

**ANALISIS YURIDIS IMPLEMENTASI PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 80
TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK
DALAM PRAKTIK E-COMMERCE DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**

¹Siti Maimanah, ²Dede Selamat Permana

¹Fakultas Hukum, Universitas Pamulang,

²Fakultas Hukum, Universitas Pamulang

E- Mail: ¹maimanahsiti07@gmail.com , ²dedesp27@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan bisnis perdagangan elektronik (*e-commerce*) menjadi suatu penghargaan sekaligus menjadi tantangan bagi pemerintah. Pasalnya, sejumlah masalah yang berpengaruh terhadap ketidakpuasan pelanggan belum terselesaikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara yuridis implementasi Undang-Undang Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada praktik perdagangan secara elektronik dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian hukum kualitatif, dengan metode pendekatan secara yuridis normatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada ketidaksesuaian antara regulasi yang diatur oleh pemerintah dengan tata laksana dan prosedur yang berlaku pada perdagangan elektronik (*e-commerce*) dalam hal pengiriman barang atau jasa dan ketidaksesuaian tersebut menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Sehingga peraturan pemerintah perlu dilakukan penyesuaian atau revisi agar lebih jelas, detail, dan tidak multitafsir, serta mekanisme keluhan pelanggannya dibuat secara terintegrasi dengan mekanisme penyelesaiannya menganut prinsip *locus delicti* atau kompetensi absolut sehingga penyelesaiannya menjadi lebih cepat.

Kata Kunci : *e-commerce*, ketidaksesuaian regulasi, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Fast growth business electronics (e-commerce) to something appreciation at a time Becomes challenge for government . The reason is , a number of influential problem _ to dissatisfaction customer not yet resolved. This study aims to analyze juridically the implementation of law number 80 of 2019 concerning trading through electronic systems on electronic trading practices and their impact on costumer satisfaction. This research is a qualitative legal research, with a normative juridical approach. The data sources in this study are secondary data sources in the form of primary legal materials, secondary legal material and tertiary legal materials. The result of the study indicate that there is a discrepancy between the regulations regulated by the government and the procedures and procedures applicable to electronic commerce (e-commerce) in terms of the delivery of goods or services and this discrepancy causes costumer dissatisfaction. So that government regulations need to be adjusted or revised to be clearer, detailed, and not multi-interpreted, and the costumer complaint mechanism is made in an integrated manner with the settlement mechanism adhering to the principle of locus delicti or absolut competence so that the settlement becomes faster.

Keyword : e-commerce, regulatory non-compliance, costumer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi yang berkembang pesat menuntut manusia dan perusahaan untuk memanfaatkannya guna memenuhi berbagai macam kebutuhan. Keberadaan teknologi informasi bukan hanya sebagai pelengkap berjalannya sebuah perusahaan, namun sudah menjadi bagian dalam strategi perusahaan sebagai faktor penentu tercapainya sasaran dan tujuan yang dirancang. Kini, teknologi informasi hampir menyelimuti seluruh aspek kehidupan masyarakat, dan yang paling nyata terlihat adalah pada sektor perdagangan.

Kecanggihan teknologi dan informasi mengantarkan sistem perdagangan berbasis digital. Persaingan menjadi lebih ketat, dimana setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan keunggulannya kepada konsumen agar terus dapat bertahan. Semakin menarik, mudah, cepat, dan sesuai harapan konsumen tentu menjadi pilihan utama. Pasalnya, sistem penjualan yang semakin diminati oleh banyak konsumen, maka peluang keuntungan bagi perusahaan juga akan semakin besar. Oleh karena itu, sistem penjualan suatu perusahaan merupakan hal mutlak yang perlu diperhatikan, tentunya tidak terlepas dari bagaimana perusahaan tersebut memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi.

Masifnya pengguna jejaring internet membuat peluang pasar belanja *online* menjadi sangat terbuka, hal itu pula yang memicu lahirnya perdagangan elektronik atau dikenal dengan sebutan *e-commerce*, dimana tawaran berbagai kemudahan dan manfaat yang dapat dirasakan langsung menjadi daya tarik bagi masyarakat. Dewasa ini, fenomena jual beli secara *online* yang tumbuh dan menjamur ditengah masyarakat tidak dapat terelakan, mulai dari penjualan kebutuhan barang pribadi, kebutuhan alat rumah tangga, alat elektronik, dan lain sebagainya. Melalui belanja secara *online*, dimana proses transaksi jual beli dilakukan melalui media digital, hal itu yang kemudian memungkinkan dua belah pihak untuk menembus batas jarak, ruang dan waktu. Terobosan tersebut membuat semua orang dapat melakukan bisnis melalui dunia maya menggunakan jejaring internet.

Di Indonesia, bisnis *e-commerce* mengalami perkembangan yang sangat pesat beberapa tahun terakhir, terlebih dengan adanya pandemi covid-19 dimana masyarakat dihimbau agar tetap di rumah dan belanja *online* menjadi pilihan alternatif jitu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Banyak pengamat menyebutkan bahwa, bisnis *e-commerce* akan semakin berkembang dimasa depan. Kemudahan dalam mengakses jejaring internet membuat konsumen *e-commerce* terus meningkat, beberapa alasannya adalah praktis, sistem pembayaran yang mudah, efisiensi waktu, dan ditambah lagi dengan banyaknya harga promo

menarik yang diberikan oleh para pelaku bisnis *online*. Alasan tersebut tidak lain adalah sebagai bentuk kualitas layanan yang harus diberikan oleh para pelaku bisnis *online*.

Kualitas layanan dalam konteks *e-commerce* semakin dikenal sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, sebuah isu strategis untuk kesuksesan jangka panjang.¹ Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan layanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen,² karena perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.³ Tetapi survey konsumen menunjukkan bahwa hal yang paling signifikan yang menghalangi seseorang untuk berbelanja secara *online* adalah, tidak adanya pengalaman yang menyenangkan, interaksi sosial, dan konsultasi pribadi dengan perwakilan perusahaan.⁴ Situasi ketidakpuasan terjadi ketika konsumen telah menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli kemudian merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Karena pada dasarnya, ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun produsen atau penyedia jasa, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek (*brand switching*), dan berbagai macam perilaku komplain.⁵

Selaku pemangku kebijakan, pemerintah juga mengeluarkan beberapa regulasi untuk mengatur jalannya sistem bisnis *online*, salah satu regulasi yang terbaru adalah PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Informasi Elektronik. Regulasi yang dikeluarkan tersebut diharapkan mampu mentertibkan jalannya sistem bisnis *online*, juga menjadi pedoman bagi para pelaku bisnis *online*. Namun pada faktanya, regulasi yang mengatur jalannya sistem bisnis *online* tersebut masih belum sepenuhnya tepat sasaran, masih marak penyalahgunaan yang dilakukan oleh para pelaku bisnis *online* yang menimbulkan rasa ketidakpuasan konsumen. Menurut laporan Kementerian Perdagangan, sepanjang tahun 2021 terdapat 9.393 pengaduan konsumen, dimana jumlah tersebut meningkat 10 kali lipat dibandingkan dengan tahun 2020 lalu yang berjumlah 931 pengaduan. Direktur Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN), Veri Anggrijono, menyebutkan pengaduan

¹ Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A. 2004. *Reassessment Of Expectations As A Comparison Standard In Measuring Service Quality: Implications For Future Research*. *Journal Of Marketing*

² Elu, Balthasar. 2005. *Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi Vol. 13, No. 3 (September)*.

