

Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Akibat Wanprestasi Oleh Jasa Ekspedisi Yang Merugikan Konsumen

Hanan Amani, Ubaidillah Kamal

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Corresponding Author:

hananamani1763@students.unnes.ac.id

ISSN 2964-3848

QRCBN 62-6861-0144-710

ABSTRAK

Perkembangan pesat *e-commerce* di Indonesia telah meningkatkan kebutuhan akan jasa ekspedisi, yang merupakan mitra utama pelaku usaha dalam mengirimkan produk kepada konsumen. Namun, kelalaian jasa ekspedisi dalam bentuk wanprestasi/ingkar janji, seperti keterlambatan, kerusakan, atau kehilangan barang, sering terjadi. Ini menyebabkan kerugian bagi konsumen dan dampak hukum bagi pelaku usaha *e-commerce*. Perjanjian pengangkutan dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dalam situasi ini. UUPK mewajibkan pelaku usaha, termasuk ekspedisi, untuk memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat kegagalan mereka. Selain itu, pelaku usaha *e-commerce* juga dapat menuntut jasa ekspedisi sesuai perjanjian dan undang-undang, baik melalui jalur non-litigasi seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun jalur litigasi di pengadilan. Perlindungan hukum ini dimaksudkan untuk meningkatkan layanan ekspedisi, menjaga kepercayaan konsumen, dan memberikan kepastian hukum

bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, kerja sama antara perangkat hukum, jasa ekspedisi, pelaku usaha, konsumen, hingga pihak *e-commerce* sangat penting untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang aman dan berkeadilan bagi semua pihak yang terlibat.

Kata kunci: perlindungan hukum, pelaku usaha, *e-commerce*, wanprestasi, jasa ekspedisi, konsumen.

PENDAHULUAN

Indonesia Era kemajuan IPTEK saat ini juga diikuti dengan bertambahnya kebutuhan manusia, baik bersifat primer, sekunder, maupun tersier yang diperlukan secara cepat dan tepat guna menjalankan hidup sehari-hari. Oleh karena itu, dengan mengandalkan digitalisasi internet ini, seseorang dapat mengirimkan informasi tentang apa pun, termasuk penjualan barang atau jasa melalui interaksi “transaksi elektronik”. Istilah transaksi elektronik ini mengacu pada jenis pembayaran atau kesepakatan non tunai yang dilakukan secara virtual terhadap suatu layanan atau produk melalui proses transmisi data jarak jauh melalui web atau aplikasi di perangkat lain⁴⁸². Metode ini adalah strategi kebijakan yang disesuaikan dengan tren elektronik di global market. Transaksi elektronik mencakup setiap transaksi keuangan dan komersial yang dilakukan antara mitra bisnis, pelaku usaha (merchant), dan konsumen (buyer) melalui sistem perhitungan elektronik. Dalam konteks hukum dan teknologi, perlindungan konsumen merupakan topik penting dalam pengembangan dan adopsi teknologi ini. Sebagai perbandingan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 atau

⁴⁸² Martinelli, I., Saputra, V., William, L., & Licardi, S. (2023). Tanggung Jawab Hukum Atas Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Kesesuaian Pembelian Produk Pada Video Promosi Platform TikTok Di Indonesia. *Unes Law Review*, 5(4), 2160-2171.

biasa disebut UUPK (Undang-Undang Perlindungan Konsumen) tetap mengutamakan aspek fisik daripada virtual seperti transaksi elektronik, meskipun UU ITE telah ikut andil mengatur terkait transaksi elektronik⁴⁸³. Pada fakta di lapangan dalam melakukan transaksi elektronik memerlukan suatu media elektronik, salah satunya yang kerap disebut e-commerce, yakni suatu situs jual beli online. E-commerce merupakan tempat dimana terjadi ruang 2 (dua) jarak dalam dunia perdagangan sehingga pelaku usaha atau penjual dan konsumen atau pembeli tidak diwajibkan bertemu secara fisik/langsung dalam bertransaksi, melainkan adanya unsur penggunaan internet.

Beberapa perusahaan e-commerce ini memberikan ruang bagi pelaku usaha lain untuk memasarkan barang mereka di *website e-commerce* mereka, yang menyebabkan munculnya pasar elektronik, atau *marketplace*⁴⁸⁴. Hal tersebut dikarenakan e-commerce dapat memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, yakni pelaku usaha e-commerce dan konsumen, yang juga dapat dimanfaatkan sebagai alternatif bisnis yang cukup menjanjikan. Meskipun para pihak berada di tempat berbeda, jaringan internet dapat melampaui batas geografis dan teritorial, termasuk yurisdiksi hukum, sehingga transaksi elektronik melalui media e-commerce ini dinilai praktis dan setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan tatap muka

⁴⁸³ Lumentut, R., Frederik, W. A., & Korah, R. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Tiktok Shop. *Lex Administratum*, 11(3).

⁴⁸⁴ Mayce, S. V., Ramadani, R. R., Cahyani, R. N., & Anataya, T. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce: (Studi Kasus Pembelian Melalui Sosial Media Tik Tok). *PLEDOI (Jurnal Hukum Dan Keadilan)*, 2(1), 1-11.

dalam tahap negosiasi⁴⁸⁵. Kompleksitas dan kesederhanaan sistem industri e-commerce memengaruhi setiap transaksi. Lonjakan transaksi e-commerce global diperkirakan mencapai \$5 (lima dolar) triliun, lebih dari seperempat dari penjualan ritel umum. Dilansir dari tempo.com, menurut Randy Jusuf selaku Managing Director Google, sektor 3 e-commerce di Indonesia menjadi pertumbuhan tercepat kedua setelah Vietnam. Sektor e-commerce di Indonesia mendorong ekonomi digital dan perkiraan nilainya mencapai US\$59 (lima puluh sembilan dolar Amerika Serikat) pada tahun 2022 dan menyumbang sekira 77% (tujuh puluh tujuh persen) dari ekonomi digital seluruhnya. Randy pula menambahkan pada konferensi pers virtual perhari Selasa, 8 November 2022, bahwa hingga tahun 2025, sektor e-commerce di Indonesia diprediksi akan tumbuh dengan Compounded Annual Growth Rate (CAGR), yakni tingkat pertumbuhan per tahun, sebesar 17% (tujuh belas persen)⁴⁸⁶.

Di bawah naungan Sea.Ltd, salah satu grup perusahaan internet terbesar di Asia Tenggara, Shopee menjadi salah satu pasar terbesar di Indonesia. Pelaku usaha sering menggunakan Shopee untuk menjual berbagai produk online, seperti pakaian, alat rumah tangga, dan semua kebutuhan konsumen. Berdasarkan penelitian iPrice, Shopee pada kuartal kedua tahun 2022 akan memiliki 126,99 juta pengunjung situs web perbulan. Ditambahkan oleh Andi Sukma selaku Country Service Line Group, Observer, Customer Experience, & Channel Performance Ipsos Indonesia, menyatakan bahwa hasil survei menunjukkan bahwa Shopee masih menduduki posisi

⁴⁸⁵ Satrio, I. P. (2022). *Authorities and Responsibilities of Notaries Regarding the Implementation of Cyber Notary in Indonesia*. *Authentica*, 5(1), 46-72.

