Kepastian Hukum.

4. Teori Ekspedisi

Perusahaan ekspedisi juga dikenal sebagai *forwarding agen*, dengan kata lain perusahaan yang menyediakan layanan untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, dan mengirimkan barang.

Perusahaan jasa ekspedisi adalah perusahaan yang menangani pengiriman paket barang, dan setiap pelanggan wajib membayar biaya pengiriman sesuai dengan tujuan.²⁷

Tindakan mendistribusikan barang dan jasa kepada produsen dan pelanggan disebut sebagai pengiriman, tindakan menangani barang atau jasa adalah manfaat yang didasarkan pada pengiriman sebelumnya. Distributor adalah seseorang yang menangani tugas pengiriman, distributor menghubungkan kegiatan produksi dan konsumsi.²⁸

Pengertian Jasa Pengiriman Menurut Moenir, pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok individu secara fisik melalui sejumlah sistem, prosedur dan metode dalam rangka memuaskan kepentingan orang lain. yang sesuai dengan haknya.²⁹ Pengertian pengirim terdapat dalam Pasal 86 Ayat (1) KUHD, yaitu:³⁰

“Ekspediter adalah seseorang yang pekerjaannya menyuruh orang lain untuk

²⁷ Ibid hal 12

²⁸ Suction Usman Adji, *Hukum Pengangkutan Di Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta. 1991, hal. 6-7.

²⁹ Ibid hal 15.

³⁰ Lihat Pasal 86 ayat (1) KUHD

menyelenggarakan pengangkutan barang-barang dagangan dan barang-barang lain di darat atau di perairan”.

Adapun tanggung jawab perusahaan ekspedisi diatur dalam Pasal 88 KUHD menyatakan bahwa :

“ia (ekspediter) juga harus menanggung kerusakan atau kehilangan barang-barang dagangan dan barang-barang sesudah pengirimannya dibebankan oleh kesalahan atau keteledorannya”.

Karakteristik perusahaan ekspedisi menurut Griffin karakteristik jasa terbagi menjadi:

- a. *Intangibility* (Tidak Berwujud);
- b. *Restorability* (Tidak Dapat Disimpan);
- c. *Customization, Intangibility* (tidak berwujud);
- d. *Inseparability* (tidak terpisahkan);
- e. *Variability* (bervariasi);
- f. *Perishability* (tidak bertahan lama).

5. Teori Transaksi Elektronik

Internet dikenal dengan istilah *cyberspace*, sering diartikan dalam bahasa Indonesia sebagai dunia maya. Saat ini, teknologi informasi yang berkaitan dengan dunia maya telah digunakan di banyak bidang kehidupan.³¹

Menurut Wiradipradja dan Budhijanto “Sistem dan teknologi informasi telah digunakan di banyak bidang kehidupan, mulai dari perdagangan (*e-commerce*),

³¹ E.S. Wiradipradja dan D. Budhijanto, Perspektif Hukum Internasional tentang Cyber Law, dalam Kantaatmadja, et al, Cyberlaw : Suatu Pengantar, Elips 11, Jakarta, 2002, hlm.88.

pendidikan (*e-education*), medis (*telemedicine*), telekomunikasi, transportasi, industri, pariwisata, lingkungan hingga sektor hiburan, bahkan kini muncul di sektor pemerintahan (*e-Government*)”.³²

Perdagangan elektronik, pertukaran barang dan jasa dengan menggunakan internet atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* beroperasi pada prinsip dasar yang sama dengan perdagangan konvensional, yaitu pembeli dan penjual berinteraksi secara fisik untuk bertransaksi bisnis, pembeli dan penjual bertransaksi berbisnis di sosial media.³³

Dalam transaksi penjualan elektronik, para pihak melakukan hubungan hukum dalam bentuk kontrak atau perjanjian, hal ini juga dilakukan secara elektronik dan disebut kontrak elektronik menurut Pasal 1 Angka (17) UU ITE. artinya, kontrak yang dicatat dalam dokumen elektronik atau terkandung dalam media elektronik. Karena kemudahan komunikasi elektronik, perdagangan mulai siapapun dapat berdagang dengan kenyamanan teknologi informasi.³⁴

Pelaksanaan transaksi elektronik dapat dilakukan baik di tempat umum maupun pribadi, dalam dunia *e-commerce* terdapat dua pelaku yaitu pelaku usaha atau agen komersial yang menjual dan konsumen yang bertindak sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan konsumen, pemasok sebagai operator internet dan bank sebagai lembaga pembayaran juga ikut serta dalam transaksi jual beli melalui sarana elektronik.³⁵

³² Ibid hlm 90

³³ Ibid

³⁴ Lihat Pasal 1 butir 17 UU ITE

³⁵ Ibid

F. Langkah-Langkah Penelitian

Penulis menggunakan langkah-langkah penelitian yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode deskriptif analitis, yakni menggambarkan perundang-undangan yang berlaku dengan menghubungkan hukum positif yang berlaku terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, fakta-fakta dianalisis untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh, faktual, dan sistematis mengenai perlindungan hukum untuk pengguna jasa pengiriman barang untuk umum menurut undang-undang yang berlaku, kemudian dianalisis menggunakan teori-teori hukum dan fakta yang terjadi berdasarkan permasalahan yang sedang diteliti oleh penulis.

2. Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data kualitatif. Kualitatif merupakan jenis data yang diperoleh berdasarkan hasil observasi atau wawancara ke instansi terkait atas pertanyaan yang diajukan sebagai masalah yang dirumuskan dan sebagai tujuan dari perumusan.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

a. Sumber Data Hukum Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber primer yaitu masyarakat atau pemangku kepentingan berupa hasil wawancara atau observasi dengan responden mengenai kinerja tanggung jawab perusahaan

ekspedisi apabila terjadi kehilangan barang konsumen yang dipesan melalui media sosial.

Pada penelitian ini, penulis memperoleh data dari kepala gudang perusahaan ekspedisi ANTERAJA cabang Cileunyi yaitu Bapak Cuncun yang berlokasi di Komplek Bumi Panyawangan, Cileunyi, dan Ibu Widhi selaku konsumen yang pesanannya pernah hilang dalam proses pengiriman yang berlokasi di kediamannya Cimekar Cileunyi.

b. Sumber Data Hukum sekunder

Sumber data sekunder yaitu data yang berupa peraturan Perundang-Undangan yang terdiri dari:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 2) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen;
- 3) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2007 tentang RPJPN (*Rencana Pembangunan Jangka Panjang nasional*);
- 4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Yang direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016;
- 5) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Asuransi;
- 6) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik;
- 7) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui sistem Elektronik.

c. Sumber Data Tersier

Data yang diperoleh melalui bahan pustaka, berupa alat bukti hukum, kamus

hukum, ensiklopedia hukum, serta dokumen-dokumen terkait dan dapat memberikan penjelasan dari sumber data primer dan sekunder.

4. Jenis Data

Untuk memperoleh data yang sesuai dan mencakup permasalahan yang diteliti, maka dalam penulisan ini menggunakan jenis data sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer dikumpulkan dari kasus yang sedang diamati, diperoleh dari masyarakat yang aktif berbelanja *online* melalui media sosial, dengan wawancara yang berupa kerangka pertanyaan-pertanyaan dan mengadakan tanya jawab secara sistematis yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti, selain itu wawancara dilakukan dengan Bapak Cuncun selaku kepala gudang perusahaan ekspedisi ANTERAJA cabang Cileunyi.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder dikumpulkan dengan menelusuri dan menganalisis peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pelaksanaan pertanggungjawaban perusahaan ekspedisi terhadap kehilangan barang pesanan konsumen melalui media sosial.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier didapatkan melalui bahan pustaka yang berhubungan dengan objek penelitian yang diperoleh dari buku-buku hukum, artikel ilmiah ataupun kamus hukum.

5. Teknik Pengumpulan Data

Studi Lapangan sebagai bahan utama dalam penelitian, yaitu data yang

diperoleh dari hasil penelitian secara langsung pada objek penelitian adalah dengan cara:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara mengamati secara langsung subjek yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dengan tujuan untuk memperoleh data yang komprehensif tentang perilaku manusia atau sekelompok orang seperti perilaku yang terjadi dalam kenyataan dan diperoleh secara relatif lengkap. Untuk itu maka nantinya peneliti akan melakukan observasi kepada masyarakat yang aktif dalam berbelanja *online* dalam media sosial, serta akan melakukan observasi kepada perusahaan ekspedisi ANTERAJA cabang Cileunyi.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan narasumber bersangkutan dan dianggap berpengetahuan untuk mengklasifikasi data. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Cuncun selaku kepala gudang perusahaan ekspedisi ANTERAJA yang berlokasi di Bumi Panyawangan dan Saudari Widhi selaku konsumen yang dirugikan di kediamannya Cimekar Cileunyi.

6. Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang berlangsung setelah data terkumpul adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data (*collecting data*)

Langkah pertama yaitu dengan mengumpulkan data dari *responden* atau

narasumber, pengumpulan data ini bisa menggunakan kuesioner atau lainnya.

b. Identifikasi Data

Data yang dikumpulkan dari peraturan yang berlaku dan wawancara yang dilakukan kemudian diidentifikasi.

c. Klasifikasi Data

Setelah data diidentifikasi sesuai dengan masalah yang diteliti, kemudian diklasifikasikan menurut jenis data yang ditemukan.

d. Analisis data

Setelah data diklasifikasikan, data dianalisis menggunakan metode yang ditentukan.

7. Lokasi Penelitian

a. Lokasi Lapangan

Penelitian ini dilakukan di perusahaan ekspedisi ANTAREJA cabang Cileunyi, yang berlokasi di Komplek Bumi Panyawangan.

b. Lokasi Perpustakaan

Penelitian ini dilakukan Perpustakaan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yang berlokasi di Jl. A.H Nasution No 105 Cipadung, Cibiru, Bandung.

