

**IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGIRIMAN BARANG BERHARGA
ATAU DOKUMEN OLEH PT. POS INDONESIA**

SKRIPSI

OLEH:

**RIDHA RABITHA
NPM: 13.840.0183**



**UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS HUKUM
M E D A N
2 0 1 8**

**IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGIRIMAN BARANG BERHARGA
ATAU DOKUMEN OLEH PT. POS INDONESIA**

SKRIPSI

OLEH:

**RIDHA RABITHA
NPM: 13.840.0183**

*Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum Pada Fakultas Hukum
Universitas Medan Area*

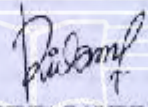
**UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS HUKUM
M E D A N
2 0 1 8**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 13 September 2018


RIDHA RABITHA
NPM: 13.840.0183

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999
Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap
Pengiriman Barang Berharga Atau Dokumen Oleh PT.
Pos Indonesia)

Nama : RIDHA RABITHA

NPM : 13. 840. 0183


Bidang : Hukum Perdata

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


H. Abdul Lawali, Hsb, SH, MH


Anggreini Atmei Lubis, SH, M.Hum

DEKAN



(Dr. Rizkan Zulyadi, SH, MH)

Tanggal Lulus: 13 September 2018

ABSTRAK
IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGIRIMAN BARANG
BERHARGA ATAU DOKUMEN OLEH PT. POS INDONESIA

Oleh:

RIDHA RABITHA
NPM: 13.840.0183

Penyelenggaraan pos merupakan perwujudan dan fungsi pengangkutan, yaitu memindahkan barang atau orang dari satu tempat ke tempat lainnya, dengan maksud untuk meningkatkan daya guna dan nilai antar bangsa. Penyelenggaraan pos diarahkan untuk menunjang pembangunan dengan memperlancar pelayanan yang sebaik mungkin bagi masyarakat di seluruh tanah air dan memperlancar kerja sama dalam hubungan antar bangsa. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap pengiriman barang berharga atau dokumen oleh PT. POS Indonesia dan bagaimana bentuk penyelesaian sengketa pelaku usaha jika terjadi kerugian terhadap konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Metode pengumpulan data adalah mempergunakan 2 (Dua) metode: Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) yaitu dengan melakukan penelitian terhadap berbagai sumber bacaan yaitu buku-buku, majalah hukum, pendapat para sarjana, peraturan undang-undang Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Undang-Undang No.38 Tahun 2009 tentang Pos. Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan melakukan kelapangan dalam hal ini peneliti langsung melakukan studi pada PT. Pos Indonesia dengan mengambil data terkait tentang permasalahan peneliti. Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap pengiriman barang berharga atau dokumen oleh PT. POS Indonesia adalah sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 tahun 1999 yaitu Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Bentuk penyelesaian sengketa pelaku usaha jika terjadi kerugian terhadap konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 7 adalah Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Pasal 28 Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 tentang Pos, bahwa pengguna layanan pos berhak menerima ganti rugi apabila terjadi kehilangan kiriman, kerusakan isi paket, keterlambatan kiriman atau ketidaksesuaian antara barang yang dikirim dan yang diterima

Kata Kunci : Pengiriman Pos, Perlindungan Konsumen

ABSTRACT
**IMPLEMENTATION OF LAW NO. 8 OF 1999 CONCERNING THE
PROTECTION OF CONSUMERS ON DELIVERY OF SECURITIES OF
GOODS OR DOCUMENTS BY PT. INDONESIAN POST**

BY:
RIDHA RABITHA
NPM: 13.840.0183

Postal delivery is the embodiment and function of transportation, ie moving goods or people from one place to another, with a view to improving the usability and value among nations. The organization of the post is directed to support development by strengthening the best service possible for the people throughout the country and strengthening cooperation in relations between nations. The problem in this research is how the implementation of Law no. 8 of 1999 concerning consumer protection against the delivery of valuables or documents by PT. POS Indonesia and how the dispute settlement of business actors in case of loss to consumers according to the Consumer Protection Act. The method of data collection is using 2 (Two) methods: Library Research (Library Research) is by doing research on various sources of reading that is books, legal magazines, the opinions of scholars, laws law Civil Code Act No. 8 of 1999 on consumer protection and Law No.38 of 2009 on Post. Field Research (Field Research) is by doing spaciousness in this case researchers directly conduct studies at PT. Pos Indonesia by taking related data about the researcher's problem. Implementation of Law no. 8 of 1999 concerning consumer protection against the delivery of valuables or documents by PT. POS Indonesia is in conformity with Article 4 of Law no. 8 of 1999 namely Right to comfort, security and safety in consuming goods and / or services, Right to choose goods and / or services and obtain goods and / or services according to exchange rate and promised condition and guarantee. Right to right, clear and honest information about the condition and guarantee of goods and / or services. The right to be heard of opinions and complaints on goods and / or services used. The right to appropriate advocacy, protection, and dispute resolution efforts for consumer protection. Form of dispute settlement of business actors in case of loss to consumers according to the Consumer Protection Law Article 7 is to provide compensation, indemnification and or compensation for losses arising from the use, use and utilization of traded goods and or services. Provide compensation, indemnity and / or reimbursement if the goods and / or services received or utilized are not in accordance with the agreement. Article 28 of Law no. 38 of 2009 concerning Posts, that postal service users shall be entitled to indemnification in the event of a loss of mail, damage to the contents of the parcel, the delay of the item or the inconsistency between the goods delivered and the received.

Keywords: Postal Delivery, Consumer Protection

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas perkenanNya telah memberikan karuniaNya berupa kesehatan dan kelapangan berpikir kepada penulis, sehingga tulisan ilmiah dalam bentuk skripsi ini dapat juga terselesaikan. Skripsi ini berjudul **“Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pengiriman Barang Berharga Atau Dokumen Oleh PT. Pos Indonesia”**.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Medan Area. Skripsi ini menggambarkan perlindungan konsumen yang mengirim barang berharga atau dokumen melalui PT. Pos Indonesia.

Secara khusus, penulis menghaturkan sembah sujud dan mengucapkan rasa terima-kasih tiada terhingga kepada kedua orang tua, Ibunda Fridayanti Norman dan Ayahanda Drs. Zukri Syukur yang telah memberikan pandangan kepada penulis betapa pentingnya ilmu dalam kehidupan. Semoga kasih-sayang mereka tetap menyertai penulis, serta semua pihak yang telah mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, petunjuk, arahan dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan yang berbahagia ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk

mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area.

2. Bapak Dr. Rizkan Zulyadi, SH, MH, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Medan Area, atas kesempatan yang diberikan untuk dapat menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
3. Bapak H. Abdul Lawali, Hsb, SH, MH, selaku Dosen Pembimbing I Penulis,
4. Ibu Anggreini Atmei Lubis, SH, M.Hum selaku Wakil Dekan Bidang Akademik sekaligus Dosen Pembimbing II Penulis,
5. Bapak Zaini Munawir, SH, M.Hum, selaku Ketua Bidang Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Medan Area,
6. Bapak Ridho Mubarak, SH, MH, selaku sekertaris seminar outline Penulis,
7. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Hukum Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu dan wawasan pengetahuan kepada penulis selama kuliah pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
8. Seluruh staf administrasi yang telah membantu penulis selama kuliah pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
9. Semua teman-teman Nova Ariska S.H, Cintya Putri Ayu, M. Zufri Liando lubis, Rifky Dimas, dan seluruh rekan-rekan mahasiswa angkatan 2013 yang telah memberikan motivasi dan kerja sama dengan penulis selama kuliah pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
10. PT. Pos Indonesia beserta jajarannya yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk memperoleh dan menggali data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, atas segala budi baik semua pihak kiranya mendapat lindungan Tuhan dan semoga ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dapat berguna untuk kepentingan dan kemajuan Agama, Bangsa dan Negara.