⁴⁸⁶ Tempo, "E-Commerce Indonesia Tumbuh Tercepat Kedua Setelah Vietnam", <https://www.tempo.co/ekonomi/e-commerce-indonesia-tumbuh-tercepat-kedua-setelah-vietnam-260051>

pertama dibandingkan dengan pesaingnya, seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan lainnya⁴⁸⁷. Aplikasi Shopee memiliki dua kategori fungsi akun meliputi akun konsumen/pembeli (buyer) dan pelaku usaha/penjual (merchant), masing masing dengan tingkat keanggotaan yang berbeda. Untuk akun konsumen, Shopee menawarkan tiga level meliputi klasik, silver, emas, dan platinum. Sedangkan pada akun pelaku usaha meliputi regular seller, star seller, dan yang tertinggi adalah shopee mall. Dengan demikian, pelaku usaha di e commerce Shopee sangat memperhatikan layanan yang diberikan kepada konsumennya untuk mencapai level tertinggi. Salah satunya adalah menyediakan jasa pengiriman/ekspedisi yang diterima baik oleh pelanggan toko online. Tidak dapat dipungkiri bahwa jasa ekspedisi ini memainkan peran penting dalam menjamin bahwa transaksi online berjalan dengan lancar.

Adanya bidang jasa pengiriman/ekspedisi barang cukup penting untuk membantu manusia sebagai konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Berdirinya perusahaan jasa pengiriman/ekspedisi saat ini seperti PT. Pos Indonesia (Persero), J&T Express, JNE, SiCepat, dan lainnya berperan aktif dalam pemindahan barang untuk meningkatkan daya guna dan nilai barang tersebut. Keberadaan jasa pengiriman juga merupakan salah satu kemajuan pelaksanaan pembangunan di Indonesia, yakni pada bidang transportasi yang berperan memperlancar kehidupan perekonomian ditandai dengan penggunaan jasa pengiriman atau angkutan. Salah satunya pengiriman barang dari dan keseluruh pelosok tanah air maupun luar negeri. Tantangan baru pun hadir dalam penggunaan e-commerce sebagai salah satu pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-

⁴⁸⁷ Sya'diyah, L., & Handriana, T. (2024). Pengaruh Brand Trust Pada Perceived Value Dan Perceived Risk Dampaknya Terhadap Purchase Intention Pada Jasa Ekspedisi Jne Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 29(3), 519-533.

hari, terutama dalam hal perlindungan hukum bagi pelaku usaha e-commerce, terutama dalam kasus kelalaian oleh jasa ekspedisi yang berpotensi merugikan konsumen⁴⁸⁸. Ekspedisi memainkan peran penting dalam memastikan bahwa barang sampai kepada konsumen dengan aman dan tepat waktu karena mereka berfungsi sebagai perantara antara pelaku usaha dan konsumen. Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa kelalaian seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, atau bahkan kehilangan barang pun tidak jarang terjadi. Hal tersebut menyebabkan pelaku usaha e-commerce sering kali menjadi pihak pertama yang diadukan oleh konsumen, hal ini tidak hanya merugikan konsumen tetapi juga menimbulkan masalah hukum bagi mereka. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau UUPK telah mengatur beberapa aspek perlindungan konsumen dalam sistem hukum Indonesia. Namun, peraturan ini hanya berfokus pada hak-hak konsumen dan belum mendapatkan spesifikasi dalam mengatur hubungan hukum antara pelaku usaha e-commerce dan jasa ekspedisi. Akibatnya, ketika terjadi sengketa, pelaku usaha 5 sering menghadapi ketidakpastian hukum. Selain itu, regulasi saat ini seringkali tidak memenuhi kebutuhan perlindungan hukum baik bagi pelaku usaha maupun konsumen karena berkembangnya teknologi dan model bisnis baru dalam bentuk e-commerce⁴⁸⁹.

Sebagai contoh, pelaku usaha sering mengalami kerugian karena kurangnya standar operasional yang mengikat cara kerja jasa ekspedisi dalam konteks pengiriman barang dari e-commerce. Banyak dalam praktiknya seperti J&T Express

⁴⁸⁸ Amalia, A. R. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Melalui Sosial Media Instagram. *Alauddin Law Development Journal*, 4(2), 446-454.

⁴⁸⁹ Pratama, N. B., & Deniesa, S. (2023). *Legal Protection for Tik Tok Shop Buyers: Comparison between China and Indonesia*. *Indonesian Comparative Law Review*, 5(2), 75-89.

atau JNE atau jasa pengiriman lainnya yang tidak kooperatif dan mengakibatkan pelaku usaha harus mengganti rugi kepada konsumen meskipun ketidaktepatan barang yang diterima konsumen bukan kesalahannya. Hal tersebut tentu merugikan pelaku usaha. Payung hukum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos masih memiliki kemungkinan terjadinya sengketa antara pelaku usaha, konsumen, dan jasa pengiriman sebagai pihak ketiga. Pelaku usaha *e-commerce* juga sering kali dibebani oleh tanggung jawab penyelesaian sengketa dengan konsumen, meskipun akar masalah terletak pada kelalaian pihak jasa pengiriman/ekspedisi. Kondisi ini dapat membuat pelaku usaha kehilangan banyak modal dan dapat merusak bisnisnya. Oleh karena itu, penting untuk melakukan pengkajian lebih lanjut tentang cara-cara di mana instrumen perlindungan hukum, terutama di Indonesia, dapat memenuhi kebutuhan pelaku usaha *e-commerce* dengan cara yang adil. Sebaliknya, sebagai pihak ketiga, jasa ekspedisi memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk menjaga kepercayaan konsumen dan pelaku usaha. Namun, seringkali tidak ada mekanisme tanggung jawab yang jelas untuk menangani keluhan atau kerugian yang timbul akibat kelalaian mereka. Hal ini menyebabkan kesenjangan hukum yang perlu segera diperbaiki. Maka, berdasarkan uraian latar belakang ini, permasalahan yang akan diteliti adalah mengenai hubungan hukum antara pelaku usaha, *e-commerce*, jasa ekspedisi dan konsumen berikut hal-hal yang menyebabkan terjadinya wanprestasi oleh jasa ekspedisi hingga analisis terhadap bentuk-bentuk perlindungan hukum bagi pelaku usaha *e-commerce* akibat wanprestasi oleh jasa ekspedisi yang merugikan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Konseptual

a. Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha

Pelaku usaha merupakan salah satu subjek hukum yang sangat penting untuk aktivitas ekonomi. Menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha didefinisikan sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan, berkedudukan, atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik secara individu maupun bersama-sama melalui perjanjian, dan melakukan bisnis dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha dapat berupa individu, perusahaan, koperasi, BUMN, korporasi, importir, pedagang, distributor, dan jenis bisnis lainnya. Berbagai bidang ekonomi terlibat dalam aktivitas ini, seperti industri, perdagangan, jasa, dan pertanian.