³ Gilbert, G.R. et.al. 2004. *Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach*. *The Journal of Services Marketing*, 18.

⁴ Kotler, Philip. 2008. *Principle Of Marketing 12th Edition*. *Prinsip-prinsip Pemasaran (12th Ed)*. Ahli Bahasa: Sabran, Bob. Jakarta: Erlangga.

⁵ Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi

disektor dagang (*e-commerce*) sebanyak 95,3% atau sebanyak 8.949 pengaduan konsumen. Menurutnya, pengaduan pada *e-commerce* tersebut meliputi sektor makanan dan minuman, jasa transportasi, pengembalian dana (*refund*), pembelian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian atau rusak, barang tidak diterima konsumen, dan pembatalan sepihak oleh pelaku usaha. Sedangkan menurut Koordinator Pengaduan YLKI, 56% pengaduan yang diterima YLKI berisi keluhan para konsumen yang barang mereka pesan di belanja *online* atau daring yang tak kunjung sampai ketempat mereka.⁶ Menurut YLKI aduan terkait belanja *online* selama ini masih tetap dalam permasalahan yang sama, namun perusahaan dagang atau *e-commerce* dan logistik tidak banyak berbenah.⁷ Sejumlah permasalahan tersebut, merupakan hal yang harus menjadi perhatian serius untuk segera dibenahi, karena secara tidak langsung daya tarik pelanggan akan menurun seiring kepuasan yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan.

Kepuasan menjadi suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kenyataan atas kebutuhan mampu dipenuhi. Kepuasan pelanggan menjadi elemen penting sebagai ukuran atas penyediaan layanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.⁸ Karena kepuasan, adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.⁹ Kepuasan pelanggan menjadi ciri atas istimewa sebuah produk atau jasa yang diberikan, tentunya, kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui pelayanan yang terus terjaga kualitasnya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti melakukan kajian mendalam sehingga memunculkan beberapa rumusan masalah, antara lain:

1. Apakah ada ketidaksesuaian antara regulasi yang telah diatur oleh pemerintah dengan tata laksana dan prosedur pelayanan pengiriman barang yang berlaku pada *e-commerce*?
2. Apa dampak dari ketidaksesuaian tersebut terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce*?

Tujuan Penelitian

⁶ Ekonomi.bisnis.com, 07 Januari 2022 link <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220107/12/1486562/pengaduan-konsumen-meningkat-10-kali-lipat-mayoritas-soal-e-commerce>, diakses pada tanggal 23 Maret 2022

⁷ *Ibid.*

⁸ Kotler, P dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: PT. Inseks.

⁹ Lovelock, Cristopher, and Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing, People, Tecnology, Strategy*. New Jersey.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengkaji dan menganalisis ketidaksesuaian antara regulasi yang telah diatur oleh pemerintah dengan tata laksana dan prosedur pelayanan yang berlaku pada *e-commerce* dalam hal pengiriman barang atau jasa. Dan untuk menganalisis dampak dari ketidaksesuaian tersebut sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan *e-commerce*.

METODE PENELITIAN

Dalam kegiatan penelitian ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan sebagai upaya untuk menganalisis dan memecahkan masalah secara ilmiah, sistematis dan masuk akal. Suatu penelitian diawali karena adanya kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein* yaitu adanya kesenjangan antara teori yang ada dengan realita yang terjadi di lapangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian hukum normatif. Metode penelitian hukum normatif dikenal sebagai metode penelitian hukum doktrinal yaitu suatu penelitian yang dapat dimaknai sebagai penelitian hukum dalam tataran norma, kaidah, asas-asas, teori, filosofi, dan aturan hukum guna mencari solusi atau jawaban atas permasalahan baik dalam bentuk kekosongan hukum, konflik norma, atau kebaruan hukum. Dengan demikian metode penelitian hukum normatif memiliki karakteristik sebagai penelitian kepustakaan atau *literature research*.¹⁰

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif adalah “suatu pendekatan yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku”.¹¹ Sumber data yang digunakan dalam penelitian hukum normatif yaitu data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier yaitu peraturan perundang-undangan, jurnal-jurnal ilmiah dan kamus hukum.

¹⁰ Yati, N. I, & M. Yasir, S (2021). *Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum*. Jurnal Penegakan Hukum Indonesia (JPHI), 1(2), Hal. 8

¹¹ Bambang Sunggono. (2003). *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta. PT Raja. Hal. 32

PEMBAHASAN

Ketidaksesuaian Antara Regulasi Yang Telah Diatur Oleh Pemerintah Dengan Tata Laksana Dan Prosedur Pelayanan Pengiriman Barang Yang Berlaku Pada *E-Commerce*

1. Ketentuan Perdagangan Elektronik Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Regulasi Perdagangan Elektronik diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. PMSE lebih dikenal dengan sebutan *electronic commerce* atau *E-commerce* dalam kehidupan masyarakat. Semua kegiatan transaksi dalam perdagangan ini dilakukan secara elektronik mulai dari bukti elektronik, Iklan Elektronik, Penawaran Secara Elektronik, Penerimaan Secara Elektronik, dan Konfirmasi Elektronik, Kontrak Elektronik, pembayaran secara elektronik dan penyelesaian sengketa juga dapat diselenggarakan secara elektronik (*online dispute resolution*) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelaku usaha dalam kegiatan PMSE ini meliputi pedagang, PPMSE dan Penyelenggara Sarana Perantara baik yang berasal dari dalam atau luar negeri. Terkait persyaratan, Hak dan kewajiban pelaku usaha sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan ini.