Demikianlah penulis niatkan, semoga tulisan ilmiah penulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 13 September 2018
Penulis



RIDHA RABITHA

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR SINGKATAN..... vi

BAB I	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Identifikasi Masalah	10
1.3	Pembatasan Masalah	11
1.4	Perumusan Masalah.....	11
1.5	Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1	Tujuan Penelitian.....	12
1.5.2	Manfaat Penelitian.....	12
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1	Tinjauan Tentang Konsumen	14
2.1.1	Pengertian Konsumen.....	14
2.1.2	Hak dan Kewajiban Konsumen	15
2.1.3	Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen	18
2.2	Tinjauan Tentang PT. POS Indonesia	23
2.2.1	Sejarah PT. POS Indonesia.....	23
2.2.2	Dasar Hukum PT. POS Indonesia	26
2.1.3	Produk-Produk PT. POS Indonesia	28

2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.4	Hipotesis	34
BAB III	METODE PENELITIAN	36
3.1	Jenis, Sifat, Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.1.1	Jenis Penelitian	36
3.1.2	Sifat Penelitian	37
3.1.3	Lokasi Penelitian	37
3.1.4	Waktu Penelitian	37
3.2	Teknik Pengumpulan Data	38
3.3	Analisis Data	39
BAB IV	HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN	40
4.1	Faktor-Faktor Penyebab Keluhan Konsumen Terhadap PT. POS Indonesia	40
4.2	Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pengiriman Barang Berharga Atau Dokumen Oleh PT. POS Indonesia	47
4.3	Bentuk Penyelesaian Sengketa Pelaku Usaha Jika Terjadi Kerugian Terhadap Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen	53
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR SINGKATAN

1. AMPTT : Angkatan Muda Pos, Telegram dan Telepon
2. BPSK : Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen
3. BUMN : Badan Umum Milik Negara
4. KUHPer : Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
5. Perjan : Perusahaan Jawatan
6. Perum : Perusahaan Umum
7. Persero : Perusahaan Perseroan
8. PN. Postel : Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi
9. PT : Perseroan Terbatas
10. PTT : Pos, Telegram dan Telepon
11. SDM : Sumber Daya Manusia
12. SOPP : *Sistem Online Payment Point*
13. UUPK : Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Tabel

No	Kegiatan	Bulan																Keterangan				
		Agustus-September 2017				Januari-Februai 2018				Maret-April 2018				Mei-Juni 2018					Juli-Agustus 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4
1	Seminar Proposal	■	■	■	■																	
2	Perbaikan Proposal					■	■															
3	Acc Perbaikan							■	■													
4	Penelitian									■	■											
5	Penulisan Skripsi											■	■									
6	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■					
7	Seminar Hasil																	■	■			
8	Meja Hijau																		■	■	■	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan masyarakat yang sedang berkembang seperti sekarang ini, kebutuhan manusia akan semakin kompleks jika dibandingkan dengan kebutuhan manusia pada zaman dahulu dimana manusia hanya membutuhkan makan dan tempat tinggal untuk kelangsungan hidup sendiri dan keluarganya. Sebagai suatu proses dinamis, pendidikan akan senantiasa berkembang dari waktu ke waktu sesuai dengan perkembangan yang terjadi dilingkungan pada umumnya.¹

Pelayanan umum (*public service*) memang sarat dengan berbagai masalah, apalagi jangkauannya sendiri sangat luas meliputi sektor profit maupun nonprofit. Sedemikian luas jangkauannya sehingga tidak mudah mendeskripsikan persepsi masyarakat terhadap pelayanan umum. Adanya perbedaan persepsi itu memang wajar sebagai konsekuensi sudut pandang yang berbeda-beda, namun bukannya tidak dapat dipertemukan. Persepsi itu sendiri, sebenarnya tidak lain pemahaman atau pengertian seseorang terhadap sesuatu hal.²

Luasnya jangkauan pelayanan umum menunjukkan betapa tidak mudahnya memberikan gambaran persepsi yang utuh terhadap pelayanan umum. Persepsi yang disampaikan masyarakat bisa baik, cukup, atau buruk, namun untuk menentukan

¹Syamsul Arifin, 2012.*Metode Penulisan Karya Ilmiah dan Penelitian Hukum*, Medan Area University Press. Hal.1

² Yusuf Shofie, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Bandung : Citra Aditya Bakti. Hal. 179.

persepsi demikian, diperlukan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan karakteristik jasa/pelayanan yang bersangkutan serta produk hukum/perundang-undangan yang mengaturnya.

Permasalahan pelayanan umum dari sudut masyarakat, khususnya konsumen yang memperoleh dan menggunakan pelayanan umum yang tersedia dengan nilai tukar yang diberikannya dalam bentuk tarif atau biaya. Uraianya tidak mungkin menjangkau berbagai sektor pelayanan umum yang tersedia. Pekerjaan berat ini menjadi tanggung jawab bersama, sebab menyangkut citra negara dan bangsa pada skala nasional dan internasional.³

Perkembangan dunia dewasa ini ditandai dengan arus globalisasi di segala bidang yang membawa dampak cukup besar bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Tingkat perkembangan ekonomi dunia dewasa ini ditandai dengan globalisasi di segala bidang yang diiringi pula oleh tingginya tingkat mobilitas penduduk, lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan serta semakin pesatnya pertarungan bisnis. Di sisi lain beban tugas pemerintah semakin berat karena semakin tingginya tuntutan peningkatan kesejahteraan rakyat.

Kemajuan dalam bidang teknologi ini juga menimbulkan kemajuan dalam bidang dunia jual beli atau dunia usaha, tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi sangat membantu dalam dunia jual beli, baik itu dari pihak pelaku usaha maupun konsumen.

³ *Ibid.*, Hal. 181.

Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁴

Didalam dunia jual beli banyak pedagang yang melakukan cara-cara yang illegal atau cara yang curang sehingga menguntungkan si pelaku usaha dan merugikan konsumen. Oleh sebab itu Indonesia mempunyai undang-undang yang dimana undang-undang itu dipergunakan untuk melindungi konsumen dari para pelaku usaha yang melakukan cara-cara curang untuk memperdagangkan barang dagangannya.

Konsumen seringkali berada pada posisi yang lemah, oleh sedangkan, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan karena itu ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Jadi sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya.⁵

⁴ Pasal 1, Angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁵ Kristiyanti Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, Hal. 13

Konsumen seringkali menjadi objektivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sangat besar melalui kiat promosi dan cara penjualan yang merugikan konsumen.⁶

Perlindungan Konsumen diatur dalam Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UUPK), di dalam Pasal 1 ayat 1 perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁷

Undang-Undang yang mengatur perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha. Undang-undang perlindungan konsumen justru bisa mendorong iklim usaha yang sehat serta mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan yang ada dengan menyediakan barang/jasa yang berkualitas.⁸

Salah satu kebutuhan hidup yang tak kalah penting di era globalisasi ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting.

Berdasarkan kenyataan tersebut banyak bermunculan jasa pengiriman barang swasta, sedangkan jasa pengiriman pemerintah dari dahulu sampai sekarang hanya satu, yaitu PT. Pos Indonesia (Persero).

⁶ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, Hal. 12

⁷ Pasal 1, Angka 1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁸ Susanto Happy, 2008, *Hak-hak Konsumen jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, Hal 2

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 “Pos adalah layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos untuk kepentingan umum”.