Secara yuridis, definisi "pelaku usaha" mencakup banyak orang, termasuk distributor, importir, dan pelaku usaha periklanan. Dalam menjalankan bisnis mereka, pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban yang diatur oleh hukum. Ini termasuk mematuhi hukum, memberikan informasi yang akurat kepada konsumen, dan melindungi kepentingan konsumen dan pihak terkait lainnya. Pelaku usaha di era digitalisasi ini juga mengalami perubahan besar dalam cara mereka menjalankan bisnis mereka. Sementara meningkatkan persaingan, teknologi telah membuka lebih banyak pintu ke pasar. Usaha kecil dan menengah (UKM) harus menggunakan strategi yang lebih inovatif untuk bertahan, karena perusahaan besar dengan sumber daya yang lebih banyak cenderung mendominasi pasar. Bisnis yang ingin maju harus menggunakan e-commerce, pemasaran digital, dan inovasi dalam modal mereka⁴⁹⁰. Oleh karena itu, pelaku usaha adalah aktor penting dalam sistem

⁴⁹⁰ Rizkia, A. A., & Rahmawati, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat: Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (Literature Review Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 631-643.

ekonomi yang tidak hanya berfokus pada hasil, tetapi juga harus bertanggung jawab secara sosial, hukum, dan etika dalam menjalankan bisnis mereka.

b. Tinjauan Umum Tentang Jasa Ekspedisi

Ekspedisi adalah layanan yang berfokus pada pengiriman barang dari satu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Perusahaan penyedia jasa ekspedisi menangani pengambilan, pengemasan, pengangkutan, dan pengantaran barang ke lokasi tujuan melalui berbagai cara transportasi, seperti darat, laut, dan udara. Karena mereka memungkinkan barang dikirim secara cepat, aman, dan efisien, jasa ekspedisi sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi, terutama di era internet dan e-commerce yang semakin berkembang. Selain itu, layanan ini menawarkan fleksibilitas dalam pilihan waktu pengiriman, mulai dari pengiriman reguler hingga pengiriman ekspres atau pengiriman hari yang sama, dan memiliki sistem pelacakan barang untuk memastikan keamanan dan transparansi selama proses pengiriman.

Berbeda dengan logistik, jasa ekspedisi lebih fokus pada pengiriman barang ke lokasi tertentu, sedangkan logistik mencakup pengelolaan rantai pasokan yang lebih luas, seperti penyimpanan dan manajemen distribusi⁴⁹¹. Akibatnya, jasa ekspedisi berperan strategis dalam memperlancar arus barang dan mendorong pertumbuhan bisnis di berbagai sektor ekonomi.

c. Tinjauan Umum Tentang Konsumen

Konsumen memainkan peran penting dalam pergerakan barang dan jasa di masyarakat dari perspektif hukum. Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa

⁴⁹¹ Prayuti, Y., Lany, A., Sari, N. E., & Sujana, I. (2024). Penguatan Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Jasa Kesehatan: Perbandingan Hukum Nasional Dan Internasional. *Journal of Syntax Literate*, 9(3).

yang tersedia dalam masyarakat, tidak untuk diperdagangkan, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain. Menurut definisi ini, konsumen tidak terbatas pada pembeli akhir, melainkan mereka juga mencakup setiap orang yang memperoleh manfaat dari barang dan jasa tersebut.

Oleh karena konsumen merupakan pihak yang rentan terhadap kerugian akibat tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab, posisi konsumen dalam hukum perlindungan konsumen sangat penting. Hukum perlindungan konsumen terdiri dari berbagai prinsip dan aturan yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen, memberikan kepastian hukum, dan menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha⁴⁹². Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan akurat tentang produk yang mereka beli. Mereka juga memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang dan jasa. Konsumen bukan hanya objek pasar, tetapi mereka juga adalah subjek hukum yang diberdayakan dan dilindungi dalam interaksi ekonomi.

Kajian Teori

a. Teori Hubungan Hukum

Setiap hubungan hukum memiliki dua aspek, yakni *bevoegdheid* (kewenangan atau hak) dan *plicht* (kewajiban). Oleh karena itu, hubungan hukum hanya terjadi apabila subjek hukum yang satu memiliki hak atas sesuatu dan subjek hukum yang lain berkewajiban untuk memenuhi hak

⁴⁹² Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syaiki, W. R., ... & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.

tersebut, dan hubungan tersebut diatur dan dilindungi oleh hukum⁴⁹³.

Hubungan hukum menurut R. Soeroso adalah hubungan antara dua atau lebih subjek hukum di mana hak dan kewajiban pihak yang satu berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain. Hukum mengatur hubungan sosial ini dengan memberikan hak kepada subjek hukum untuk melakukan atau menuntut apa yang diwajibkan oleh hak tersebut, dan hukum menjamin pelaksanaan hak dan kewajiban tersebut⁴⁹⁴. R. Soeroso pula membagi jenis-jenis hubungan hukum menjadi 3 (tiga) meliputi yang pertama *eenzijdige rechtsbetrekkigen* (hubungan hukum bersegi satu) dimana wewenang hanya berada pada satu pihak, sedangkan pihak lainnya memikul kewajiban. Kemudian yang kedua *tweezijdige rechtsbetrekkigen* (hubungan hukum bersegi dua) dimana kedua belah pihak memiliki hak dan kewajiban sendiri. Terakhir, *eigendomsrecht* atau hubungan hukum yang terdapat hak milik di dalamnya (hubungan hukum antar subjek hukum).

b. Teori Wanprestasi

Menurut Wirjono Prodjodikoro, wanprestasi adalah ketiadaan suatu prestasi dalam hukum perjanjian, yaitu tidak dilaksanakannya suatu hal yang seharusnya dilakukan sebagai bagian dari suatu perjanjian. Dalam bahasa sederhana, prestasi berarti pelaksanaan janji, sedangkan wanprestasi adalah ketiadaan pelaksanaan janji tersebut. Wirjono Prodjodikoro menjelaskan bahwa wanprestasi dapat berupa tidak melakukan apa yang telah disanggupi dalam perjanjian; melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sebagaimana mestinya; melakukan prestasi, tetapi terlambat

⁴⁹³ Pantow, C. S. (2020). Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Kerjasama Dagang Antar Perusahaan Menurut Hukum Perdata. *Lex Privatum*, 8(2).