Pedagang (*merchant*) adalah Pelaku Usaha yang melakukan PMSE baik dengan sarana yang dibuat dan dikelola sendiri secara langsung atau melalui sarana milik pihak PPMSE, atau Sistem Elektronik lainnya yang menyediakan sarana PMSE. Penyelenggara Sarana Perantara (*intermediary services*) adalah Pelaku Usaha Dalam Negeri atau Pelaku Usaha Luar Negeri yang menyediakan sarana Komunikasi Elektronik selain penyelenggara telekomunikasi yang hanya berfungsi sebagai perantara dalam Komunikasi Elektronik antara pengirim dengan penerima. Sedangkan Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PPMSE adalah Pelaku Usaha penyedia sarana Komunikasi Elektronik yang digunakan untuk transaksi Perdagangan.

Berdasarkan pasal 2 angka ayat (5) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa Penyelenggara sistem elektronik lingkup privat meliputi penyelenggara yang diatur atau diawasi oleh kementerian atau lembaga berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan

penyelenggara yang memiliki portal, situs, atau aplikasi dalam jaringan melalui internet yang dipergunakan untuk:

1. menyediakan, mengelola, dan atau mengoperasikan penawaran dan atau perdagangan barang dan atau jasa;
2. menyediakan, mengelola, dan atau mengoperasikan layanan transaksi keuangan;
3. pengiriman materi atau muatan digital berbayar melalui jaringan data baik dengan cara unduh;
4. melalui portal atau situs, pengiriman lewat surat elektronik, atau melalui aplikasi lain ke perangkat
5. pengguna;
6. menyediakan, mengelola, dan atau mengoperasikan layanan komunikasi meliputi namun tidak terbatas pada pesan singkat, panggilan suara, panggilan video, surat elektronik, dan percakapan dalam jaringan dalam bentuk platform digital, layanan jejaring dan media sosial;
7. layanan mesin pencari, layanan penyediaan Informasi Elektronik yang berbentuk tulisan;
8. suara, gambar, animasi, musik, video, film, dan permainan atau kombinasi dari sebagian dan/ atau seluruhnya; dan/ atau
9. Pemrosesan Data Pribadi untuk kegiatan operasional melayani masyarakat yang terkait dengan aktivitas Transaksi Elektronik.

Berdasarkan ketentuan pasal tersebut yaitu khususnya angka 1 dan angka 9 maka *marketplace* dan jasa ekspedisi dapat dikategorikan sebagai penyelenggara sistem elektronik lingkup privat yang menyelenggarakan transaksi elektronik antara penjual dan pembeli, yang juga merupakan pelaku usaha dalam Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE).

Mengingat latar belakang dalam penelitian ini yaitu meningkatnya pengguna *e-commerce* dan meningkatnya pula aduan konsumen yang berisi keluhan pelanggan terutama dalam masalah pengiriman barang. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti mengapa terjadi demikian, apakah ada ketidak sesuaian antara regulasi regulasi yang telah diatur oleh pemerintah dengan tata laksana dan prosedur pelayanan pengiriman barang yang berlaku pada *e-commerce*?

2. Regulasi Pengiriman Barang Dan Jasa Pada *E-Commerce* Menurut PP No. 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Sebagaimana disebutkan dalam pasal 5 dalam Peraturan Pemerintah ini, bahwa pelaku usaha pada *e-commerce* meliputi pedagang, PPMSE dan Penyelenggara Sarana Perantara baik yang berasal dari dalam atau luar negeri. *Marketplace* dan jasa ekspedisi merupakan salah satu pelaku usaha yang termasuk ke dalam kategori PPMSE.

Marketplace merupakan sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi dalam *e-commerce*. *Platform Marketplace* merupakan sebuah aplikasi berbasis online yang memfasilitasi penjual dan pembeli untuk berinteraksi dan bertransaksi melalui *platform marketplace*. Konsep *marketplace* sendiri mirip dengan pasar tradisional, yaitu menyediakan tempat untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli.¹² Kehadiran *marketplace* memberikan peluang yang besar terhadap kemajuan perekonomian negara sebab secara tidak langsung *marketplace* menciptakan lapangan pekerjaan yang tidak terbatas. Adapun dampak positif bagi keberadaan *e-commerce* ini, seperti adanya transaksi jual beli yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Namun selain adanya dampak positif, terdapat pula dampak negatif yang berkaitan dengan aspek keamanan saat transaksi jual beli yang akan berhubungan juga dengan aspek kepastian hukum.¹³

Jasa Ekpedisi atau penyedia jasa pengiriman barang merupakan layanan pengiriman barang yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang tersebut. Keberadaan penyedia jasa ekspedisi atau jasa pengiriman barang memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja arus barang ke suatu wilayah, peran utama dari penyedia jasa ekspedisi barang adalah sebagai sarana transportasi barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan serta meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak antar kota maupun jarak luar kota ataupun daerah.¹⁴ Hal ini membuat konsumen harus kritis dalam memilih layanan ekspedisi yang mereka gunakan dalam pengiriman barang, hadirnya penyedia jasa ekspedisi memiliki peran yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan bahwa barang dari daerah pemberangkatan sampai tujuan akan sampai dengan selamat dan memberikan kepuasan terhadap konsumen.

¹² Hanif, N. R dkk (2021), Tanggung Gugat, Marketplace, *Dinamika Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, Volume 27 Nomor 2, Januari 2021 Hal. 238

¹³ Abdul, H.B. (2017). *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia*. Bandung: Nusa Berung. Hlm.89.

¹⁴ Wati, S & Fitrin, R.S. (2021), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi*. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 7 (2). Hlm. 726

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ini, *Marketplace* dan Penyedia Jasa Ekspedisi merupakan pelaku usaha penyelenggara sistem elektronik lingkup privat yang menyelenggarakan transaksi elektronik antara penjual dan pembeli. Yang kemudian didalam Peraturan Pemerintah ini disebut sebagai PPMSE. Marketplace atau penyedia jasa ekspedisi memiliki kedudukan yang sama yaitu sebagai pelaku usaha PPMSE. Perbedaan keduanya hanya pada objek yang diperdagangkan. Ketentuan pengiriman barang dan jasa dalam menurut Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah sebagai berikut.

Pasal 26, mewajibkan Pelaku Usaha untuk:

- a. melindungi hak-hak Konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan Konsumen; dan
- b. mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.

