

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

2.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen

Secara yuridis perlindungan konsumen sudah sangat jelas tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 1 ayat (1) yang menyatakan bahwa “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Sedangkan menurut Maria Alberta Liza Quintarti, perlindungan konsumen merupakan bentuk-bentuk perlindungan hukum yang diberikan negara melalui Undang-Undang Republik Indonesia untuk menjamin hak-hak konsumen, mengatur kewajiban pelaku usaha, sanksi atas pelanggaran, dan mekanisme penyelesaian sengketa sehingga konsumen dapat merasa aman dan terlindungi dalam transaksi bisnis.²⁰

Penelitian Aripin menyatakan bahwa dalam jual beli *online*, perlindungan hukum diperlukan untuk melindungi konsumen dari keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, atau kegagalan

²⁰ Maria Alberta Liza Quintarti. (2024) “Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Perspektif Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999” *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7 (8), 3161-3167. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.56338/jks.v7i8.5995>

pemenuhan layanan ekspedisi, karena konsumen berhak mendapatkan barang sesuai dengan kesepakatan dalam transaksi *e-commerce*.²¹

Widjaja dan Yani menyatakan bahwa perlindungan konsumen merujuk pada perlindungan terhadap kepentingan konsumen dan pencegahan praktik curang dari pelaku usaha, termasuk ketersediaan informasi yang benar, keamanan barang/jasa, serta hak atas kompensasi yang layak.²²

Setelah mengetahui pendapat para ahli dari berbagai buku literatur dan jurnal hukum tentang perlindungan konsumen maka dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen bukan hanya sekadar norma umum, tetapi merupakan langkah hukum konkret yang menjamin hak konsumen dalam setiap transaksi barang dan/atau jasa. Perlindungan tersebut mencakup aspek kepastian hukum sehingga konsumen memperoleh jaminan atas keamanan, kenyamanan, dan manfaat dari barang/jasa yang mereka peroleh.

2.1.2 Azas Dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan salah satu instrumen penting dalam sistem hukum *modern* yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan hubungan hukum antara konsumen dan

²¹ Moh. K. Aripin S., Rezon Gading Pane, Ali Zakariya, Helmin Porang Timori, Ulfatu Hasanah, & Dennis Muhammad Putra Budiman. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Keterlambatan Pengiriman Barang dalam Jual Beli Online pada E-commerce, *Jurnal Sosial dan Sains* 4, no. 6. 498–508. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.59188/jurnalsosains.v4i6.1378>

²² Gunawan Widjaja & Ahmad Yani. (2003), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hlm. 33–36

pelaku usaha. Konsumen pada dasarnya berada dalam posisi yang lebih lemah karena keterbatasan informasi, daya tawar, dan akses terhadap mekanisme pengaduan dibandingkan pelaku usaha. Oleh karena itu, negara hadir melalui instrumen hukum untuk memberikan perlindungan terhadap potensi penyalahgunaan kekuasaan ekonomi oleh pelaku usaha.

Selanjutnya didalam Pasal 2 UUPK telah menetapkan lima asas perlindungan konsumen, yaitu asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum. Kelima asas ini saling berkaitan dan membentuk landasan normatif dalam penerapan perlindungan konsumen di Indonesia.

Asas manfaat menghendaki agar seluruh upaya perlindungan konsumen memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara seimbang. Menurut Zulham, asas ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan kegiatan usaha, tetapi untuk menciptakan hubungan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan.²³

Asas keadilan menuntut agar setiap pihak memperoleh hak dan melaksanakan kewajibannya secara adil dan proporsional. Konsumen yang dirugikan berhak memperoleh ganti rugi yang layak, sedangkan pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kesalahan atau

²³ Zulham. *Op.Cit.*, hlm. 47

kelalaiannya. Shidarta menjelaskan bahwa asas keadilan dalam UUPK menuntut keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha, termasuk hak konsumen atas ganti rugi yang proporsional atas kerugian yang dideritanya.²⁴