⁴⁹⁴ Soeroso, R. (2016). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

dari waktu yang telah ditentukan; atau melakukan sesuatu yang tidak boleh dilakukan menurut perjanjian⁴⁹⁵.

Oleh karena itu, debitur dianggap melakukan wanprestasi jika mereka tidak melakukan prestasi sama sekali, melakukan prestasi terlambat, atau melakukan prestasi tidak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam perjanjian⁴⁹⁶. Dalam situasi seperti ini, kreditur memiliki hak untuk menuntut pemenuhan perjanjian, ganti rugi, pembatalan perjanjian, atau tindakan hukum lainnya yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c. Teori Perlindungan Hukum

Soerjono Soekanto memandang perlindungan hukum sebagai segala upaya untuk memenuhi hak-hak subjek hukum dan memberikan perlindungan agar mereka dapat menjalankan haknya dengan aman. Dua bentuk utama perlindungan hukum ini adalah preventif, yang berarti bahwa pelanggaran atau sengketa tidak akan terjadi; dan represif, yang berarti menyelesaikan sengketa setelah terjadi melalui mekanisme hukum yang tepat⁴⁹⁷. Soekanto sangat menekankan bahwa keberhasilan perlindungan hukum tidak hanya bergantung pada adanya undang-undang tertulis, tetapi juga dipengaruhi oleh unsur-unsur lain, seperti kualitas penegak hukum, sarana dan prasarana pendukung, kondisi masyarakat, dan kebudayaan yang sesuai. Oleh karena itu, perlindungan hukum harus dianggap sebagai suatu sistem yang melibatkan interaksi antara masyarakat sebagai subjek hukum, norma hukum, dan pelaksanaan hukum.

⁴⁹⁵ Prodjodikoro, W. (2022). *Azas-Azas Hukum Perjanjian Edisi Revisi*. Bandung: CV Mandar Maju.

⁴⁹⁶ Pohan, M. N., & Hidayani, S. (2020). Aspek Hukum Terhadap Wanprestasi Dalam Perjanjian Sewa Menyewa Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Jurnal Perspektif Hukum*, 1(1), 45-58.

⁴⁹⁷ Soekanto, S. (2014). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Kritik terhadap teori ini dapat dikaitkan dengan kesulitan melaksanakan perlindungan hukum di lapangan, di mana sering terjadi ketidakseimbangan antara praktik penegakan hukum yang ada dan norma hukum. Faktor-faktor budaya dan tindakan aparat penegak hukum yang tidak mendukung sering kali menjadi penghalang utama untuk perlindungan hukum yang efektif dan berkeadilan⁴⁹⁸. Oleh karena itu, teori Soekanto memberikan kesempatan untuk mempertimbangkan bahwa perlindungan hukum harus dibangun secara menyeluruh dari sudut pandang sosial dan kultural, serta dari sudut pandang regulasi, agar dapat benar-benar memberikan rasa aman dan keadilan bagi masyarakat.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel berjudul *Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Akibat Wanprestasi Jasa Ekspedisi Yang Merugikan Konsumen* adalah yuridis normatif. Metode ini digunakan dengan meninjau peraturan perundang-undangan, doktrin, dan keputusan pengadilan yang relevan mengenai kinerja jasa ekspedisi dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha e-commerce dan konsumen. Tujuan dari metode ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konsep, asas, dan ketentuan hukum yang mengatur hubungan hukum antara pelaku usaha, e-commerce, jasa ekspedisi, dan konsumen. Data yang diperoleh dari studi literatur berupa peraturan perundang-undangan yang dianalisis secara kualitatif. Ketentuan hukum dan argumen yuridis yang relevan untuk menjawab masalah hukum dalam artikel diuraikan, dikelompokkan, dan diinterpretasikan

⁴⁹⁸ Anggraini, O. E., Yulifa, W. R., & Santoso, A. P. A. (2020). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Produk Dalam Hukum Bisnis. In Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 1, pp. 161-161).

selama proses analisis ini. Metode analisis ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan regulasi serta memberikan rekomendasi hukum yang konstruktif terkait perlindungan hukum bagi pelaku usaha e-commerce akibat wanprestasi jasa ekspedisi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai elemen hukum yang mengatur perlindungan pelaku usaha e-commerce dalam menghadapi wanprestasi jasa ekspedisi melalui kombinasi metode normatif dan analisis kualitatif.

PEMBAHASAN

Hubungan Hukum Yang Terjadi Antara Pelaku Usaha, E-Commerce, Jasa Ekspedisi, Dan Konsumen

Hubungan hukum antara pelaku usaha, e-commerce, jasa ekspedisi, dan konsumen sangat kompleks dan didasarkan pada prinsip perjanjian dan perlindungan hukum. Dalam rantai transaksi digital, semua pihak memiliki hak dan kewajiban yang berbeda, tetapi saling berhubungan satu sama lain. Rantai transaksi ini dimulai dengan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, yang pada dasarnya adalah hubungan perjanjian jual beli. Selanjutnya, hubungan ini berlanjut dengan peran jasa ekspedisi sebagai pihak yang mengangkut barang, dan e-commerce sebagai platform tempat orang berinteraksi satu sama lain. Dalam e-commerce, pelaku usaha bertanggung jawab untuk mempromosikan, menjual, dan menyediakan barang atau jasa kepada konsumen. Setelah konsumen merasa tertarik dan melakukan pemesanan, timbul hubungan hukum berdasarkan perjanjian jual beli yang mengikat kedua belah pihak. Pelaku usaha wajib menyediakan barang sesuai dengan permintaan konsumen, sedangkan konsumen wajib membayar harga yang disepakati.

E-commerce berfungsi sebagai platform digital yang membantu pelaku usaha dan konsumen berinteraksi satu sama lain. Selain itu, platform ini memiliki tanggung jawab

hukum tertentu, terutama dalam menjamin keamanan transaksi, melindungi data pribadi, dan menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang efisien jika ada masalah yang muncul selama proses transaksi. Ketika pelaku usaha menyerahkan barang kepada jasa ekspedisi untuk dikirim ke konsumen, mereka masuk dalam rantai hukum. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan jasa ekspedisi didasarkan pada perjanjian pengangkutan, di mana jasa ekspedisi bertanggung jawab untuk mengantarkan barang dengan selamat ke tujuan⁴⁹⁹. Berdasarkan ketentuan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, jasa ekspedisi bertanggung jawab jika barang rusak atau hilang selama pengiriman.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur hak-hak konsumen sebagai pihak akhir dalam rantai transaksi. Hak-hak ini meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak atas informasi yang akurat, dan hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika mengalami kerugian karena cacat atau ketidaksesuaian barang atau jasa yang diterima. Konsumen seringkali bingung mengenai pihak mana yang harus dimintai pertanggungjawaban jika terjadi kehilangan atau kerusakan barang selama proses pengiriman. Sebagai pengangkut, jasa ekspedisi bertanggung jawab penuh atas barang yang dikirim, kecuali dapat dibuktikan bahwa kerugian tersebut disebabkan oleh keadaan memaksa (*force majeure*) atau ingkar janji (*wanprestasi*) yang tidak dapat dihindari.