Penyelenggaraan pos merupakan perwujudan dan fungsi pengangkutan, yaitu memindahkan barang atau orang dari satu tempat ke tempat lainnya, dengan maksud untuk meningkatkan daya guna dan nilai antar bangsa. Penyelenggaraan pos diarahkan untuk menunjang pembangunan dengan mempererat pelayanan yang sebaik mungkin bagi masyarakat di seluruh tanah air dan mempererat kerja sama dalam hubungan antar bangsa.⁹

Pos merupakan organisasi yang besar dalam pelayanan lalu lintas berita, uang dan barang. Pos mulai beroperasi ribuan tahun yang lalu dan sekarang pos merupakan jaringan yang vital di setiap negara. Sepanjang sejarah manusia, pelayanan pos merupakan salah satu jenis pelayanan komunikasi yang paling tua.

Pada dasarnya keberadaan PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan bagian integral dari pembangunan nasional, yaitu mempercepat pembangunan melalui pembangunan jaringan komunikasi antar daerah. Oleh karena itu pos merupakan sarana komunikasi dan informasi yang mempunyai peran penting dan strategis dalam mendukung pelaksanaan pembangunan, mendukung persatuan dan kesatuan,

⁹ H.M.N, Purwosutjipto, 2013, *Pengertian Pokok Hukum Dgang Indonesia 3: Hukum Pengangkutan*, Jakarta. Rajawali Pers. Hal. 2

mencerdaskan kehidupan bangsa, mendukung kegiatan ekonomi, serta meningkatkan hubungan antarbangsa.¹⁰

PT Pos Indonesia adalah Perusahaan BUMN, yang pertama dibentuk di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.¹¹

PT. Pos Indonesia (Persero) melayani komunikasi bagi semua penduduk di seluruh wilayah nusantara dengan luas wilayah sekitar 5.000.000 km yang terdiri dari 17.508 pulau dengan luas daratan kurang lebih 2.000.000 km yang menjangkau kurang lebih 35.000 titik antar. Sarana komunikasi pos yang digunakan, pembangunannya relatif mudah, murah dan dalam waktu singkat dibandingkan keberhasilannya dalam memberikan pelayanan dalam masyarakat, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan hubungan antara bangsa. Selain itu pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persero) mampu memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa serta mempererat hubungan antar bangsa.

Kehidupan lingkungan bisnis mengalami perubahan dari waktu ke waktu, para pelaku bisnis dituntut agar mampu menyesuaikan diri menghadapi perubahan-

¹⁰Pertimbangan huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos

¹¹ <http://www.posindonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/sejarah-pos> Diakses Sabtu 7 Maret 2018 Pukul. 11.00 Wib

perubahan tersebut. Adanya perubahan iklim bisnis tersebut, PT. Pos Indonesia (Persero) mengalami tantangan yang cukup berat ditandai dengan menurunnya citra perusahaan yang berdampak pada menurunnya kinerja laba sejak tahun 1999 sampai dengan 2017.

Setidak-tidaknya terdapat dua hal yang menyebabkan kondisi ini yaitu pertama, munculnya usaha sejenis sebagai pesaing seperti usaha perbankan serta usaha swasta yang telah menggunakan teknologi informasi yang lebih modern sehingga mampu memberikan pelayanan yang lebih baik. Kedua, kurangnya upaya internal perusahaan dalam rangka menjaga *brand imagenya*.¹²

Seiring dengan kendala diatas, maka PT. Pos Indonesia (Persero) melakukan perubahan-perubahan terhadap kegiatan bisnis mereka. Salah satunya PT. Pos Indonesia (Persero) memberikan produk baru yang benar-benar bisa menjamin kiriman dapat diterima di tempat tujuan secara cepat akurat ini, tidak kalah saing dengan layanan jasa yang ditawarkan oleh pihak swasta.

Mengingat PT. Pos Indonesia (Persero) bergerak dalam bidang jasa, maka faktor penting yang patut diperhatikan adalah kepercayaan pengguna jasa, dimana mereka menggunakan jasa pos karena mereka percaya bahwa barang atau kiriman yang mereka kirim melalui jasa pos akan sampai dengan selamat di tempat tujuan dengan tepat waktu. Hal tersebut berhubungan erat dengan tanggung jawab PT. Pos

¹² Panduan Praktis Marketing Communications PT. Pos Indonesia, Hal. 1

Indonesia (Persero) dalam memberikan pelayanan jasa berupa pengiriman paket pos.¹³

Pasal 30 Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 tentang Pos menyebutkan “Penyelenggara Pos wajib menjaga kerahasiaan, keamanan, dan keselamatan kiriman”.

Pasal 31

- 1) Penyelenggara Pos wajib memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh pengguna layanan pos akibat kelalaian dan/atau kesalahan Penyelenggara Pos.
- 2) Tuntutan ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku jika kehilangan atau kerusakan terjadi karena bencana alam, keadaan darurat, atau hal lain di luar kemampuan manusia.
- 3) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh Penyelenggara Pos sesuai kesepakatan antara pengguna layanan pos dan Penyelenggara Pos.
- 4) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak ditanggung oleh Penyelenggara Pos apabila:
 - a. Kerusakan terjadi karena sifat atau keadaan barang yang dikirim; atau
 - b. Kerusakan terjadi karena kesalahan atau kelalaian pengguna layanan pos.
- 5) Tenggang waktu dan persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara Penyelenggara Pos dan pengguna layanan pos.
- 6) Barang yang hilang dan ditemukan kembali diselesaikan berdasarkan kesepakatan antara Penyelenggara Pos dan pengguna layanan pos.

PT. Pos Indonesia (Persero) melalui jajarannya melaksanakan kewajibannya untuk mengantarkan paket pos, berusaha memberikan pelayan yang terbaik kepada masyarakat, tetapi dalam kenyataannya tetap ada pelaksanaan pelayanan pos yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini membuat pengguna jasa PT. Pos Indonesia (Persero) dirugikan karena paket pos atau surat pos yang bersangkutan mempunyai arti penting atau tidak diperhatikannya hak dari pengguna jasa pos

¹³ *Ibid*

dengan adanya perjanjian yang sudah ditetapkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) itu sendiri, yang mau tidak mau harus diikuti oleh pengguna jasa pos.

Adapun bentuk pelayanan yang merugikan itu adalah paket pos terlambat, rusak, atau hilang, dimana keadaan itu semua disebabkan oleh faktor-faktor negatif dalam keadaan biasa maupun dalam keadaan luar biasa.

Menurut Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, faktor utama yang menjadi penyebab eksploitasi terhadap konsumen sering terjadi adalah masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya. Hal tersebut tentunya berkaitan erat dengan rendahnya pendidikan konsumen.

Jika dilihat lebih lanjut, konsumen ternyata hanya diharapkan pada persoalan lemahnya kesadaran dan ketidakmengertian (pendidikan) mereka terhadap hak-haknya sebagai konsumen. Hak-hak yang dimaksud, misalnya bahwa konsumen ternyata tidak memiliki *bargaining position* (posisi tawar) yang berimbang dengan pihak pelaku usaha. Hal ini terlihat sekali pada perjanjian baku yang tidak informatif dan tidak bisa ditawar-tawar lagi.¹⁴

Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan melindungi konsumen secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, hukum ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab.¹⁵

¹⁴ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani *Op Cit* Hal. 3

¹⁵ Kristiyanti Celina Tri Siwi Kristiyanti *Op Cit* Hal. 98

Di Indonesia dasar hukum yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan adalah:

1. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 dan Pasal 33.
2. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
4. Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
5. Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
6. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 tentang penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada seluruh Dinas Indag Prov/Kab/Kota.
7. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Perlindungan Konsumen merupakan konsekuensi dan bagian dari kemajuan teknologi dan industri. Kemajuan teknologi dan industri tersebut ternyata telah membuat perbedaan antara pola hidup masyarakat tradisional dan masyarakat modern

.masyarakat tradisional dalam memproduksi barang-barang kebutuhan konsumen secara sederhana, dan hubungan antara konsumen dan masyarakat secara relative masih sederhana, dimana konsumen dan produsendapat bertatap muka secara langsung.¹⁶

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama terlebih lagi masih banyak masyarakat Indonesia yang memang tidak tahu-menahu apa hak yang harus diperolehnya ketika membeli suatu barang dari pelaku usaha. Padahal didalam Undang-Undang No 8 tahun 1999 tercantum jelas apa-apa saja hak dan kewajiban dari pihak konsumen maupun pelaku usaha.