Pasal 27, mewajibkan Pelaku Usaha untuk menyediakan layanan pengaduan bagi Konsumen. Pasal 64, menyebutkan bahwa:

- a. *Dalam setiap pengiriman Barang dan/atau Jasa yang menggunakan jasa kurir atau mekanisme pengiriman lainnya, Pelaku Usaha harus memastikan:*
 - (1) *keamanan Barang dan/atau Jasa;*
 - (2) *kelayakan kondisi Barang dan/Jasa;*
 - (3) *kerahasiaan Barang dan/atau Jasa;*
 - (4) *kesesuaian Barang dan/atau Jasa yang dikirim; dan*
 - (5) *ketepatan waktu pengiriman Barang dan/atau Jasa, sesuai kesepakatan transaksi Perdagangan Barang dan/atau Jasa melalui Sistem Elektronik.*
- b. Pelaku Usaha wajib menyampaikan informasi mengenai Barang yang telah dikirim.
- c. Pelaku Usaha tidak dapat membebani Konsumen mengenai kewajiban membayar Barang yang dikirim tanpa dasar kontrak.

Pasal 65, menyebutkan bahwa:

- a. Dalam hal transaksi diselesaikan oleh PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri, maka pengiriman Barang dan/atau Jasa merupakan tanggung jawab PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri.
- b. Dalam pengiriman Barang dan/atau Jasa, PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri dapat bekerjasama dengan Pelaku Usaha pengiriman Barang dan/atau Jasa berdasarkan perjanjian kerjasama yang dibuat oleh PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri dan Pelaku Usaha pengiriman Barang dan/atau Jasa.

Pasal 66, menyebutkan bahwa:

- a. Dalam hal pengiriman Barang dan/atau Jasa dilakukan oleh PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri, PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri wajib memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu mengenai jangka waktu dan status pengiriman kepada Konsumen secara berkala.
- b. Dalam hal terdapat kesalahan dan/atau ketidaksesuaian antara jangka waktu aktual dan jangka waktu pengiriman Barang dan/atau Jasa yang telah disepakati dalam Kontrak Elektronik dengan Barang dan/atau Jasa yang dikirim sehingga menimbulkan perselisihan antara Konsumen dengan Pelaku Usaha, maka PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri wajib menyelesaikan perselisihan tersebut.

Berdasarkan ketentuan-ketentuan sebagaimana disebutkan diatas, penulis berkesimpulan bahwa berdasarkan peraturan pemerintah tersebut maka *marketplace* dan jasa ekspedisi terikat dalam satu aturan dan tanggung jawab yang sama untuk memnuhi hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam Undang-undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam undang undang tersebut yaitu meliputi:

- 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 konsidi 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 sebagaimana mestinya.

3. Tata Laksana Dan Prosedur Pelayanan Yang Berlaku Pada Marketplace Dan Penyedia Jasa Ekpedisi.

Dalam bahasa Indonesia *Terms and Conditions* yang sering di singkat T&C memiliki arti Syarat & Ketentuan. Secara umum definisi *Terms and Conditions* adalah sebuah perjanjian antara pemilik dan pengguna layanan yang berisikan mengenai ketentuan ketentuan terkait mengatur hak, kewajiban, tanggung jawab dan juga aturan dalam penggunaan situs.¹⁵ *Terms and Conditions* berfungsi sebagai kesepakatan kontrak antara pemilik layanan dengan pengguna layanan. Hal ini ditujukan untuk mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak. Untuk menggunakan situs web, produk, atau aplikasi seluler, pengguna layanan harus setuju untuk mematuhi *Terms and Conditions* yang telah dibuat dan untuk menyediakan layanan sesuai dengan persyaratan yang ada. Sehingga untuk meminimalisir terjadinya hal-hal yang merugikan dan menimbulkan sengketa, Aji mengingatkan konsumen untuk tidak mengabaikan *terms and conditions* yang ada di seluruh *platform digital*. *Terms and conditions* yang diberikan oleh pelaku usaha *e-commerce* dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk terus melakukan transaksi atau sebaliknya.¹⁶

Klausul *disclaimer* merupakan suatu pernyataan yang digunakan pelaku usaha untuk membatasi atau mengalihkan tanggung jawab hak dan kewajiban dari sebuah perikatan dan perbuatan hukum. Pencantuman klausul *disclaimer* ini seolah-olah menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk dapat dengan bebas mengalihkan tanggung jawabnya yang bertujuan untuk memberikan perlindungan bagi dirinya, sedangkan konsumen dirugikan karena tidak dapat mengajukan klaim atau meminta pertanggungjawaban apabila terjadi wanprestasi.

Tabel 1. *Terms and Conditions* pada Marketplace

<i>Marketplace</i>	<i>Terms and Conditions</i>
Tokopedia ¹⁷	<ul style="list-style-type: none">➤ Pengguna Tokopedia wajib menyediakan jasa perusahaan ekspedisi yang telah mendapatkan verifikasi rekanan Tokopedia.➤ Setiap ketentuan berkenaan dengan proses pengiriman Barang adalah wewenang sepenuhnya penyedia jasa layanan pengiriman Barang.

¹⁵ Adammuiz.com, *Terms And Conditions : Pengertian, Fungsi, Manfaat Dan Contoh Cara Membuat*, link <https://adammuiz.com/pengertian-terms-and-conditions/>, diakses pada tanggal 23 Maret 2022

¹⁶ Hukumonline.com, *Pentingnya Memahami Term and Conditions saat menggunakan platform digital*, link <https://www.hukumonline.com/berita/a/pentingnya-memahami-term-and-condition-saat-menggunakan-platform-digital-lt617c098519863?page=2>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022

¹⁷ Tokopedia.com, *Term & Conditions*, link <https://www.tokopedia.com/terms>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Penjual wajib memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh jasa layanan pengiriman barang tersebut dan bertanggung jawab atas setiap Barang yang dikirimkan. ➤ Pengguna memahami dan menyetujui bahwa setiap permasalahan yang terjadi pada saat proses pengiriman Barang oleh penyedia jasa layanan pengiriman Barang adalah merupakan tanggung jawab penyedia jasa layanan pengiriman. ➤ Dalam hal diperlukan untuk dilakukan proses pengembalian barang, maka Pengguna, baik Penjual maupun Pembeli, diwajibkan untuk melakukan pengiriman barang langsung ke masing-masing Pembeli maupun Penjual. Tokopedia tidak menerima pengembalian atau pengiriman barang atas transaksi yang dilakukan oleh Pengguna dalam kondisi apapun. ➤ Dalam hal terjadi kendala dalam proses pengiriman berupa barang hilang, barang rusak, dan lain sebagainya, Pembeli dan Penjual dapat melaporkan ke pihak Tokopedia paling lambat 3x24 jam sejak waktu pengiriman untuk dilakukan proses investigasi. ➤ Menyediakan pusat resolusi yaitu fitur yang disediakan oleh Tokopedia untuk memfasilitasi penyelesaian masalah transaksi antara Pembeli dan Penjual. Fitur ini akan secara otomatis menahan dana pembayaran barang ke Penjual sampai dengan permasalahan yang dilaporkan ke Pusat Resolusi selesai. ➤ Tokopedia berwenang untuk melakukan mediasi dan/atau mengambil keputusan untuk penyelesaian masalah didalam diskusi Pusat Resolusi, meskipun salah satu pihak (Pembeli atau Penjual) belum memberikan tanggapan atas solusi yang diberikan Pusat Resolusi dalam jangka waktu 2 x 24 jam ➤ Tokopedia menyediakan layanan pengaduan konsumen 1 x 24 jam
Shopee ¹⁸	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Menyediakan layanan jasa kirim yang didukung / terintegrasi dengan sistem Shopee