Namun, konsumen sering menyalahkan pelaku usaha atas kesalahan, seperti memberikan ulasan buruk tentang toko. Padahal pelaku usaha telah menyerahkan barang

⁴⁹⁹ Nathasya, J., & Apriyani, R. (2023). Hukum Mengenai Hubungan Penjualan Online Diberbagai Ekspedisi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 368-379.

kepada jasa ekspedisi sesuai prosedur, hal ini mengganggu reputasi mereka. Dalam hal ini, penting adanya kejelasan kontraktual dan transparansi informasi antara semua pihak. Mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) juga memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce⁵⁰⁰. Jika upaya non-litigasi tidak berhasil, konsumen dapat pergi ke pengadilan untuk mencari keadilan dan mendapatkan uang kembali.

Perjanjian pengangkutan, yang harus memenuhi syarat sahnya perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu kesepakatan, kecakapan, hal tertentu, dan sebab yang halal, mengatur ketentuan hukum pengiriman barang. Salah satu pihak dapat diminta pertanggungjawaban atas dasar wanprestasi atau perbuatan melawan hukum jika melanggar perjanjian. Sebagai perusahaan pengangkutan, ekspedisi memiliki tanggung jawab untuk menjaga keamanan dan keselamatan barang selama pengiriman. Sesuai dengan Pasal 87 KUHD dan Pasal 1366 KUH Perdata, baik pelaku usaha maupun konsumen bertanggung jawab untuk membayar pihak yang dirugikan jika kelalaian menyebabkan kerugian.

Selain itu, e-commerce bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang menjual barang dan jasa di platformnya mematuhi standar perlindungan konsumen, seperti memberikan informasi yang jelas dan jujur. Untuk melindungi konsumen dari kerugian, platform harus memiliki sistem pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efisien. Tidak hanya UU Perlindungan Konsumen yang mengatur hubungan hukum ini, tetapi juga UU ITE, UU Perdagangan, UU Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan UU Perlindungan Data Pribadi. Ini

⁵⁰⁰ Safitri, W., & Vivid Izziyana, W. (2020). Perlindungan Hukum Konsumen E-Commerce Dalam Jasa Layanan Pengangkutan Barang. *Rechstaat Nieuw*, 5(1), 30-37.

menunjukkan bahwa hukum e-commerce sangat kompleks dan membutuhkan pemahaman lintas sektor dari semua pelaku usaha.

Regulasi menuntut pelaku usaha untuk beritikad baik, transparan, dan tidak diskriminatif dalam melayani konsumen, serta memberikan akses mudah ke informasi dan mekanisme pengaduan. Ini adalah salah satu masalah besar dalam hubungan hukum ini karena asimetri informasi, di mana konsumen sering kali berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan bisnis dan jasa ekspedisi. Jika barang berharga tinggi, seperti barang elektronik, hilang atau dicuri oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, termasuk penyedia pengiriman, batas tanggung jawab penyedia biasanya dibatasi oleh nilai pertanggungan asuransi⁵⁰¹. Konsumen harus memastikan bahwa ada perlindungan tambahan sebelum melakukan transaksi jika nilai barang melebihi batas tersebut.

Seringkali, platform e-commerce membantu mediasi atau arbitrase dalam penyelesaian konflik antara pelanggan, bisnis, dan jasa ekspedisi. Namun, jika kesepakatan tidak tercapai, pengadilan tetap menjadi pilihan terakhir. Untuk menghindari sengketa di kemudian hari, kontrak harus jelas, transparan, dan adil sejak awal transaksi. Pada akhirnya, prinsip kepercayaan, transparansi, dan perlindungan hukum yang seimbang harus digunakan untuk membangun hubungan hukum antara bisnis, e-commerce, jasa ekspedisi, dan pelanggan yang terlibat dalam transaksi digital. Agar ekosistem e-commerce dapat berkembang dengan cara yang sehat, adil, dan berkelanjutan, semua pihak harus memahami dan melaksanakan hak dan kewajibannya secara wajar.

⁵⁰¹ Amanda, S. P., & Mahanani, A. E. E. (2023). Pelindungan Hukum Pengguna Aplikasi Jual Beli Online atas Hilangnya Barang Pesanan saat Menggunakan Jasa Ekspedisi. *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 265-289.

Penyebab Terjadinya Wanprestasi Oleh Jasa Ekspedisi

Dalam hal jasa ekspedisi, wanprestasi atau ingkar janji merupakan suatu kondisi di mana penyedia jasa tidak memenuhi tanggung jawab yang telah dijanjikan dalam kontrak atau kesepakatan layanan dengan konsumen. Dalam industri logistik dan pengiriman barang, jenis wanprestasi ini dapat mencakup keterlambatan pengiriman, kehilangan, kerusakan, atau kegagalan dalam pelacakan dan komunikasi⁵⁰². Wanprestasi ini dapat merugikan konsumen secara material dan perusahaan ekspedisi. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengkaji secara menyeluruh faktor-faktor utama yang menyebabkan layanan ekspedisi tidak berjalan dengan baik.

Ketidakhadiran sistem manajemen yang profesional dan terintegrasi merupakan faktor utama penyebab wanprestasi oleh jasa ekspedisi. Banyak ekspedisi skala menengah dan kecil masih bekerja secara manual atau menggunakan teknologi seadanya. Akibatnya, proses pencatatan, pengiriman, dan pelacakan barang menjadi kacau. Ketika sistem internal tidak mengelola data dengan baik, ada kemungkinan besar terjadi kesalahan, yang pada gilirannya menyebabkan tanggung jawab terhadap konsumen tidak dipenuhi dengan baik⁵⁰³.

Selain itu, tingkat wanprestasi yang tinggi disebabkan oleh kurangnya pelatihan sumber daya manusia (SDM) di sektor ini. Pegawai yang tidak memiliki keterampilan yang cukup sering melakukan kesalahan dalam penanganan barang, salah membaca petunjuk pengiriman, atau bahkan tidak memahami prosedur darurat dalam kasus kendala di

⁵⁰² Hauliani, C. M. (2022). Faktor-Faktor Yang Menjadi Penyebab Timbulnya Wanprestasi Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Privat Law*, 10(2), 218-225.