Oleh karena iitu, PT. Pos Indonesia harus senantiasa selalu memberikan perlindungannya dan melaksanakan tanggung jawabnya kepada konsumen agar hak-hak konsumen dapat terlindungi.

Berdasarkan hal-hal diatas, penulis tertarik untuk memilih topik tentang **“Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pengiriman Barang Berharga Atau Dokumen Oleh PT. Pos Indonesia)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Pengaturan hukum tentang ganti rugi keterlambatan atau kerusakan pengiriman barang melalui PT. Pos Indonesia.

¹⁶ Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Kencana, Hal 2

2. Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap pengiriman barang berharga atau dokumen oleh PT. Pos Indonesia.
3. Bentuk penyelesaian sengketa pelaku usaha jika terjadi kerugian terhadap konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
4. Faktor-faktor penyebab keterlambatan pengiriman barang melalui PT. Pos Indonesia.
5. Proses pengiriman barang atau dokumen berharga melalui PT. Pos Indonesia.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah berkaitan dengan masalah yang telah di identifikasikan. Maka peneliti membatasi permasalahan yang akan dibahas agar penelitian tidak terlalu luas kepada aspek-aspek yang jauh dari relevan, berdasarkan latar belakang tentang Implementasi perlindungan konsumen ditinjau dari Undang-Undang No. 8 tahun 1999 terhadap konsumen yang melakukan pengiriman barang melalui PT. Pos Indonesia. Maka.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap pengiriman barang berharga atau dokumen oleh PT. Pos Indonesia ?
2. Bagaimana bentuk penyelesaian sengketa pelaku usaha jika terjadi kerugian terhadap konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap pengiriman barang berharga atau dokumen oleh PT. Pos Indonesia.
2. Untuk mengetahui Bentuk penyelesaian sengketa pelaku usaha jika terjadi kerugian terhadap konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang peneliti lakukan ini antara lain :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk melahirkan beberapa konsep ilmiah yang pada gilirannya akan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu hukum perdata khususnya mengenai perlindungan konsumen dan hak ganti rugi terhadap pengiriman barang melalui PT. Pos Indonesia.

2. Secara praktis

Bahan-bahan yang diperoleh dari studi dan penelitian akan sangat berharga sekali bagi perumusan politik hukum yang tepat dan serasi atau dalam bidang hukum yang terkait yaitu sebagai berikut:

- a. Sebagai pedoman dan masukan bagi semua pihak terutama masyarakat, dan pelaku usaha agar lebih berhati-hati dalam mengirim dokumen yang berharga .
- b. Sebagai bahan informasi semua pihak yang berkaitan dan kalangan akademis untuk menambah wawasan dalam bidang hukum keperdataan dalam hal ini dikaitkan dengan perlindungan konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Tinjauan Tentang Konsumen

1.1.1. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/Konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen).¹ Setiap orang yang menggunakan barang. Pengertian Yuridis formal ditemukan dalam Pasal 1 angka (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dinyatakan bahwa:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Menurut Pasal 1 angka (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dikenal istilah Konsumen akhir dan Konsumen antara. Konsumen akhir adalah “penggunaan atau pemanfaatan akhir dari suatu produk”, sedangkan Konsumen antara adalah “Konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi lainnya”. Maka dapat disimpulkan bahwa pengertian Konsumen dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah Konsumen akhir (selanjutnya disebut dengan Konsumen).

¹ Janus, Sidabalok, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung, Citra Aditya Bakti. Hal. 28

Az.Nasution juga mengklasifikasikan pengertian Konsumen menjadi tiga bagian:²

1. Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara yaitu pemakai, pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk diproduksi menjadi barang dan/jasa lain untuk memperdagangkannya (distributor) dengan tujuan komersial. Konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha.
3. Konsumen akhir yaitu, pemakai, pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Konsumen akhir inilah yang dengan jelas diatur perlindungannya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

1.1.2. Hak dan Kewajiban Konsumen

1. Hak Konsumen

Dalam pengertian hukum, umumnya yang dimaksud dengan hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah

²AZ.Nasution, 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta, Diadit Media Hal. 14

tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya.³

Semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara/merawat harta bendanya. Setiap konsumen tidak hanya mempunyai hak yang bisa dituntut dari produsen atau pelaku usaha, tetapi juga kewajiban yang harus dipenuhi atas diri produsen atau pelaku usaha. Hak dan kewajiban tersebut yang tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 adalah Hak Konsumen sebagai berikut:

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

Bob Widyahartono juga menyebutkan bahwa deklarasi hak konsumen yang dikemukakan oleh John F. Kennedy tanggal 15 Maret 1962, menghasilkan empat hak

³ Sudikno Mertokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, Hal. 43.

dasar konsumen (*the four consumer basic rights*) yang meliputi hak-hak sebagai berikut:⁴

- 1) Hak untuk Mendapat dan Memperoleh Keamanan atau *the Right to be Secured*,
- 2) Hak untuk Memperoleh informasi atau *the Right to be informed*,
- 3) Hak untuk Memilih atau *the Right to Choose*,
- 4) Hak untuk Didengarkan atau *the Right to be Heard*.

Konsumen tentunya harus dapat benar-benar mengetahui hak-hak dan kewajiban, dengan tidak diam saja saat hak-hak konsumen sudah jelas dilanggar, hak-hak tersebutpun telah dilindungi oleh negara dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan produk perundang-undangan lainnya, sehingga tidak terjadi hal-hal yang senantiasa merugikan konsumen dan terjalin hubungan yang baik dengan pelaku usaha dimana masing-masing pihak dapat saling menghormati hak dan kewajibannya, hak dari konsumen merupakan kewajiban pelaku usaha, begitu juga sebaliknya, kewajiban konsumen merupakan hak dari pelaku usaha.

2. Kewajiban Konsumen

Konsumen sebagai subyek hukum, selain memiliki hak juga memiliki kewajiban yang harus dilaksanakan. Kewajiban konsumen sebagaimana dijelaskan pada Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah⁵

⁴ Happy Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta Selatan: Visi Media, Hal. 24.

⁵ Pasal 5 Undang- Undang Nomor 8 Tahun tentang Perlindungan Konsumen.

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

Hal ini dimaksud agar konsumen dapat memperoleh hasil yang optimal atas perlindungan dan/atau kepastian hukum bagi dirinya sebagaimana telah diurai di atas bahwa pada pokoknya hak satu pihak terhadap pihak lainnya lahir dari suatu perjanjian tertulis antara konsumen dan pelaku usaha yang sering tidak dapat ditemukan sehingga kebanyakan orang hanya berbicara mengenai pemenuhan kebutuhan konsumen yang digunakan memanfaatkan maupun memakai barang dan/atau jasa yang disediakan untuk pelaku usaha.