Asas keseimbangan bertujuan menciptakan kesetaraan posisi hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Menurut Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, asas ini dimaksudkan untuk mencegah dominasi sepihak pelaku usaha dalam hubungan kontraktual dan menjamin terpenuhinya hak serta kewajiban para pihak secara proporsional.²⁵

Asas keamanan dan keselamatan konsumen menegaskan bahwa barang dan/atau jasa yang digunakan harus memberikan jaminan keamanan. Abdulkadir Muhammad menegaskan kewajiban penyelenggara pengangkutan untuk menjaga keselamatan barang sejak diterima hingga diserahkan kepada penerima yang sah, serta pertanggungjawaban hukum atas kelalaian dalam proses tersebut.²⁶

Asas kepastian hukum menghendaki adanya aturan yang jelas, konsisten, dan dapat ditegakkan. Satjipto Rahardjo menegaskan bahwa kepastian hukum merupakan prasyarat utama bagi keberlakuan hukum yang efektif dan dapat memberikan perlindungan nyata kepada masyarakat.²⁷

²⁴ Shidarta. *Op.Cit.*, hlm. 92

²⁵ Gunawan Widjaja & Ahmad Yani. *Op.Cit.*, hlm. 28

²⁶ Abdulkadir, Muhammad. 2018. *Hukum Pengangkutan Niaga*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, hlm. 39.

²⁷ Satjipto Rahardjo. *Op.Cit.*, hlm. 52

Sedangkan tujuan perlindungan konsumen telah diatur dalam Pasal 3 UUPK, yang meliputi peningkatan kesadaran dan kemandirian konsumen, pemberdayaan konsumen dalam memilih dan menuntut hak-haknya, serta penciptaan sistem perlindungan yang menjamin kepastian hukum.

Ramadhan dan Sudiro secara empiris mengkaji praktik perlindungan konsumen dalam penggunaan jasa ekspedisi, khususnya terhadap peristiwa keterlambatan pengiriman dan kerusakan barang yang sering menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dalam penelitiannya, kedua penulis menegaskan bahwa hubungan hukum antara konsumen dan perusahaan ekspedisi merupakan hubungan kontraktual yang tunduk pada ketentuan UUPK, sehingga setiap kerugian yang timbul akibat kelalaian atau wanprestasi pelaku usaha wajib dipertanggungjawabkan secara hukum.²⁸

2.2 Tinjauan Tentang Konsumen Dan Pelaku Usaha

2.2.1 Pengertian Konsumen

Menurut Nasution dan Harris, kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha pada umumnya berada dalam posisi yang tidak seimbang. Hal ini disebabkan oleh dominasi pelaku

²⁸ Ramadhan, M. H. F., & Sudiro, A. A. (2024). Analisis Peraturan Perlindungan Konsumen Dalam Jasa Ekspedisi Terhadap Kasus Kerugian Barang. *Binamulia Hukum*, 14(1), hlm. 9. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.37893/jbh.v14i1.1027>

usaha dalam menentukan syarat-syarat kontraktual, khususnya melalui penggunaan perjanjian baku yang dirumuskan secara sepihak.²⁹

Kondisi tersebut menyebabkan konsumen sering kali tidak memiliki ruang negosiasi yang memadai dan hanya berada pada posisi menerima atau menolak (*take it or leave it*), sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen apabila pelaku usaha menyalahgunakan keunggulan posisi tawarnya. Oleh karena itu, kehadiran hukum perlindungan konsumen menjadi instrumen penting untuk mengoreksi ketimpangan tersebut dan menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen secara adil.