⁵⁰³ Rahman, A. (2022). Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Fitur Cash on Dilevery Pada Aplikasi Marketplace. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, 31(2), 110-128.

lapangan. Ini menunjukkan betapa kurangnya manajemen dalam menciptakan budaya kerja yang profesional dan berfokus pada kepuasan pelanggan. Perencanaan rute yang buruk dan ketidakmampuan untuk menyesuaikan diri dengan kondisi lapangan adalah faktor lain yang menyebabkan wanprestasi. Banyak ekspedisi tidak mempertimbangkan kondisi lalu lintas, cuaca, atau situasi sosial yang dapat menghambat pengiriman. Ketidakpuasan pelanggan muncul sebagai akibat dari estimasi waktu pengiriman yang tidak akurat akibat ketidaksigapan ini.

Overload kapasitas adalah masalah yang tidak dapat dilepaskan dari penyebab wanprestasi. Perusahaan ekspedisi seringkali tidak siap untuk mengatasi lonjakan permintaan saat volume pengiriman meningkat tajam, seperti promosi belanja online besar-besaran. Pengiriman tertunda, barang tercecer, atau bahkan hilang karena overload yang tidak tertangani secara profesional dapat terjadi karena kekurangan sistem eskalasi dan alokasi sumber daya yang fleksibel. Di samping faktor internal perusahaan, lemahnya regulasi dan kurangnya pengawasan dari otoritas terkait juga dapat menyebabkan wanprestasi. Karena tidak ada standar untuk layanan ekspedisi, tidak semua perusahaan memiliki kewajiban yang sama dalam menjamin bahwa barang dikirim dengan aman dan tepat waktu. Konsumen sering menghadapi kesulitan untuk menuntut ganti rugi karena kontrak atau syarat dan ketentuan layanan ambigu atau sepihak, sehingga merugikan pengguna jasa.

Faktor penting lainnya yang menyebabkan wanprestasi adalah masalah komunikasi antara konsumen dan pihak ekspedisi⁵⁰⁴. Jika ada kendala pengiriman, respons ekspedisi yang lambat atau tidak jelas akan memperburuk

⁵⁰⁴ Palapessy, P. M., Berlianty, T., & Kuahaty, S. S. (2023). Tanggung Jawab Pihak Ekspedisi Dalam Transaksi Pengiriman Barang. *PAMALI: Pattimura Magister Law Review*, 3(2), 139-147.

keadaan. Konsumen merasa diabaikan, dan reputasi perusahaan merosot. Adanya sistem komunikasi dua arah yang buruk sering menyebabkan hal ini terjadi. Perusahaan ekspedisi sering menggunakan subkontraktor untuk menjangkau wilayah yang jauh. Jika tidak ada pengawasan ketat dan standar operasional prosedur (SOP) yang jelas antara perusahaan utama dan mitranya, praktik ini dapat menimbulkan masalah. Pihak utama biasanya tidak bertanggung jawab ketika subkontraktor melakukan kesalahan, sehingga konsumen dirugikan tanpa mekanisme pertanggungjawaban yang adil.

Banyak wanprestasi juga disebabkan oleh masalah dengan sistem pelacakan barang. Konsumen akan sulit memantau posisi barang jika sistemnya tidak real-time atau tidak akurat. Akibatnya, perusahaan tidak dapat memberikan informasi yang memadai ketika terjadi keterlambatan atau kehilangan. Ketidaktahuan ini membuat konsumen curiga. Performa jasa ekspedisi juga dipengaruhi oleh infrastruktur dan faktor geografis. Pengiriman di daerah yang masih kekurangan infrastruktur transportasi atau jalan raya sangat bergantung pada improvisasi⁵⁰⁵. Namun, keterlambatan atau kegagalan pengiriman sering terjadi jika perusahaan ekspedisi tidak melakukan analisis risiko dan tidak menyediakan alternatif logistik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa tekanan harga yang ditimbulkan oleh industri ekspedisi juga menyebabkan masalah. Seringkali, perusahaan jasa ekspedisi menurunkan harga tanpa mengorbankan layanan. Untuk mengurangi biaya, mereka mengurangi tenaga kerja, mengurangi pelatihan, dan menggunakan transportasi yang buruk. Karena sistem tidak mampu menopang kualitas operasional, kinerja tidak dapat dipertahankan. Ketidaksesuaian antara

⁵⁰⁵ Radjab, A. K., & Arliyanda, A. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Wanprestasi Ekspediter. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 3(3), 191-197.

janji layanan dan kenyataan di lapangan juga disebabkan oleh perubahan kebijakan pemerintah yang mendadak, seperti kebijakan lalu lintas atau pembatasan distribusi barang selama pandemi. Saat terjadi perubahan eksternal ini, perusahaan yang tidak memiliki perencanaan darurat akan kesulitan menjaga komitmen konsumen.

Ekspedisi yang tidak menggunakan teknologi informasi secara menyeluruh di era digital saat ini rentan terhadap kesalahan dan masalah operasional. Kegagalan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan otomatisasi dan sistem manajemen berbasis teknologi akan membuat mereka tidak dapat bersaing dalam hal kecepatan, akurasi, dan transparansi layanan. Dalam beberapa kasus, pihak ekspedisi tidak menjelaskan secara jelas batasan tanggung jawab mereka di awal kontrak, yang menyebabkan wanprestasi. Konsumen seringkali tidak menyadari bahwa perusahaan tidak menanggung risiko tertentu, seperti *force majeure* atau risiko pengemasan yang tidak sesuai. Ketidakterbukaan ini menyebabkan konflik ketika ada kerugian, yang membuat konsumen kecewa.

Budaya kerja yang berorientasi pada kuantitas daripada kualitas adalah penyebab tambahan. Banyak bisnis lebih fokus pada keamanan dan ketepatan pengiriman daripada jumlah paket yang dikirim. Mentalitas "asal sampai" ini bertanggung jawab atas banyak kasus di mana barang rusak, salah kirim, atau hilang karena tidak memperhatikan detail proses logistik. Akhirnya, kemungkinan wanprestasi diperparah oleh ketidaksadaran hukum ekspedisi dan pelanggan. Banyak kontrak dibuat tanpa mempertimbangkan aspek hukum atau bahkan tanpa perjanjian tertulis. Akibatnya, tidak ada dasar hukum yang kuat untuk menuntut pertanggungjawaban ketika terjadi pelanggaran. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya edukasi hukum dan transparansi kontrak dalam mencegah kegagalan di industri ekspedisi.

Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Akibat Wanprestasi Oleh Jasa Ekspedisi Yang Merugikan Konsumen

Berbagai bentuk transaksi elektronik, seperti e-commerce, telah muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi. Dalam praktiknya, e-commerce sangat bergantung pada jasa pengiriman sebagai pihak ketiga dalam proses pengiriman produk kepada konsumen. Ketergantungan ini menimbulkan kerentanan hukum, terutama jika terjadi wanprestasi oleh pihak jasa ekspedisi, membahayakan reputasi dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen. Hubungan antara pelaku usaha, konsumen, dan jasa ekspedisi membentuk jaringan hukum yang kompleks di sistem hukum Indonesia⁵⁰⁶. Konsumen cenderung menuntut pelaku usaha e-commerce jika ada masalah dengan jasa pengiriman, seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan, atau kehilangan barang. Meskipun demikian, kerugian tersebut secara langsung disebabkan oleh kelalaian jasa ekspedisi, pihak ketiga.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha harus bertanggung jawab untuk menjamin kualitas barang dan jasa, tetapi tidak mengatur mekanisme untuk melindungi pelaku usaha ketika mereka dirugikan oleh mitra logistiknya. Ini menyebabkan ketimpangan dalam hubungan hukum antara pihak-pihak tersebut. Asas pacta sunt servanda dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) mewajibkan para pihak dalam perjanjian untuk melaksanakan kewajibannya⁵⁰⁷. Apabila terjadi wanprestasi,

⁵⁰⁶ Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dalam Hal Wanprestasi. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Di Sekolah*, 4(1), 208-213.

⁵⁰⁷ Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari

pelaku usaha yang mengadakan perjanjian kerja sama dengan jasa ekspedisi berhak menuntut ganti rugi. Karena proses pembuktian dan penyelesaian sengketa yang kompleks dan memakan waktu, upaya hukum ini seringkali tidak berhasil.

Munir Fuady menyatakan bahwa mekanisme pencegahan dan represif harus menjadi bagian dari perlindungan hukum dalam transaksi bisnis⁵⁰⁸. Sayangnya, banyak pelaku usaha e-commerce tidak membuat kontrak kerja sama yang mencakup klausul tanggung jawab dan ganti rugi yang rinci untuk jasa ekspedisi. Akibatnya, pelaku usaha tidak dapat menuntut keadilan ketika terjadi kerugian. Pelaku usaha biasanya menanggung kerugian dua kali lipat, yakni dalam aspek reputasi toko dan finansial. Kerugian tidak berwujud seperti kehilangan kepercayaan pasar terjadi karena konsumen yang merasa dirugikan menganggap perusahaan sebagai pihak yang bertanggung jawab langsung. Ini menunjukkan bahwa pengaturan hukum yang adil dan seimbang antara pelaku usaha dan penyedia jasa pengiriman diperlukan⁵⁰⁹.

Memperkuat klausul perjanjian antara pelaku usaha dan ekspedisi adalah solusi. Jenis kerugian, bentuk ganti rugi, proses klaim, dan batas waktu penyelesaian harus diatur secara rinci dalam klausul tersebut. Hal ini sesuai dengan prinsip kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata, yang memberikan para pihak kebebasan untuk mengubah isi perjanjian⁵¹⁰. Negara harus hadir dalam bentuk

Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177-189.

508 Fuady, M. (2016). *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

509 Nainggolan, I. (2021). *Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia*. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 1060-1067).

510 Yunita, A., Ferunika, A., Indrawati, N., & Mochammad, F. (2022). *Perlindungan Hukum Terhadap Jasa Pengiriman*

regulasi sektoral yang mengatur tanggung jawab jasa ekspedisi dalam transaksi e-commerce selain pendekatan kontraktual. Saat ini, regulasi terkait jasa ekspedisi masih tersebar dan tidak terkoordinasi. Penguatan regulasi ini akan memberikan pelaku usaha kepastian hukum dan memperjelas rantai tanggung jawab ketika hal-hal tidak berjalan sesuai rencana⁵¹¹.

Menurut Erman Rajagukguk, perlindungan hukum untuk kegiatan ekonomi digital harus disesuaikan dengan kemajuan teknologi dan kompleksitas hubungan hukum⁵¹². Ini membutuhkan penetapan peraturan yang melindungi konsumen dan pelaku usaha dari kerugian yang disebabkan oleh kelalaian pihak ketiga. Selain itu, lembaga penyelesaian sengketa seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) harus ditingkatkan agar mereka dapat mencakup pemilik perusahaan yang memiliki sengketa dengan pihak ketiga.

Dari sudut pandang keadilan, pendekatan hukum tidak boleh terlalu bias. Keadilan substantif hanya dapat terjadi dalam transaksi e-commerce yang melibatkan lebih dari dua pihak jika setiap pihak menerima perlindungan yang sebanding⁵¹³. Menurut pemikiran hukum progresif Satjipto Rahardjo, hukum harus mendukung keadilan substantif daripada prosedural⁵¹⁴. Untuk pelaku usaha e-commerce,

Barang Jalur Darat dalam Perspektif Hukum Perdagangan. *Media of Law and Sharia*, 4(1), 67-74.

⁵¹¹ Kusuma, K. W., Prananingtyas, P., & Lumbanraja, A. D. (2022). Perlindungan Hukum Konsumen Pengguna Jasa Ekspedisi Dalam Hal Terjadinya Wanprestasi Oleh Jasa Ekspedisi. *Notarius*, 15(1), 521-530.

⁵¹² Rajagukguk, E. (2017). *Hukum Ekonomi Indonesia*. Jakarta: FH UI Press.

⁵¹³ Hutapea, S. R., Sidabalok, J., & Samosir, K. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Pengiriman Barang Melalui Perusahaan Jasa Pengiriman Barang. *Jurnal Profile Hukum*, 51-60.

⁵¹⁴ Rahardjo, S. (2016). *Ilmu Hukum Progresif*. Yogyakarta: Genta Publishing.

pendidikan hukum bisnis sangat penting. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) yang menjalankan bisnis online tidak memahami perlindungan hukum dan pentingnya kontrak kerja sama dengan pihak ekspedisi. Ini memperkuat posisi mereka yang lemah jika terjadi sengketa.

Selain itu, diperlukan penguatan sistem pengaduan dan pelaporan kerugian pelaku usaha kepada ekspedisi. Sistem elektronik yang terintegrasi dan terbuka antara pelaku usaha, jasa ekspedisi, dan konsumen akan mempercepat penyelesaian sengketa dan meningkatkan akuntabilitas semua pihak. Perlindungan hukum yang ideal bagi pelaku usaha dalam kasus kegagalan jasa ekspedisi mencakup penegakan hukum dan pencegahan⁵¹⁵. Untuk membuat ekosistem e-commerce yang sehat, dibutuhkan regulasi yang jelas, kontrak yang kuat, pelatihan hukum, dan sistem penyelesaian sengketa yang efektif.

Oleh karena itu, hukum dan kebijakan publik harus diperbarui untuk mengakui pelaku usaha sebagai pihak yang harus dilindungi juga. Pelaku usaha e-commerce tidak dapat berkembang tanpa risiko berlebihan karena kelalaian pihak ketiga seperti jasa ekspedisi, kecuali terdapat sistem hukum yang lebih sistematis dan mengedepankan keadilan bagi sesama.