1.1.3. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen

1. Prinsip bertanggung jawab berdasarkan kelalaian

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah suatu prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen. Sifat subjektifitas muncul pada kategori bahwa seseorang yang bersikap hati-hati mencegah timbulnya kerugian pada konsumen. Berdasarkan teori tersebut, kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan tuntutan kerugian kepada produsen. Di samping faktor kesalahan dan kelalaian produsen, tuntutan ganti kerugian berdasarkan kelalaian produsen diajukan dengan bukti-bukti, yaitu:⁶

⁶ Ahmadi Miru, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Rajawali Pers, Hal 145

- a. Pihak tergugat merupakan produsen yang benar-benar mempunyai kewajiban untuk melakukan tindakan yang dapat menghindari terjadinya kerugian konsumen.
- b. Produsen tidak melaksanakan kewajiban untuk menjamin kualitas produknya sesuai dengan standar yang aman untuk di konsumsi atau digunakan.
- c. Konsumen penderita kerugian.

Kelalaian produsen merupakan faktor yang mengakibatkan adanya kerugian pada konsumen (hubungan sebab akibat antara kelalaian dan kerugian konsumen).

Berdasarkan teori ini, kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan, manakala memenuhi syarat-syarat berikut;⁷

- 1) Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal.
- 2) Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat.
- 3) Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*Proximate Cause*) dari kerugian yang timbul

Dalam prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian juga mengalami perkembangan dengan tingkat responsibilitas yang berbeda terhadap kepentingan konsumen, yaitu:⁸

⁷ *Ibid*, Hal 147

a) Tanggung Jawab atas Kelalaian dengan Persyaratan Hubungan Kontrak

Teori murni prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah suatu tanggung jawab yang didasarkan pada adanya unsur kesalahan dan hubungan kontrak. Teori ini sangat merugikan konsumen karena gugatan baru dapat diajukan jika telah memenuhi dua syarat, yaitu adanya unsur kesalahan atau kelalaian dan hubungan kontrak antara produsen dan konsumen. Teori tanggung jawab produk berdasarkan kelalaian tidak memberikan perlindungan yang maksimal kepada konsumen, karena konsumen dihadapkan pada dua kesulitan dalam mengajukan gugatan kepada produsen, yaitu, pertama, tuntutan adanya hubungan kontrak antara konsumen sebagai penggugat dengan produsen sebagai tergugat. Kedua, argumentasi produsen bahwa kerugian konsumen diakibatkan oleh kerusakan barang yang tidak diketahui.

b) Kelalaian Dengan Beberapa Pengecualian Terhadap Persyaratan Hubungan Kontrak

Perkembangan tahap kedua teori tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah prinsip tanggung jawab yang tetap berdasarkan kelalaian namun untuk beberapa kasus terdapat pengecualian terhadap persyaratan hubungan kontrak. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa persyaratan hubungan kontrak merupakan salah satu hambatan konsumen untuk mengajukan ganti kerugian kepada produsen. Prinsip ini tidak memihak kepada kepentingan

⁸ Shidarta. 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia . Hal. 35

konsumen, karena pada kenyataannya konsumen yang sering mengalami kerugian atas pemakaian suatu produk adalah konsumen yang tidak memiliki kepentingan hukum dengan produsen.

c) Kelalaian Tanpa Persyaratan Hubungan Kontrak

Setelah prinsip tanggung jawab atas dasar kelalaian dengan beberapa pengecualian terhadap hubungan kontrak sebagai tahap kedua dalam perkembangan substansi hukum tanggung jawab produk, maka tahap berikutnya adalah tahap ketiga yaitu sistem tanggung jawab yang tetap berdasarkan kelalaian, tetapi sudah tidak mensyaratkan adanya hubungan kontrak.

d) Prinsip Paduga Lalai dan Prinsip Bertanggung Jawab dengan Pembuktian Terbaik

Tahap perkembangan terakhir dalam prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah dalam bentuk modifikasi terhadap prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan. Modifikasi ini bermakna, adanya keringanan-keringanan bagi konsumen dalam penerapan tanggung jawab berdasarkan kelalaian, namun prinsip tanggung jawab ini masih berdasarkan kesalahan. Modifikasi ini merupakan masa transisi menuju pembentukan tanggung jawab mutlak.

2. Prinsip Tanggung jawab Berdasarkan Wanprestasi

Selain mengajukan gugatan terhadap kelalaian produsen, ajaran hukum juga memperkenalkan konsumen untuk mengajukan gugatan atas wanprestasi. Tanggung jawab produsen yang dikenal dengan wanprestasi adalah tanggung jawab berdasarkan kontrak. Ketika suatu produk rusak dan mengakibatkan kerugian, konsumen biasanya melihat isi kontrak atau perjanjian atau jaminan yang merupakan bagian dari kontrak, baik tertulis maupun lisan. Keuntungan bagi konsumen dalam gugatan berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak, yaitu suatu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan penjual untuk memenuhi janjinya. Itu berarti apabila produsen telah berupaya memenuhi janjinya tetapi konsumen tetap menderita kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian. Akan tetapi, dalam prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi terdapat beberapa kelemahan yang dapat mengurangi bentuk perlindungan hukum terdapat kepentingan konsumen, yaitu:⁹

- a. Pembatasan waktu gugatan.
- b. Persyaratan pemberitahuan.
- c. Kemungkinan adanya bantahan.
- d. Persyaratan hubungan kontrak, baik hubungan kontrak secara horizontal maupun vertikal.

Gugatan berdasarkan prinsip ini sesungguhnya dapat diterima walaupun tanpa hubungan kontrak, dengan pertimbangan bahwa dalam praktik bisnis modern, proses distribusi dan iklan langsung ditujukan kepada masyarakat (konsumen) melalui media

⁹ *Ibid* Hal. 41

massa. Dengan demikian, tidak perlu ada hubungan kontrak yang mengikat antara produsen dan konsumen.¹⁰

3. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Asas tanggung jawab ini dikenal dengan nama *product liability*. Menurut prinsip ini, produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang beredar dipasaran. Tanggung jawab mutlak *strict liability*, yakni unsur kesalahan tidak perlu dibuktikan oleh pihak penggugat sebagai dasar ganti kerugian, ketentuan ini merupakan *lex specialis* dalam gugatan tentang melanggar hukum pada umumnya. Penggugat (konsumen) hanya perlu membuktikan adanya hubungan klausalitas antara perbuatan produsen dan kerugian yang dideritanya. Dengan diterapkannya prinsip tanggung jawab ini, maka setiap konsumen yang merasa dirugikan akibat produk barang yang cacat atau tidak aman dapat menuntut kompensasi tanpa harus mempermasalahkan ada atau tidanya unsur kesalahan di pihak produsen.

Alasan-alasan mengapa prinsip tanggung jawab mutlak diterapkan dalam hukum tentang *product liability* adalah:¹¹

- a. Diantara korban / konsumen di satu pihak ada produsen di lain pihak, beban kerugian seharusnya ditanggung oleh pihak yang memproduksi.

¹⁰ Ahmadi Miru, *Op. Cit.*, Hal 148

¹¹ M. Yahya Harahap, 2007, *Beberapa Tinjauan Tentang Permasalahan Hukum*, Bandung Citra Aditya Bakti, Hal 16-17

- b. Dengan menempatkan / mengedarkan barang-barang dipasaran, berarti produsen menjamin bahwa barang-barang tersebut aman dan pantas untuk digunakan, bilamana terbukti tidak demikian dia harus bertanggung jawab.

Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengakodomasikan dua prinsip penting, yakni tanggung jawab produk (*produk liability*) dan tanggung jawab profesional (*profesional liability*). Tanggung jawab produk merupakan tanggung jawab produsen untuk produk yang dipasarkan kepada pemakai, yang menimbulkan dan menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.¹²

1.2. Tinjauan Tentang PT. POS Indonesia

1.2.1. Sejarah PT. POS Indonesia

PT. Pos Indonesia (Persero) adalah salah satu bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia seperti halnya PT. Indosat, PT. Telkom, PT. Kereta Api, PT. PLN, dan sebagainya. PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu jenis pelayanan komunikasi yang paling tua, yang diawali dalam bentuk tertulis.