Secara yuridis, pengertian konsumen telah dirumuskan secara tegas dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketentuan tersebut menempatkan konsumen sebagai subjek hukum yang memperoleh perlindungan khusus dalam setiap hubungan hukum yang melibatkan penggunaan barang dan/atau jasa. Pengaturan ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum mengenai siapa yang dimaksud sebagai konsumen serta menjamin pemenuhan hak-haknya dalam transaksi dengan pelaku usaha. Adapun Pasal 1 angka 2 UUPK menyatakan:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri,

²⁹ Hani Riadho Nasution, & Abd. Harris. (2025). Kedudukan Konsumen Dalam Hubungan Hukum Dengan Pelaku Usaha di Indonesia. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 4(6), 470–484. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.56128/ljoalr.v4i6.572>

keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Setelah mengetahui pendapat para ahli dan arti secara yuridis maka dapat disimpulkan bahwa dalam hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha, terdapat ketidakseimbangan yang jelas. Konsumen sering kali ditemukan dalam posisi yang lebih lemah karena pelaku usaha mendominasi dalam penyusunan perjanjian yang ditetapkan sepihak. Situasi ini mengurangi ruang untuk negosiasi bagi konsumen dan bisa berakibat merugikan jika pelaku usaha memanfaatkan kekuatannya. Oleh karena itu, hukum perlindungan konsumen sangat penting sebagai alat untuk mengoreksi dan menyeimbangkan posisi kedua pihak serta memastikan keadilan dalam kontrak yang berlaku.

2.2.2 Hak Dan Kewajiban Konsumen

Mengenai hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK sebagaimana diuraikan berikut :

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perUndang-Undang Republik Indonesia an lainnya.

Lebih dari itu UUPK juga menekankan bahwa konsumen tidak hanya memiliki hak tetapi juga memiliki kewajiban hukum yang diatur dalam Pasal 5 UUPK, sebagaimana berikut :

Kewajiban konsumen adalah:

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

Menurut Andika Ristiawanna, Sudiarto, dan Ahmad Zuhairi dalam penelitiannya menyatakan bahwa konsumen dalam perjanjian pengiriman barang dengan PT Pos Indonesia memiliki hak-hak yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, termasuk hak atas layanan yang sesuai dengan perjanjian serta hak atas kompensasi atau ganti rugi apabila terjadi keterlambatan atau kehilangan barang.³⁰

Berdasarkan uraian diatas penting bagi kita mengetahui bahwa UUPK hadir guna menyelaraskan pemahaman bagaimana batasan dari

³⁰ Andika Ristiawanna Rangga, Sudiarto, Ahmad Zuhairi. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Pengiriman Barang Menggunakan Jasa Pengiriman PT. Pos Indonesia Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Atau Kehilangan Barang. *Commerce Law*, 1(2), 536. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.29303/commercelaw.v1i2.536>

pada hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha, guna terciptanya azas dan tujuan daripada hukum perlindungan konsumen itu sendiri.

2.2.3 Pengertian Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 1 angka 3 UUPK yaitu sebagai berikut :

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

Pengaturan ini memberikan dasar normatif bahwa pelaku usaha adalah subjek hukum yang melakukan kegiatan usaha, sehingga berada dalam hubungan hukum kontraktual dengan konsumen dan wajib menjalankan kewajiban sesuai ketentuan UUPK.

Menurut Dewi, pelaku usaha dalam hukum perlindungan konsumen tidak hanya berperan sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai subjek hukum yang bertanggung jawab atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha, baik individu maupun badan usaha, wajib menjalankan prinsip kehati-hatian dan kejujuran serta bertanggung jawab secara mutlak (*strict product liability*) atas kerugian konsumen tanpa perlu pembuktian kesalahan, guna memberikan

perlindungan yang lebih kuat bagi konsumen yang secara struktural berada pada posisi lemah.³¹

Menurut A. Nasution, pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi konsumen dan berkewajiban bertindak dengan itikad baik, memberikan informasi yang benar, serta menjamin mutu dan keamanan produk. Kewajiban ini muncul karena posisi pelaku usaha yang lebih kuat secara ekonomi dan informasi, sehingga hukum perlindungan konsumen diperlukan untuk mewujudkan hubungan yang adil dan seimbang.³²

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 1 angka 3 UUPK serta pandangan dari para ahli, disimpulkan bahwa pelaku usaha adalah subjek hukum yang tidak hanya melakukan kegiatan ekonomi tetapi juga memiliki tanggung jawab hukum terkait barang dan/atau jasa yang dijual kepada konsumen. Posisi pelaku usaha yang lebih kuat dalam hal ekonomi dan informasi mengharuskan mereka untuk bertindak dengan itikad baik, serta berhati-hati, dan memastikan kualitas serta keamanan produk. Maka dari itu, pengaturan mengenai tanggung jawab pelaku usaha, termasuk penerapan prinsip tanggung jawab mutlak, sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen, untuk menciptakan hubungan hukum yang adil, seimbang, dan memberikan perlindungan yang efektif kepada konsumen.