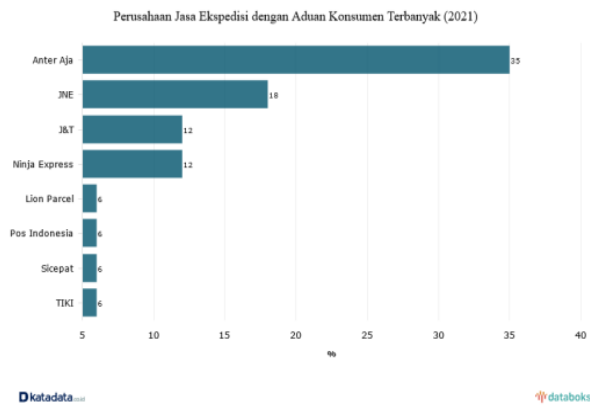
¹⁸ Shopee.co.id, Pusat Edukasi Penjual Indonesia, link <https://seller.shopee.co.id/edu/article/3384>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ganti rugi atas kerusakan atau kehilangan barang sepenuhnya akan diproses sesuai kebijakan yang ditetapkan oleh pihak jasa kirim. ➤ Semua biaya ganti rugi jika barang rusak /hilang dalam pengiriman akan ditanggung oleh Penjual atau Pembeli. ➤ Asuransi hanya tersedia untuk pesanan dengan pilihan metode pembayaran COD yang hilang/rusak dalam pengiriman. ➤ Shopee menyarankan Penjual untuk mengasuransikan barang bernominal tinggi atau pesanan yang belum terlindungi senilai harga barang dengan mengajukan langsung ke pihak jasa kirim saat melakukan pick up atau antar ke counter ➤ Penjual bisa menggunakan Shopee Xpress dan/atau mengaktifkan metode pembayaran COD (Bayar di Tempat) untuk mendapatkan perlindungan garansi 100%. ➤ Shopee sebagai mediator pihak Penjual dan Pembeli, jika pesanan yang dikirim dinyatakan hilang oleh pihak jasa kirim. ➤ Menyediakan fitur “<i>Order Tracking</i>” untuk jasa pengiriman yang didukung shopee ➤ Shopee menyiapkan layanan pengaduan konsumen 1 x 24 jam
Lazada ¹⁹	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pengiriman Produk dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa kurir/pengiriman yang ditunjuk oleh masing-masing Penjual, bukan oleh Lazada. ➤ Lazada bertanggung jawab untuk memfasilitasi laporan/keluhan dari Pelanggan apabila Pelanggan belum menerima Produk dalam jangka waktu yang diestimasikan. ➤ Dalam hal Pelanggan belum menerima Produk dalam jangka waktu yang diestimasikan, Pelanggan harus memberitahu <i>Customer Service</i> yang disediakan melalui Platform. ➤ Lazada selanjutnya akan meneruskan keberatan Pelanggan kepada Penjual dan/atau perusahaan penyedia jasa kurir/pengiriman yang bersangkutan untuk mencari solusi yang terbaik bagi Penjual dan Pelanggan (Sebagai Pihak mediator).

¹⁹ Lazada.co.id, *Lazada Term of use*, link <https://www.lazada.co.id/terms-of-use>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tanggungjawab Lazada terbatas pada layanan Lazada melalui <i>Customer Service</i> untuk memfasilitasi laporan/keluhan Pelanggan kepada Penjual dan/atau perusahaan penyedia jasa kurir/pengiriman yang bersangkutan. ➤ Jika ada keterlambatan dalam pengiriman produk, Penjual dan/atau Lazada dapat saja dengan kebijakannya sendiri menawarkan <i>Voucher</i> kepada Pelanggan. Dengan diterimanya <i>Voucher</i> tersebut oleh Pelanggan, maka dengan penerimaan tersebut tanda Pelanggan setuju untuk tidak memberikan tuntutan lebih lanjut terhadap Penjual dan Lazada. ➤ Resiko kerusakan atau kehilangan: Pada saat Produk telah berpindah tangan dari kurir kepada Pelanggan atau orang lain yang mewakili Pelanggan, atau orang yang Pelanggan tuju/tunjuk atau pihak yang berwenang untuk menerima barang di kantor atau hunian, maka risiko kerusakan atau hilangnya Produk berada pada Pelanggan. ➤ Penjual wajib memastikan kurir untuk selalu mendapatkan nama jelas penerima barang dan waktu (tanggal/bulan/tahun) diterimanya Barang oleh penerima Barang. ➤ Pelanggan dapat melacak status pengiriman pada halaman "<i>Order Tracking</i>" pada Platform Lazada ➤ Lazada menyediakan layanan pengaduan konsumen 1 x 24 jam
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabel diatas merupakan contoh beberapa marketplace yang paling populer di Indonesia. Dan menurut penulis hampir semua masyarakat Indonesia tau akan beberapa marketplace tersebut. Jadi berdasarkan tabel sebagaimana telah disajikan diatas, penulis berkesimpulan bahwa pihak marketplace memberikan pembatasan *disclaimer* terhadap tanggung jawab pelaku usaha dalam hal pengiriman barang. Berdasarkan term and conditions tersebut, menyatakan bahwa setiap permasalahan yang terjadi pada saat proses pengiriman barang seperti ganti rugi atas kerusakan atau kehilangan barang, pihak marketplace melimpahkan wewenangnya kepada pihak penyedia jasa ekspedisi. Dan pihak marketplace hanya bertanggung jawab sebagai pihak perantara yang mempertemukan antara pembeli dan penjual.