Komunikasi secara tertulis dalam bentuk surat menyurat diperkirakan telah berkembang di Hindia Belanda (Indonesia) sejak zaman kerajaan Sriwijaya. Letak kerajaan besar itu berdekatan dengan pantai serta muara sungai yang dapat dilayari,

¹² Shidarta *Op Cit* Hal. 51

sehingga merupakan unsur yang menunjang berkembangnya komunikasi dengan negara-negara tetangga antara lain Muangthai dan Kamboja.¹³

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, pertama kali di dirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur *Jendral G.W Baron van Imhoff* pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.¹⁴

Setelah Kantor Pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian di dirikan kantor Pos Semarang untuk mengadakan perhubungan Pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan Pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (*Post, Telegraph dan Telephone*). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (*PN Postel*).

Mengamati perkembangan zaman dimana sektor Pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan

¹³ Bidotimser Sitohang, dkk, 2009, *Laporan Praktek Kerja Lapangan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Medan*, Medan, Hal. 7.

¹⁴ <http://www.posindonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/sejarah-pos> *Op Cit* Diakses Sabtu 7 Maret 2018 Pukul. 11.00 Wib

Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).¹⁵

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki 3.700 kantor Pos online, serta dilengkapi elektronik mobile Pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman Pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.¹⁶

Visi dan misi kantor Pos adalah sebagai berikut:

Visi: Menjadi Perusahaan Pos terpercaya

Misi:

1. Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik,
2. Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi,
3. Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh,

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ *Ibid*

4. Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat
5. Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan.

1.2.2. Dasar Hukum PT. POS Indonesia

Ada beberapa dasar hukum PT Pos Indonesia diantaranya

1. Undang-undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos;
2. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perusahaan Perseroan;
3. Peraturan Pemerintah RI Nomor 5 Tahun 1995 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro menjadi Perusahaan (Persero) (Lembaran Negara RI Tahun 1995 Nomor 11);
4. Anggaran Dasar PT Pos Indonesia (Persero) yang tercantum dalam akta Notaris Sutjipto, SH Nomor 117 tanggal 20 Juni 1995 tentang Pendirian Perusahaan Persero PT Pos Indonesia, sebagaimana telah diubah dengan akta Notaris Sutjipto, SH Nomor 89 tanggal 21 September 1998 dan Nomor 111 tanggal 28 Oktober 1998. Jawatan PTT (Pos, Telegram, dan Telepon) Republik Indonesia berdiri secara resmi pada tanggal 27 September 1945 setelah dilakukan pengambilalihan Kantor Pusat PTT di Bandung oleh Angkatan Muda PTT (AMPTT) dari pemerintahan militer Jepang. Dalam peristiwa tersebut gugur sekelompok pemuda anggota AMPTT dan tanggal tersebut menjadi tonggak sejarah berdirinya Jawatan PTT Republik Indonesia

dan diperingati setiap tahun sebagai Hari Bakti PTT dan yang kemudian menjadi Hari Bakti Parpostel.¹⁷

Perubahan status jawatan PTT terjadi lagi menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 240 Tahun 1961. Agar diperoleh kebebasan bergerak yang lebih luas dalam mengembangkan usaha, PN Postel dipecah menjadi dua badan usaha yang berbeda, masing-masing PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi berdasarkan PP No. 29 Tahun 1965 dan PP No. 30 Tahun 1965.

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 9 Tahun 1969, status badan usaha perusahaan negara dikelompokkan menjadi tiga status yaitu :

1. Perusahaan Jawatan (Perjan),
2. Perusahaan Umum (Perum),
3. Perusahaan Perseroan (Persero)

Status PN Pos dan Giro diubah menjadi Perum Pos dan Giro berdasarkan PP No. 9 Tahun 1978.¹⁸

Sehubungan dengan terjadinya perubahan-perubahan dalam iklim usaha, status sebagai Perum disempurnakan khususnya yang menyangkut tata cara pembinaan dan pengawasan berdasarkan PP No. 24 Tahun 1984. Menghadapi pertumbuhan dunia usaha yang semakin marak dan penuh persaingan diperlukan

¹⁷ <https://pospurwakarta.wordpress.com/sejarah-pos-indonesia/> Diakses Sabtu 07 Maret 2018 Pukul: 13.20 Wib

¹⁸ *Ibid*

penyesuaian status badan usaha yang lebih fleksibel dan dinamis agar mampu mengembangkan pelayanan yang lebih baik. Perubahan status Perum Pos dan Giro menjadi PT. Pos Indonesia (Persero) dilaksanakan berdasarkan PP No. 5 Tahun 1995 pada tanggal 20 Juni 1995.

1.2.3. Produk-Produk PT. POS Indonesia

Ada berbagai jenis layanan produk Pos yang disediakan oleh PT. Pos Indonesia (Persero), antara lain:¹⁹

a. Kiriman International

- 1) *Express Post*, layanan pengiriman dokumen dan barang express dengan jangkauan lebih dari 200 negara dengan fasilitas *track* dan *trace*.
- 2) EMS, layanan premium PT. Pos Indonesia (Persero) untuk pengiriman dokumen dan barang dagangan ke luar negeri. Kiriman express ke 83 negara yang masuk dalam jaringan EMS. Pengiriman maupun penerimaan dapat melakukan pelacakan kiriman secara elektronik.
- 3) Paket Pos Internasional, layanan pengiriman barang ke 184 negara, baik Paket Pos Internasional udara maupun Paket Pos Internasional laut.
- 4) Wesel Pos Internasional, layanan pengiriman uang dari 14 negara dan dapat dilayani oleh seluruh kantor pos online wesel pos.

¹⁹ Bidotimser Sitohang, dkk, *Op.Cit.*, Hal. 20-24

b. Filateli

Tanpa disadari, seseorang pengumpul perangko yang menekuni hobinya dengan sungguh-sungguh akan memperoleh pengetahuan yang luas. Perangko-perangko yang diterbitkan oleh berbagai negara dapat menampilkan gambargambar yang berkaitan dengan sejarah, ekonomi, politik, kebudayaan, flora, fauna dan lain-lain.

c. *Hybrid-Mail*

Adalah salah satu layanan berupa pengiriman berita dengan spesifikasi *hybrid* karena dapat diakses penggunaan jasa baik melalui internet berbasis web (sedang dalam proses pembangunan) dan *Short Message Service* (SMS), melalui nomor 8161 (saat ini hanya untuk Telkomsel dan Indosat) yang kemudian dapat pula diterima oleh tujuan dalam bentuk surat maupun kartu.

d. Ritel

Kios Pos berfungsi sebagai pasar yang menjembatani interaksi konsumen-produsen dan sebagai pusat informasi sekaligus sarana berkomunikasi dan bertemu diantara anggota masyarakat.

e. Logistik

- 1) *Costumize*, layanan pengiriman barang dengan spesifikasi dan harga sesuai dengan permintaan/kesempatan.
- 2) Layanan Kargo

f. Keuangan

- 1) SOPP (*Sistem Online Payment Point*), merupakan cara tercepat, mudah dan praktis dalam melakukan setoran tabungan, pembayaran tagihan rekening telepon, selular, asuransi, kredit, penerimaan pajak dan isi ulang pulsa selular.
- 2) Wesel Pos Standart, sarana pengiriman uang untuk tujuan diseluruh Indonesia dengan service level paling cepat 2 hari (H+2) uang dapat sampai diantar.
- 3) Wesel Pos Prima, sarana pengiriman uang untuk tujuan diseluruh Indonesia dengan service level H+0/H+1. Produk kiriman uang cepat sampai, bisa diantar sampai rumah.
- 4) Wesel Pos Instant (*Remittance*), merupakan solusi untuk pengiriman uang anda secara cepat, aman karena penerimaan dilengkapi dengan PIN. Dapat diambil diseluruh Kantor Pos dalam jaringan.
- 5) Wesel Pos Berlangganan, sarana pengiriman uang untuk tujuan diseluruh Indonesia dalam jumlah uang yang tetap rutin. Kiriman uang dapat diterima di rumah.
- 6) Wesel Pos Luar Negeri (*Western Union*), sarana pengiriman dan permintaan uang untuk tujuan diseluruh dunia dengan *level service* H+0. Kiriman dapat diterima diseluruh Kantor Pos dalam jaringan.

g. Paket Pos

- 1) Paket Pos Biasa

Kemasan yang berisi barang dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Darat/laut dengan berat maksimum 40 kg.