³¹ Dewi, A. S. (2025). *Implementation Of Strict Product Liability For Business Operators In Consumer Protection. International Journal Of Integrative Sciences*, 4(10), Article 650. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.55927/ijis.v4i10.650>

³² Az. Nasution, A. *Op.Cit.*, hlm. 23

2.2.4 Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan Pasal 6 UUPK, pelaku usaha selain memiliki kewajiban hukum juga diberikan hak-hak untuk menjamin kepastian hukum dan keberlangsungan usaha, sebagaimana diuraikan :

Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perUndang-Undang Republik Indonesia an lainnya.

Suwandono dan Yuanitasari menjelaskan bahwa pelaku usaha tidak hanya dianggap sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai subjek hukum yang memiliki tanggung jawab untuk perdata, pidana, dan administratif sesuai dengan UUPK. Tanggung jawab perdata berkaitan dengan kompensasi atau ganti rugi, sementara tanggung jawab pidana dan administratif berfungsi untuk menegakkan hukum terhadap praktik usaha yang tidak sesuai.³³

Lebih lanjut ditegaskan dalam Pasal 7 UUPK mengenai kewajiban dari pada pelaku usaha, sebagaimana diuraikan :

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

³³ Agus Suwandono & Deviana Yuanitasari. (2024). Peningkatan Pemahaman Mengenai Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Perlindungan Konsumen. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(1). Hlm. 4. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.33474/jp2m.v6i1.22141>

- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pemahaman pelaku usaha tentang akibat hukum dari tindakan mereka sangat penting untuk efektivitas perlindungan konsumen; tanpa pemahaman ini, UUPK bisa menjadi sekadar aturan yang tidak efektif. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam merupakan syarat penting untuk menciptakan praktik usaha yang etis, bertanggung jawab, serta seimbang antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen.

Anwar dan Samsul menekankan bahwa pelaku bisnis yang tidak dapat memenuhi kriteria barang atau jasa sesuai kesepakatan, termasuk dalam transaksi digital, harus bertanggung jawab baik secara sipil maupun administratif. Tidak mematuhi standar yang telah disetujui bukan hanya masalah moral, melainkan juga pelanggaran hukum yang

memberikan hak kepada konsumen untuk meminta pemulihan haknya.³⁴

Prinsip tanggung jawab mutlak, pelaku bisnis perlu memastikan bahwa produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan kualitas dan kriteria yang dijanjikan serta menyediakan cara untuk memberikan kompensasi, sejalan dengan tujuan UUPK untuk menjaga keseimbangan hukum antara konsumen dan pelaku bisnis.

Dapat disimpulkan bahwa pelaku bisnis dalam hukum perlindungan konsumen berperan sebagai subjek ekonomi sekaligus subjek hukum dengan tanggung jawab perdata, pidana, dan administratif. Hak-hak seperti menerima pembayaran sesuai kesepakatan, memperoleh perlindungan hukum, membela diri dalam sengketa, dan pemulihan nama baik bertujuan menciptakan kepastian hukum dan keseimbangan dengan konsumen. Sementara itu, kewajiban hukum, termasuk tanggung jawab penuh atas kualitas dan kesesuaian produk atau jasa, menuntut pelaku bisnis bertindak etis, bertanggung jawab, dan memahami konsekuensi hukum. Dengan demikian, efektivitas perlindungan konsumen bergantung pada kepatuhan dan kesadaran pelaku bisnis, sehingga tercipta hubungan yang adil dan seimbang sesuai tujuan UUPK.