SIMPULAN

Untuk menjaga kelangsungan dan kepercayaan dalam transaksi elektronik, sangat penting untuk melindungi pelaku usaha e-commerce yang mengalami kegagalan oleh jasa ekspedisi. Tanggung jawab jasa ekspedisi terhadap kerugian konsumen telah diatur oleh beberapa undang-undang,

⁵¹⁵ Kumparan, "Pertanggungjawaban Hukum Pihak Jasa Pengiriman dalam Hal Terjadi Wanprestasi", <https://kumparan.com/fairuz-nathania/pertanggungjawaban-hukum-pihak-jasa-pengiriman-dalam-hal-terjadi-wanprestasi-1zQosJF9EcX/4>

seperti Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, penegakan hukum dan kesadaran konsumen dan pelaku usaha masih kurang. Wanprestasi seperti keterlambatan, kerusakan, atau kehilangan barang menimbulkan kerugian nyata yang seharusnya mendapat kompensasi yang adil, tetapi proses penyelesaian sengketa seringkali tidak efisien dan tidak transparan.

Akibatnya, untuk meningkatkan pemahaman dan pelaksanaan hak dan kewajiban masing-masing, diperlukan penguatan mekanisme penegakan hukum yang lebih tegas dan konsisten serta peningkatan edukasi hukum bagi pelaku usaha dan konsumen. Selain itu, metode penyelesaian sengketa non-litigasi seperti mediasi dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) harus ditingkatkan untuk menjadi pilihan yang efektif dan berkeadilan. Untuk mengurangi wanprestasi dan meningkatkan kepercayaan dalam ekosistem e-commerce yang terus berkembang pesat, sistem pelacakan dan transparansi layanan ekspedisi sangat penting.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, A. R. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Melalui Sosial Media Instagram. *Alauddin Law Development Journal*, 4(2), 446-454.

Amanda, S. P., & Mahanani, A. E. E. (2023). Pelindungan Hukum Pengguna Aplikasi Jual Beli Online atas Hilangnya Barang Pesanan saat Menggunakan Jasa Ekspedisi. *JURNAL HUKUM, POLITIK DAN ILMU SOSIAL*, 2(2), 265-289.

Anggraini, O. E., Yulifa, W. R., & Santoso, A. P. A. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Produk Dalam Hukum Bisnis. In *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 1, pp. 161-161).

Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., ... & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.

Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177-189.

Fuady, M. (2016). *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Hauliani, C. M. (2022). Faktor-Faktor Yang Menjadi Penyebab Timbulnya Wanprestasi Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Privat Law*, 10(2), 218-225.

Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dalam Hal Wanprestasi. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Di Sekolah*, 4(1), 208-213.

Hutapea, S. R., Sidabalok, J., & Samosir, K. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Pengiriman Barang Melalui Perusahaan Jasa Pengiriman Barang. *Jurnal Profile Hukum*, 51-60.

Kusuma, K. W., Prananingtyas, P., & Lumbanraja, A. D. (2022). Perlindungan Hukum Konsumen Pengguna Jasa Ekspedisi Dalam Hal Terjadinya Wanprestasi Oleh Jasa Ekspedisi. *Notarius*, 15(1), 521-530.

Lumentut, R., Frederik, W. A., & Korah, R. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Administratum, 11(3).

Martinelli, I., Saputra, V., William, L., & Licardi, S. (2023). Tanggung Jawab Hukum Atas Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Terhadap Kesesuaian Pembelian Produk Pada Video Promosi Platform TikTok Di Indonesia. *Unes Law Review*, 5(4), 2160-2171.

Mayce, S. V., Ramadani, R. R., Cahyani, R. N., & Anataya, T. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui E Commerce:(Studi

Kasus Pembelian Melalui Sosial Media Tik Tok). *PLEDOI (Jurnal Hukum Dan Keadilan)*, 2(1), 1-11.

Nainggolan, I. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Positif Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 1060-1067).

Nathasya, J., & Apriyani, R. (2023). Hukum Mengenai Hubungan Penjualan Online Diberbagai Ekspedisi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(11), 368-379.

Palapessy, P. M., Berlianty, T., & Kuahaty, S. S. (2023). Tanggung Jawab Pihak Ekspedisi Dalam Transaksi Pengiriman Barang. *PAMALI: Pattimura Magister Law Review*, 3(2), 139-147.

Pantow, C. S. (2020). Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Kerjasama Dagang Antar Perusahaan Menurut Hukum Perdata. *Lex Privatum*, 8(2).

Pohan, M. N., & Hidayani, S. (2020). Aspek Hukum Terhadap Wanprestasi Dalam Perjanjian Sewa Menyewa Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Jurnal Perspektif Hukum*, 1(1), 45-58.

Pratama, N. B., & Deniesa, S. (2023). Legal Protection for Tik Tok Shop Buyers: Comparison between China and Indonesia. *Indonesian Comparative Law Review*, 5(2), 75-89.

Prayuti, Y., Lany, A., Sari, N. E., & Sujana, I. (2024). Penguatan Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Jasa Kesehatan: Perbandingan Hukum Nasional Dan Internasional. *Journal of Syntax Literate*, 9(3).

Prodjodikoro, W. (2022). *Azas-Azas Hukum Perjanjian Edisi Revisi*. Bandung: CV Mandar Maju.

Rahardjo, S. (2016). *Ilmu Hukum Progresif*. Yogyakarta: Genta Publishing.

Rajagukguk, E. (2017). *Hukum Ekonomi Indonesia*. Jakarta: FH UI Press.

Radjab, A. K., & Arliyanda, A. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Wanprestasi

Ekspeditur. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 3(3), 191-197.

Rahman, A. (2022). Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Fitur Cash on Dilevery Pada Aplikasi Marketplace. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, 31(2), 110-128.

Safitri, W., & Vivid Izziyana, W. (2020). Perlindungan Hukum Konsumen E-Commerce Dalam Jasa Layanan Pengangkutan Barang. *Rechstaat Nieuw*, 5(1), 30-37.

Satrio, I. P. (2022). *Authorities and Responsibilities of Notaries Regarding the Implementation of Cyber Notary in Indonesia*. *Authentica*, 5(1), 46-72.

Sya'diyah, L., & Handriana, T. (2024). Pengaruh Brand Trust Pada Perceived Value Dan Perceived Risk Dampaknya Terhadap Purchase Intention Pada Jasa Ekspedisi JNE Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 29(3), 519-533.

Soekanto, S. (2014). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Soeroso, R. (2016). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

Yunita, A., Ferunika, A., Indrawati, N., & Mochammad, F. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Jasa Pengiriman Barang Jalur Darat dalam Perspektif Hukum Perdagangan. *Media of Law and Sharia*, 4(1), 67-74.