- b) Udara dengan berat maksimum 30 kg.
 - 2) Paket Pos Kilat, layanan prioritas dari unit bisnis logistic PT. Pos Indonesia yang tersedia di provinsi di Indonesia.
- h. Surat Pos
- 1) Surat Pos Biasa, layanan pengiriman pesan dan barang secara impresif untuk semua lapisan masyarakat.
 - 2) Surat Pos Kilat Khusus, sarana pengiriman dokumen dan barang domestik yang cepat dengan jaringan terluas.
 - 3) Surat Pos Tercatat, sarana pengiriman dokumen dan barang dengan aman dan dalam jangkauan terluas.
 - 4) Surat Pos Kilat, sarana pengiriman pesan dan barang secara impresif dan cepat yang dapat diposkan kapan saja dan dimana saja.
 - 5) Pos *Express*, layanan pengiriman dokumen penting, surat dan barang berharga secara lebih cepat, dijamin tepat waktu, aman dan terlacak dengan mengandalkan akurasi pengiriman berbasis teknologi informasi (IT), mengutamakan solusi dan pelayanan istimewa serta premium class service dengan harga kompetitif. Ada dua jenis layanan Pos *Express* yang disediakan untuk memenuhi semua kebutuhan pemakai jasa. Adapun kategori tersebut adalah:²⁰
- a. *Express City Courier* (Layanan Dalam Kota)

²⁰ Anonim, Majalah Sahabat Pena (Sahabat Para Pecinta Persahabatan dan Pengetahuan), edisi 422, (Bandung : Pos Indonesia, 2009), Hal. 9

1. *Sameday Service*, kiriman tiba di hari yang sama
 2. *Nextday Before 10.00 am Service*, kiriman tepat diterima di alamat tujuan sebelum pukul 10.00 pagi keesokan harinya.
 3. *Nextday Service*, kiriman tepat diterima di alamat tujuan sebelum pukul 17.00 sore keesokan harinya
- b. *Express Intercity Courier* (Layanan Antar Kota)
1. *Nextday Before 10.00 am Service*, kiriman tepat diterima di alamat tujuan sebelum pukul 10.00 pagi keesokan harinya.
 2. *Nextday Service*, kiriman tepat diterima di alamat tujuan sebelum pukul 17.00 sore keesokan harinya.

1.3.Kerangka Pemikiran

Kerangka teori adalah kerangka pemikiran atau butir-butir pendapat teori, thesis mengenai suatu kasus atau permasalahan yang menjadi dasar perbandingan, pegangan teoritis.²¹ Fungsi teori dalam penelitian ini adalah untuk memberikan pedoman/ petunjuk dan meramalkan serta menjelaskan gejala yang diamati.²²

Teori berguna untuk menerangkan atau menjelaskan mengapa gejala spesifik atau proses tertentu terjadi dan satu teori harus diuji dengan menghadapkannya pada fakta-fakta yang dapat menunjukkan ketidakbenarannya. Menurut Soerjono

²¹M. Solly Lubis, 1994, *Filsafat Ilmu dan Penelitian*, Bandung , Mandar Maju, Hal. 80

²²Lexy Molloeng, 1993, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya, Hal.

Soekanto, bahwa “kontinuitas perkembangan ilmu hukum, selain bergantung pada metodologi, aktivitas penelitian dan imajinasi sosial sangat ditentukan oleh teori.”²³

Suatu undang-undang harus memberikan keadaan yang sama kepada semua pihak dan juga memberikan perlindungan hukum yang seimbang, walaupun terdapat perbedaan-perbedaan diantara pribadi-pribadi tersebut. Semua orang bersamaan kedudukannya dan harus diperlakukan sama di depan undang-undang, apabila terjadi perbedaan perlakuan hukum diantara orang-orang maka tujuan undang-undang untuk memberikan keadilan, perlindungan hukum bagi semua orang.

Teori hukum adalah teori dalam bidang hukum yaitu berfungsi memberikan argumentasi yang meyakinkan bahwa hal-hal yang dijelaskan itu adalah ilmiah, atau paling tidak memberikan gambaran bahwa hal-hal yang dijelaskan itu menurut standart teoritis.²⁴

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perlindungan hukum. Menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip Satjipto Raharjo awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.²⁵

Fitzgerald menjelaskan teori perlindungan hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat

²³ Soerjono Soekanto, 2004, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press, Hal. 6

²⁴ Juhaya s. Praja, Afif Muhammad, 2014, *Teori Hukum dan Aplikasinya*, Bandung , CV. Pustaka Setia. Hal. 53

²⁵ Satjipto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti. Hal.53

dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.

Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.²⁶

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Hukum dapat difungsikan untuk mewujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melainkan juga prediktif dan antisipatif. Hukum dibutuhkan untuk mereka yang lemah dan belum kuat secara sosial, ekonomi dan politik untuk memperoleh keadilan sosial.²⁷

Perlindungan hukum bagi rakyat meliputi dua hal, yakni:

- a. Perlindungan hukum preventif, yakni bentuk perlindungan hukum di mana kepada rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapat sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif,

²⁶ *Ibid* Hal. 54

²⁷ *Ibid* Hal. 55

- b. Perlindungan hukum represif, yakni bentuk perlindungan hukum di mana lebih ditujukan dalam penyelesaian sengketa.²⁸

Perlindungan hukum yang diberikan bagi rakyat Indonesia merupakan implementasi atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila dan prinsip Negara Hukum yang berdasarkan Pancasila. Setiap orang berhak mendapatkan perlindungan dari hukum. Hampir seluruh hubungan hukum harus mendapat perlindungan dari hukum. Oleh karena itu terdapat banyak macam perlindungan hukum.

1.4.Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan suatu yang berupa dugaan-dugaan atau perkiraan-perkiraan yang masih harus dibuktikan kebenaran atau kesalahannya, atau berupa pemecahan masalah untuk sementara waktu.²⁹ Adapun hipotesis penulis dalam permasalahan yang dibahas adalah sebagai berikut :

1. Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap pengiriman barang berharga atau dokumen oleh PT. Pos Indonesia adalah sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 tahun 1999 yaitu Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang

²⁸ Sudikno Mertokusumo, 2009, *Penemuan Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti. Hal. 41

²⁹ Syamsul Arifin, *Op Cit* Hal.38

dijanjikan. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2. Bentuk penyelesaian sengketa pelaku usaha jika terjadi kerugian terhadap konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen sesuai dengan Pasal 45 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui badan peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum dan sesuai Pasal 28 Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 tentang Pos, bahwa pengguna layanan Pos berhak menerima ganti rugi apabila terjadi kehilangan kiriman, kerusakan isi paket, keterlambatan kiriman atau ketidaksesuaian antara barang yang dikirim dan yang diterima.