³⁴ Azhar Rahadiyan Anwar, & Inosentius Samsul. (2024). *Implementation Of Consumer Rights, Obligations, And Business Actors' Responsibilities In Case Of Non-Conforming Goods*. *Legal Brief*, 11(6), 725. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.35335/legal.v11i6.725>

2.3 Jasa Pengiriman Barang Sebagai Objek Perlindungan Konsumen

2.3.1 Pengertian Barang

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen di Indonesia, barang menjadi salah satu elemen utama yang dilindungi, baik saat diperjualbelikan maupun ketika menjadi objek layanan jasa, seperti jasa pengiriman barang. Secara yuridis definisi barang tercantum dalam Pasal 1 angka 4 UUPK, “Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen”.

Menurut Andika Ristiawanna Rangga, Sudiarto, dan Ahmad Zuhairi mengenai perlindungan hukum untuk konsumen dalam perjanjian pengiriman barang melalui PT Pos Indonesia, barang menjadi fokus utama dalam kesepakatan antara konsumen dan penyedia layanan pengiriman yang harus terjamin keutuhannya dari saat dititipkan hingga diserahkan kepada konsumen.³⁵

Berdasarkan uraian diatas barang yang dilakukan pengiriman harus diperlakukan sesuai dengan kesepakatan awal, kondisi, dan kualitas, sehingga apabila ada keterlambatan, kehilangan, atau kerusakan, konsumen berhak untuk mengajukan tuntutan tanggung

³⁵ Anwar, A. R., & Samsul, I. *Op.Cit.*, hlm. 110

jawab hukum kepada penyedia layanan pengiriman, termasuk kompensasi dan pemulihan hak-hak konsumen secara normatif.

Selain itu, sudut pandang dari Kitab Undang-Undang Republik Indonesia Hukum Perdata menekankan bahwa barang (*res*) adalah benda yang bisa dimiliki, diperdagangkan, dan menjadi subjek hak kepemilikan. Pasal 499 KUH Perdata menyebutkan “Barang-barang yang bisa menjadi subjek hak milik adalah benda-benda yang dapat dikuasai dan dimanfaatkan oleh individu, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak”. Dalam hal ini, benda yang menjadi fokus dari perjanjian, termasuk barang yang dikirim lewat layanan pengiriman masih mendapatkan perlindungan sebagai subjek hukum.

Oleh karena itu, arti barang dalam layanan pengiriman tidak hanya mencakup objek fisik, tetapi juga mencakup hak kepemilikan dan risiko yang terkait sampai barang tersebut diterima oleh konsumen sesuai dengan syarat perjanjian serta aturan perlindungan konsumen yang berlaku.

2.3.2 Pengertian Jasa

Istilah layanan memiliki kedudukan yang setara dengan barang sebagai objek yang perlu dilindungi. Landasan hukum mengenai layanan diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 1 angka 5 UUPK mengungkapkan bahwa “Jasa adalah setiap layanan yang

berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen”.

Menurut Musyafah, Widya Khasna, dan Turisno, jasa dalam konteks jasa pengiriman barang merupakan bentuk layanan atau kinerja yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen untuk memindahkan barang dari tempat penyerahan kepada pengirim menuju alamat penerima sesuai dengan perjanjian yang disepakati.³⁶ Dalam penelitian mereka, pelayanan jasa pengiriman barang tidak sekadar urutan teknis pengangkutan, tetapi mencakup serangkaian kewajiban profesional, seperti penanganan barang, ketepatan waktu pengiriman, serta komunikasi dan informasi yang akurat mengenai status barang kepada konsumen.

Maka berdasarkan kesiuruhan definisi yang telah diuraikan menandakan bahwa layanan tidak memiliki bentuk fisik, melainkan berbentuk kinerja, pelayanan, atau prestasi yang dihadirkan oleh pihak usaha untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan tertentu dari konsumen. Dalam hal layanan pengiriman barang, jasa merupakan rangkaian layanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa pengiriman yang mencakup pengambilan, pengangkutan, penanganan, serta penyerahan barang kepada konsumen sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat.