Gambar 1. Grafik Aduan Konsumen

Grafik data diatas menunjukkan data aduan konsumen dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) terhadap perusahaan ekspedisi yang diambil dari situs katadata.co.id. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) melaporkan, sebanyak 3,2% dari total 535 aduan selama 2021 merupakan keluhan soal perusahaan jasa ekspedisi atau pengantar paket. Anter Aja menjadi perusahaan jasa ekspedisi dengan jumlah aduan terbanyak. Aduan soal Anter Aja mencakup 35% dari total aduan terhadap perusahaan jasa ekspedisi. JNE berada di peringkat kedua dengan 18% dari total aduan dan Perusahaan jasa ekspedisi multinasional, J&T dan Ninja Express berada di peringkat selanjutnya dengan persentase yang sama yakni 12%.²⁰ Kemudian penulis meneliti dan menganalisis informasi sebagaimana tertuang dalam term and conditions yang berlaku pada penyedia jasa ekspedisi yang paling banyak diadukan konsumen adalah sebagai berikut dibawah ini.

Tabel 2. *Terms and Conditions* pada Jasa Ekspedisi

Jasa Ekspedisi	<i>Terms and Conditions</i>
ANTERAJA ²¹	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ANTERAJA bertanggung jawab terhadap Paket yang biaya pengirimannya telah dibayar lunas (kecuali bila ada kesepakatan tertentu antara ANTERAJA dengan Pengirim) ➤ Apabila terdapat kesalahan informasi data serta ketidaksesuaian antara isi Paket dengan informasi mengenai isi Paket pada Resi, maka menjadi tanggungjawab Pengirim sepenuhnya dan

²⁰ Katadata.co.id, 11 januari 2022, *YLKI: Anteraja Perusahaan Ekspedisi Paling Banyak Dikeluhkan Konsumen*, link <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/11/yuki-anter-aja-perusahaan-ekspedisi-paling-banyak-dikeluhkan-konsumen>, diakses pada tanggal 24 maret 2022

²¹ Antareja.id. *Term And Conditions*, link <https://anteraja.id/terms-and-conditions>, diakses pada tanggal 24 maret 2022

membebasakan ANTERAJA atas pelanggaran hukum yang dilakukannya sesuai ketentuan hukum Republik Indonesia.

- Atas permintaan Pengirim, ANTERAJA dapat menyediakan layanan pengemasan Paket sesuai dengan standar pengiriman dengan biaya tambahan. Kerusakan atau kehilangan yang diakibatkan karena ketidaksempurnaan dalam pembungkusan oleh Pengirim merupakan tanggungjawab Pengirim
- ANTERAJA tidak bertanggung jawab atas hal-hal sebagai berikut:
 - Kehilangan kegunaan pada Paket yang tidak rusak secara fisik;
 - Keterlambatan, kehilangan atau kerusakan Paket karena keadaan memaksa (*force majeure*) seperti bencana alam, aksi huru-hara, pemberontakan, dan keadaan-keadaan di luar kemampuan ANTERAJA lainnya;
 - Semua kerusakan dan resiko teknis dari Paket berupa mesin dan barang elektronik yang terjadi selama proses pengiriman oleh ANTERAJA yang menyebabkan tidak berfungsinya Paket tersebut;
 - Kehilangan kesempatan memperoleh keuntungan akibat dari kehilangan, kerusakan, dan keterlambatan pengiriman Paket;
 - Penahanan, penyitaan atau pemusnahan Paket oleh pihak yang berwenang yang termasuk namun tidak terbatas pada: Bea Cukai, Karantina, Polisi, Kejaksaan, dan instansi-instansi berwenang lainnya;
 - Paket dikategorikan dalam Paket Yang Dilarang atau Paket Bernilai Tinggi sebagaimana disebutkan dalam poin 5 di bawah.
- Pengirim bertanggung jawab untuk melindungi Paket dengan asuransi yang memadai dan menanggung biaya premi yang berlaku.
- Batasan tanggungjawab ANTERAJA apabila terjadi kehilangan atau kerusakan atas Paket, penggantian yang diberikan sesuai dengan deskripsi barang yang dicantumkan dan senilai Paket yang dinyatakan oleh Pengirim (dengan menyediakan bukti transaksi berupa invoice asli dan bukti pembayaran/bukti transfer) atau sebesar 10 kali biaya pengiriman, mana yang lebih rendah, dengan

	<p>maksimal penggantian sebesar Rp.1.000.000,- (satu juta rupiah)/kejadian/Resi untuk Paket selain dokumen dan sebesar Rp100.000,- (seratus ribu rupiah)/kejadian/Resi untuk Paket berupa dokumen. Batas waktu permohonan penggantian paling lambat 3x24 jam setelah tanggal Paket tersebut seharusnya telah diterima di tujuan untuk kehilangan total atau pada hari yang sama pada tanggal penerimaan Paket untuk kerusakan / kehilangan sebagian.</p>
<p>JNE EXPRESS²²</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ JNE tidak bertanggung jawab terhadap isi Kiriman yang tidak sesuai dengan keterangan yang diberikan oleh Pengirim, termasuk kiriman yang dilarang atau melanggar peraturan perundangan, kiriman yang didapat dan/atau digunakan untuk tujuan yang melanggar hukum. ➤ Pengirim bertanggung jawab atas keamanan pengemasan Kiriman sesuai dengan standar keamanan yang berlaku. ➤ Pengirim dan JNE sepakat bahwa apabila terdapat kerugian akibat kehilangan dan/atau kerusakan selama kiriman berada dalam penahanan pihak Bea Cukai atau pejabat berwenang lainnya, hal tersebut merupakan semata-mata tanggung jawab Pengirim. Dan Pengirim membebaskan JNE dari tanggung jawab atas kerugian tersebut. ➤ Pengirim membebaskan JNE apabila terjadi keterlambatan, kehilangan, kerusakan dan/atau biaya yang timbul akibat kelalaian dan kesalahan Pengirim dalam memenuhi kewajibannya di atas. ➤ JNE bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang dialami oleh Pengirim akibat keterlambatan, kerusakan, kehilangan atau kesalahan dalam pengiriman Kiriman yang timbul akibat kelalaian JNE. ➤ Tanpa mengesampingkan ketentuan lainnya yang diatur dalam SSP, JNE tidak bertanggung jawab terhadap kerugian konsekuensi yang timbul akibat dari kejadian tersebut di atas, yaitu yang termasuk dan tanpa dibatasi atas kerugian komersial, keuangan dan kerugian

²² Jne.co.id. *Pemeriksaan Kiriman*, link <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/syarat-dan-ketentuan-pengiriman>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022