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Jenis, Sifat, Lokasi dan Waktu Penelitian

1.1.1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian adalah penelitian yuridis empiris yaitu jenis penelitian yang dilakukan dengan mempelajari norma-norma yang ada atau peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan yang dibahas.¹ Pengolahan dan analisis data yang hanya mengenal data sekunder saja, yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

Sumber data dalam mengerjakan skripsi ini terdapat beberapa bahan hukum untuk melengkapi penulisan penelitian antara lain:

- a. Bahan Hukum Primer: adalah bahan hukum yang mengikat. Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi bahan hukum primer adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Undang-Undang No.38 Tahun 2009 tentang Pos.
- b. Bahan Hukum Sekunder: adalah bahan hukum yang menjelaskan bahan hukum primer. Dalam penelitian ini yang menjadi bahan hukum sekunder adalah buku-buku literatur tentang konsumen dan Pos, hasil-hasil penelitian dan tulisan para ahli hukum, majalah hukum, dan lain-lain.
- c. Bahan Hukum Tersier: adalah bahan hukum yang dapat memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Dalam penulisan

¹ Soerjono Soekanto *Op Cit* Hal. 15

skripsi ini yang menjadi bahan hukum tersier adalah kamus, ensiklopedia, dan lain sebagainya.

1.1.2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang dipergunakan adalah deskriptif kualitatif adalah penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau kasus dari keseluruhan personalitas yang mengarah pada penelitian hukum normatif, yaitu suatu bentuk penulisan hukum yang mendasarkan pada karakteristik ilmu hukum yang berdasarkan pada karakteristik ilmu hukum yang normatif.²

Sifat penelitian ini secara deskriptif kualitatif yaitu untuk mengetahui implementasi perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terhadap konsumen yang melakukan jasa pengiriman melalui PT. Pos Indonesia dan untuk mengetahui penyelesaian jika terjadi kesalahan dalam pengiriman.

1.1.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT. Pos Indonesia Jln. Pos No. 1 Medan pada tanggal 22 September 2017 sampai tanggal 09 Oktober 2017.

1.1.4. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan secara singkat yaitu setelah dilakukan seminar outline pertama dan telah dilakukan perbaikan seminar.

²Astri Wijayanti, 2011. *Strategi Penulisan Hukum*, Bandung, Lubuk Agung, Hal 163.

Tabel : 1

No	Kegiatan	Bulan																Keterangan				
		Agustus-September 2017				Januari-Februai 2018				Maret-April 2018				Mei-Juni 2018					Juli-Agustus 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4
1	Seminar Proposal																					
2	Perbaikan Proposal																					
3	Acc Perbaikan																					
4	Penelitian																					
5	Penulisan Skripsi																					
6	Bimbingan Skripsi																					
7	Seminar Hasil																					
8	Meja Hijau																					

1.2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengetahui data yang dipergunakan dalam penulisan ini maka penulis mempergunakan 2 (Dua) metode:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) yaitu dengan melakukan penelitian terhadap berbagai sumber bacaan yaitu buku-buku, majalah hukum, pendapat para sarjana, peraturan undang-undang Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Undang-Undang No.38 Tahun 2009 tentang Pos.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu dengan melakukan kelapangan dalam hal ini peneliti langsung melakukan studi pada PT. Pos Indonesia dengan mengambil data terkait tentang permasalahan peneliti.

1.3. Analisis Data

Dalam Penelitian ini analisis data yang dilakukan secara kualitatif yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks dan rinci.³

Data kualitatif yang diperoleh secara sistematis dan kemudian substansinya dianalisis untuk memperoleh jawaban tentang pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini secara kualitatif untuk mendapatkan jawaban yang pasti dan hasil yang akurat. Selanjutnya data yang disusun secara deskriptif sehingga dapat diperoleh gambaran secara menyeluruh terhadap perlindungan konsumen yang melakukan pengiriman barang melalui PT. Pos Indonesia. Dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan dengan menggunakan metode induktif sebagai jawaban dari permasalahan yang dirumuskan.

³ Syamsul Arifin *Op Cit* Hal. 66



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ahmadi Miru, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Rajawali Pers.
- Astri Wijayanti, 2011. *Strategi Penulisan Hukum*, Bandung, Lubuk Agung.
- AZ.Nasution, 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta, Diadit Media.
- Basrah, 2004, *Ganti Rugi Menurut Ketentuan di Dalam Buku III KUHPerdara*, Medan : FH-USU.
- Bidotimser Sitohang, dkk, 2009, *Laporan Praktek Kerja Lapangan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Medan*, Medan.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
- Happy Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta Selatan: Visi Media.
- H.M.N, Purwosutjipto, 2013, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia 3: Hukum Pengangkutan*, Jakarta. Rajawali Pers.
- Janus, Sidabalok, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung, Citra Aditya Bakti.
- Juhaya s. Praja, Afif Muhammad, 2014, *Teori Hukum dan Aplikasinya*, Bandung , CV. Pustaka Setia.
- Kristiyanti Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Lexy Molloeng, 1993, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Mariam Darus Badrulzaman, 2003. *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung. Alumni.
- M. Yahya Harahap, 2007, *Beberapa Tinjauan Tentang Permasalahan Hukum*, Bandung Citra Aditya Bakti.
- M. Solly Lubis, 1994, *Filsafat Ilmu dan Penelitian*, Bandung , Mandar Maju.
- Rachmadi, Usman, 2008, *Hukum Jaminan Keperdataan*, Jakarta. Sinar Grafika.
- R.Subekti. dan R.Tjitrosudibio. 2004. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta. Pradnya Paramita.
- Satjipto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti.

Shidarta. 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Soerjono Soekanto, 2004, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press.

Sudikno Mertokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberti.

_____, 2009, *Penemuan Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti.

Susanto Happy, 2008, *Hak-hak Konsumen jika Dirugikan*, Jakarta:Visimedia.

Syamsul Arifin, 2012. *Metode Penulisan Karya Ilmiah dan Penelitian Hukum*, Medan Area University Press.

Yusuf Shofie, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Bandung : Citra Aditya Bakti.

Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Kencana,

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 tentang Pos

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah No 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Peraturan Pemerintah No. 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional Indonesia

C. Majalah

Anonim, Majalah Sahabat Pena (Sahabat Para Pecinta Persahabatan dan Pengetahuan), edisi 422, (Bandung : Pos Indonesia, 2009

Panduan Praktis Marketing Communications PT. Pos Indonesia

D. Internet

<http://www.posindonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/sejarah-pos>

<https://pospurwakarta.wordpress.com/sejarah-pos-indonesia/>

<http://nasulloh-one.blogspot.com/2009/03/wanprestasi.html>

<http://www.google.co.id/m?q=arti+force+majeure>





PT POS INDONESIA (Persero)
Kantor Pos Medan 20000
Jl Pos No 1 Medan 20111
Telpon : 061-4568940 Fax. 061-4515633

Medan, 25 Juli 2018

Nomor : 826 Umum - Set/ 0718
Lampiran : --
Perihal : Selesai Riset

Kepada
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Medan Area
Di
Medan

Dengan Hormat,

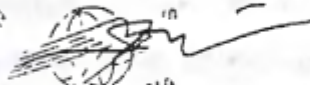
Berdasarkan perihal tersebut pada pokok surat diatas, bersama ini kami beritahukan bahwa :

No.	Nama	NPM	Program Studi
1	Ridha Rabitha	138400183	Hukum Keperdataan

Telah selesai melaksanakan Riset di kantor kami tanggal 13 Oktober 2017. Dan kami harapkan hasil kegiatan tersebut hanya dapat dipergunakan untuk kepentingan Ilmiah dan Pendidikan sesuai kepentingan studi yang bersangkutan.

Demikian disampaikan untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerja sama yang baik di ucapkan terima kasih.

An Kepala Kantor Pos
Medan SDM


Budi Istiana
NIPos: 974358629