³⁶ Aisyah Ayu Musyafah, Hardanti Widya Khasna, & Bambang Eko Turisno. (2018). Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang. *Law Reform*, 14(2). hlm. 153; 156–158. Diakses 3 Januari 2026. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i2.20863>

2.3.3 Jasa Pengiriman Barang

Dalam hal layanan pengiriman barang, kualitas layanan tersebut tidak hanya melibatkan perpindahan barang secara fisik dari pengirim kepada penerima, tetapi juga mencakup tanggung jawab untuk menjaga keamanan barang, ketepatan waktu pengiriman, kondisi barang yang utuh, dan jaminan informasi bagi konsumen. Oleh karena itu, layanan pengiriman barang dapat dianggap sebagai layanan yang terintegrasi yang memberikan peran kepada pelaku usaha sebagai pihak yang memikul tanggung jawab hukum dari saat barang diserahkan oleh konsumen hingga diterima oleh pihak yang dituju.

Hutajulu, Novel, Lestari, dan Tarina yang menyatakan bahwa jasa pengiriman barang adalah layanan yang disediakan oleh badan usaha untuk mengelola proses pengiriman dan penerimaan barang melalui moda transportasi darat, laut, maupun udara, berdasarkan perjanjian antara konsumen dan penyedia jasa.³⁷ Mereka menekankan bahwa jasa pengiriman barang merupakan objek perikatan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak, sehingga setiap kegagalan dalam pelaksanaan jasa seperti keterlambatan, kerusakan, atau kehilangan barang secara langsung membuka ruang bagi perlindungan hukum konsumen.

³⁷ Dian Anggi R. K. H., Samirah Novel, Widya Tri L., & Dwi Desi Y., T. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Berdasarkan Hukum Positif di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 11(6.C). hlm. 43–45. Diakses 3 Januari 2026. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10664>

Dalam Pasal 1313 KUH Perdata, hubungan hukum antara konsumen dan penyedia jasa pengiriman barang lahir dari perjanjian. Berdasarkan prinsip *pacta sunt servanda*³⁸ dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, perjanjian tersebut mengikat para pihak untuk melaksanakan kewajibannya, termasuk mengirim barang secara aman dan tepat waktu.³⁹ Selain dari pada itu Layanan pengiriman barang diatur secara khusus dalam Kitab Undang-Undang Republik Indonesia Hukum Dagang melalui ketentuan mengenai pengangkutan. Pasal 466 KUHD menyatakan bahwa pengangkutan merupakan perjanjian dimana pengangkut mengikatkan diri untuk menyelenggarakan pengangkutan barang dari satu tempat ke tempat lain.⁴⁰ Dalam perjanjian tersebut, pengangkut bertanggung jawab atas keamanan barang selama proses pengangkutan.

Pasal 468 KUHD menegaskan bahwa pengangkut bertanggung jawab atas kerugian akibat barang tidak diserahkan atau mengalami kerusakan, kecuali apabila kerugian tersebut disebabkan oleh keadaan memaksa (*overmacht*).⁴¹ Ketentuan ini menunjukkan bahwa hukum pengangkutan dalam KUHD menganut prinsip tanggung jawab

³⁸ R. Subekti & R. Tjitrosudibio. (2008). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek) dengan Tambahan Undang-Undang Pokok Agraria dan Undang-Undang Republik Indonesia Perkawinan*. Jakarta: PT Balai Pustaka. hlm. 338

³⁹ R. Subekti & R. Tjitrosudibio. *Ibid.* hlm. 342

⁴⁰ R. Subekti & R. Tjitrosudibio. (2013). *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang dan Undang-Undang Republik Indonesia Kepailitan (Wetboek van Koophandelen) Cet:33*. Jakarta: Pradnya Paramita. hlm. 147

⁴¹ R. Subekti & R. Tjitrosudibio. *Ibid.* hlm. 147

berbasis risiko yang membebankan tanggung jawab kepada penyedia jasa pengiriman barang.