	<p>tidak langsung lainnya termasuk kerugian yang terjadi dalam pengangkutan atau pengantaran yang disebabkan oleh hal-hal yang diluar kemampuan pengawasan JNE atau kerugian tidak langsung lainnya termasuk atas kerusakan akibat keadaan kahar dan sebab lainnya yang terjadi diluar kemampuan JNE.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Jaminan pemberian ganti rugi atas kerusakan, kehilangan atau kesalahan dalam pengiriman Kiriman yang terbukti sebagai akibat kelalaian dan kesalahan JNE, paling tinggi 10 (sepuluh) kali Tarif Pengiriman untuk pengiriman domestik atau paling tinggi 100 USD untuk pengiriman Internasional kecuali Kiriman yang diasuransikan. ➤ Jaminan pemberian ganti rugi atas keterlambatan Kiriman hanya dapat diberikan kepada pengguna layanan YES dan/atau <i>Super Speed</i>. ➤ Jaminan pemberian ganti rugi atas keterlambatan Kiriman dengan menggunakan layanan YES dan/atau <i>Super Speed</i> dalam pengiriman Kiriman yang terbukti sebagai akibat kelalaian dan kesalahan JNE adalah berupa pengembalian Tarif Pengiriman kepada Pengirim. ➤ Klaim atas Kiriman hanya dapat diajukan oleh Pengirim. ➤ Batas waktu maksimum pengajuan klaim selambat-lambatnya 14 (empat belas) Hari Kalender terhitung sejak Kiriman seharusnya diterima.
J&T EXPRESS ²³	<ul style="list-style-type: none"> ➤ J&T Express berhak namun tidak wajib untuk memeriksa barang kiriman demi memastikan bahwa barang yang dikirim tidak melanggar hukum yang berlaku. ➤ Dalam pelaksanaan pengiriman, J&T Express tidak menjamin bahwa seluruh proses berlangsung dengan lancar dan layak, yang disebabkan oleh peristiwa yang mungkin timbul diluar kemampuan J&T Express di wilayah yang dilalui transportasi J&T Express.

²³ Jet.co.id , *Ketentuan J&T Express Indonesia*, link <https://jet.co.id/information/terms>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022

- Pengirim bertanggung jawab untuk melindungi kiriman dengan asuransi yang memadai dan menanggung biaya premi yang berlaku. Ganti rugi untuk barang yang di asuransikan adalah sesuai dengan ketentuan asuransi yang berlaku di J&T Express.
- J&T Express tidak akan memberikan ganti rugi kepada pengirim akibat dari kejadian atau hal-hal yang diluar kemampuan kontrol J&T Express atau kerusakan akibat bencana alam (Force Majeure).
- Pengaduan/klaim atas kehilangan atau kerusakan harus diajukan pengirim (bukan penerima) selambat-lambatnya dalam waktu 3 (tiga) hari terhitung sejak diterimanya barang tersebut beserta dokumen-dokumen yang terkait.
- Selain perjanjian atau syarat dan ketentuan yang tertulis pada resi ini, J&T Express tidak dapat dituntut dan dibebani dengan perjanjian atau dasar hukum lainnya kecuali dengan perjanjian tertulis yang disetujui oleh penanggung jawab J&T Express yang berwenang.
- Saat menyerahkan barang kepada J&T Express, Pengirim dianggap telah membaca dan menyetujui semua syarat dan ketentuan pengiriman yang tertera pada resi ini tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, serta membebaskan J&T Express dari segala tuntutan atau bentuk ganti rugi.

Berdasarkan tabel sebagaimana telah disajikan diatas, penulis berkesimpulan bahwa pihak penyedia jasa ekspedisi juga memberikan pembatasan *disclaimer* terhadap tanggung jawab pelaku usaha dalam proses pengiriman barang. Penyedia jasa ekspedisi seolah-olah melempar tanggung jawab tersebut kepada pengirim. Misalnya “*Pengirim dan JNE sepakat bahwa apabila terdapat kerugian akibat kehilangan dan/atau kerusakan selama kiriman berada dalam penahanan pihak Bea Cukai atau pejabat berwenang lainnya, hal tersebut merupakan semata-mata tanggung jawab Pengirim. Dan Pengirim membebaskan JNE dari tanggung jawab atas kerugian tersebut. Pengirim membebaskan JNE apabila terjadi keterlambatan, kehilangan, kerusakan dan/atau biaya yang timbul akibat kelalaian dan kesalahan Pengirim dalam memenuhi kewajibannya di atas*”. Dan yang berhak mengajukan klaim adalah pengirim. Padahal didalam terms and conditions berlaku hukum bahwa apabila menggunakan situs web, produk, atau aplikasi seluler, pengguna layanan harus setuju untuk

mematuhi Terms and Conditions yang telah dibuat. Ketentuan dalam jasa ekspedisi yaitu dimana pada saat pengirim (“Pengirim”) menyerahkan paket dalam bentuk dokumen dan/atau barang lainnya (“Paket”) kepada Jasa Pengiriman untuk dikirimkan, Pengirim dianggap telah menyetujui ketentuan dan syarat Layanan penyedia jasa ekspedisi yang dibuktikan dengan adanya resi (“Resi”).

Dampak Dari Ketidaksesuai Antara Regulasi Dengan Praktik Sehingga Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan *E-Commerce*?

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Heni Pratiwi disimpulkan bahwa keberadaan klausul disclaimer dalam situs jual beli online atau e-commerce merupakan ketentuan yang dapat dinyatakan batal demi hukum. Hal tersebut dikarenakan tidak terpenuhinya syarat obyektif yang terdapat di dalam Pasal 1320 KUHPerdara yaitu suatu sebab yang halal. Oleh karena itu, tidak sah perjanjian yang mengandung klausul *disclaimer* dalam situs jual beli online (*e-commerce*) karena bertentangan dengan undang-undang dan pelanggaran terhadap asas kebebasan berkontrak.²⁴ Adapun kebanyakan klausul disclaimer hanya mengatur syarat dan ketentuan terkait keamanan untuk pelaku usaha saja dan tidak mengutamakan kepentingan konsumen. Dengan kata lain, posisi Konsumen tidak dapat ditawar lagi, sebagaimana yang termuat dalam perjanjian klausul disclaimer.²⁵ Hal tersebut membuat konsumen harus kritis dalam memilih marketplace dan jasa layanan ekspedisi yang akan mereka gunakan. Sangat diperlukan kecermatan dan prinsip kehati-hatiannya dalam menentukan jasa pengiriman barang agar barang yang akan kita kirimkan dari daerah pemberangkatan selamat sampai tujuan.

Pelayanan yang baik “*Good Service*” dari pihak marketplace maupun jasa layanan ekspedisi sangat mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen dalam jangka panjang. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Wati Susilawati dan Fitrin Rawati Suganda, ditemukan bahwa terdapat 3 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi antara lain faktor *Delivery Package*, faktor *Capability Adoption Customer*, dan faktor *Brand Image*. Ketiga faktor yang terbentuk ini, bisa menjadi acuan bagi pengembangan strategi perusahaan layanan ekspedisi, agar jasa layanannya, merupakan jasa layanan ekspedisi yang memberikan manfaat banyak kepada konsumen, dan setiap atribut

²⁴ Heni Pratiwi (2020), *Analisis Yuridis Klausul Disclaimer Oleh Pelaku Usaha Pada Situs Jual Beli Online (E-Commerce)*, 1 (1). Indonesian Private Law Review. Fakultas Hukum, Universitas Lampung, Bandar Lampung Indonesia. Hlm. 53

²⁵ Happy Susanto. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Transmedia Pustaka. Hlm. 3

layanan yang ditawarkan perusahaan merupakan suatu keunggulan bersaing dan faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa layanan ekspedisi tersebut.²⁶

Peraturan pemerintah nomor 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik tidak mengatur secara jelas dan sistematis terkait para pihak dalam PPMSE, hak dan kewajiban para pihak dalam PPMSE, serta mekanisme dalam perdagangan elektronik bagi pelaku usaha PPMSE. Sehingga menurut penafsiran penulis, peraturan pemerintah tersebut mengikat dan memberikan tanggung jawab yang sama terhadap marketplace dan jasa ekspedisi dalam hal pengiriman barang. Namun dalam praktik, tata laksana dan prosedur yang berlaku pada *marketplace* dan jasa ekspedisi yang berlaku pada *e-commerce* terkesan saling melempar tanggung jawab. Sehingga tata laksana Peraturan Pemerintah ini belum menjamin kepastian hukum kepada konsumen.

²⁶ Wati, S. & Fitrin, R.S. (2021), *Op.cit.* Hlm. 733

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan sebagaimana telah dijelaskan diatas, penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu bahwa ada ketidaksesuaian antara regulasi yang telah diatur pemerintah dengan tata laksana dan prosedur yang berlaku pada *e-commerce*. Ketidaksesuaian tersebut adalah dalam hal pengiriman barang dan/ jasa . Dampak dari ketidaksesuaian tersebut yaitu dilanggarnya hak-hak konsumen sebagaimana tertuang dalam undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Praktik tata laksana dan prosedur yang berlaku pada *marketplace* dan jasa ekspedisi terkesan saling melempar tanggung jawab dengan adanya pembatasan *disclamair* terhadap masing-masing *platform*.

Oleh karena itu penulis memberikan saran kepada pemerintah agar dilakukan penyesuaian atau revisi dalam peraturan pemerintah ini agar lebih jelas, detail, dan tidak multitafsir. Serta mekanisme keluhan pelanggannya harus dibuat secara terintegritasi dengan mekanisme penyelesaiannya menganut prinsip *locus delicti* atau kompetensi absolut sehingga penyelesaiannya akan lebih cepat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul, H.B. 2017. *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Menghadapi Era Digital Bisnis E-commerce di Indonesia*. Bandung: Nusa Berung
- Kotler, P dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: PT. Inseks.
- Kotler, Philip. 2008. *Principle Of Marketing 12th Edition. Prinsip-prinsip Pemasaran (12th Ed)*. Ahli Bahasa: Sabran, Bob. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Cristopher, and Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing, People, Tecnology, Strategy*. New Jersey.
- Sunggono, Bambang. 2003. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Raja
- Susanto, Happy. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi

Jurnal

- Elu, Balthasar. 2005. *Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi Vol. 13, No. 3 (September)*.
- Gilbert, G.R. et.al. 2004. *Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. The Journal of Services Marketing, 18*.
- Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A. 2004. *Reassessment Of Expectations As A Comparison Standard In Measuring Service Quality : Implications For Future Research. Journal Of Marketing*
- Pratiwi, Heni. 2020. *Analisis Yuridis Klausul Disclaimer Oleh Pelaku Usaha Pada Situs Jual Beli Online (E-Commerce)*, 1 (1). Indonesian Private Law Review. Fakultas Hukum, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia.
- Wati, S & Fitrin, R.S. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi*. Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian, 7 (2)
- Yati, N. I, & M. Yasir, S. 2021. *Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum*. Jurnal Penegakan Hukum Indonesia (JPHI), 1(2)

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Website

- Shopee.co.id, *Pusat Edukasi Penjual Indonesia*, link <https://seller.shopee.co.id/edu/article/3384> , diakses pada tanggal 24 Maret 2022
- Lazada.co.id, *Lazada Term of use*, link <https://www.lazada.co.id/terms-of-use>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022
- Tokopedia.com, *Term & Conditions*, link <https://www.tokopedia.com/terms>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022
- Jet.co.id , *Ketentuan J&T Express Indonesia*, link <https://jet.co.id/information/terms>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022
- Jne.co.id. *Pemeriksaan Kiriman*, link <https://www.jne.co.id/id/produk-dan-layanan/jne-express/syarat-dan-ketentuan-pengiriman>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022
- Antareja.id. *Term And Conditions*, link <https://anteraja.id/terms-and-conditions>, diakses pada tanggal 24 maret 2022
- Katadata.co.id, 11 januari 2022, *YLKI: Anteraja Perusahaan Ekspedisi Paling Banyak Dikeluhkan Konsumen*, link <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/11/ylki-antar-aja-perusahaan-ekspedisi-paling-banyak-dikeluhkan-konsumen>, diakses pada tanggal 24 maret 2022
- Adammui.com, *Terms And Conditions : Pengertian. Fungsi,Manfaat Dan Contoh Cara Membuat*, link <https://adammui.com/pengertian-terms-and-conditions/>, diakses pada tanggal 23 Maret 2022
- Ekonomi.bisnis.com, *Pengaduan Konsumen Meningkat 10 Kali Lipat Mayoritas Soal E-Comercee*, link <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220107/12/1486562/pengaduan-konsumen-meningkat-10-kali-lipat-mayoritas-soal-e-commerce>, diakses pada tanggal 23 Maret 2022
- Hukumonline.com, *Pentingnya Memahami Term and Conditions saat menggunakan platform digital*, link <https://www.hukumonline.com/berita/a/pentingnya-memahami-term-and-condition-saat-menggunakan-platform-digital-lt617c098519863?page=2>, diakses pada tanggal 24 Maret 2022