Berdasarkan uraian diatas, jasa pengiriman barang sebagai objek perlindungan konsumen merupakan layanan profesional berdasarkan perjanjian yang mewajibkan pelaku usaha menjamin keamanan, ketepatan waktu, dan keutuhan barang. Perlindungan hukum tidak hanya mencakup barang sebagai objek fisik, tetapi juga kualitas dan pelaksanaan layanan jasa sebagai hak konsumen.

2.4. Kedudukan PT Pos Indonesia (Persero) Sebagai Pelaku Usaha

2.4.1 PT Pos Indonesia sebagai Pelaku Usaha dalam Layanan Jasa Pengiriman Barang

Berdasarkan struktur perusahaannya, PT Pos Indonesia (Persero) merupakan suatu Perseroan Terbatas yang diklasifikasikan sebagai BUMN dan diberikan tugas oleh pemerintah untuk menyuplai layanan pengiriman surat dan barang diseluruh daerah Republik Indonesia. Sebagai BUMN, PT Pos Indonesia harus mematuhi hukum korporasi Indonesia dan aturan lain yang berlaku bagi perusahaan serta mengikuti ketentuan peradilan dan regulasi layanan, dengan tanggung jawab untuk memenuhi standar pelayanan sebagai pelaku bisnis di pasar.

Dalam hubungan hukum antara konsumen dengan PT Pos Indonesia, telah terjadi perjanjian jasa pengiriman barang yang

menghasilkan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Studi yuridis normatif menunjukkan bahwa dalam pelayanan pengiriman barang, PT Pos Indonesia memiliki kewajiban untuk memastikan barang sampai kepada konsumen secara aman, utuh, dan tepat waktu sesuai kesepakatan kontraktual dan ketentuan hukum perlindungan konsumen.⁴²

Dalam pelaksanaan tugasnya, PT Pos Indonesia juga terlihat kerap terlibat dalam konflik konsumen karena wanprestasi, dimana konsumen menderita kerugian akibat keterlambatan, kerusakan, atau kehilangan barang yang dikirim. Situasi ini menegaskan posisi PT Pos Indonesia sebagai sebuah perusahaan yang memiliki risiko dan tanggung jawab hukum terkait kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat.⁴³

Selain terikat oleh UUPK, PT Pos Indonesia juga diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos, yang mengatur tugas dan kekuasaan penyelenggaraan layanan pos di Indonesia serta menetapkan standar operasional dalam penyediaan jasa pos, termasuk tanggung jawab untuk keamanan kiriman. Penelitian lainnya menyatakan bahwa ketentuan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Pos, UUPK, dan regulasi internal perusahaan berfungsi

⁴² Andika Ristiawanna Rangga, Sudiarto, Ahmad Zuhairi. *Op.Cit.*, hlm. 110–111.

⁴³ Aisyah & Johanes Gunawan M. (2022). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Risiko Dalam Proses Pengiriman Barang Konsumen Di PT. Pos Indonesia (Persero) Medan. *Mizan: Jurnal Ilmu Hukum*, 11(1), hlm. 12. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.32503/mizan.v11i1.2330>.

sebagai dasar hukum untuk penyelesaian sengketa antara konsumen dan PT Pos Indonesia.

2.4.2 Kewajiban Hukum PT Pos Indonesia dalam Perlindungan Konsumen

Sebagai pelaku usaha yang menyediakan layanan jasa pengiriman, PT Pos Indonesia wajib mematuhi ketentuan UUPK yang mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha, termasuk kewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan jujur tentang layanan, menjamin keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen, serta memberikan ganti rugi jika terjadi kelalaian dalam layanan yang merugikan konsumen.

Dalam hubungan hukum antara konsumen dan PT Pos Indonesia, kewajiban hukum pelaku usaha meliputi beberapa aspek berikut:

1. Menjaga keamanan dan keselamatan barang kiriman, sehingga barang tersebut sampai di tangan penerima tanpa rusak atau hilang;
2. Menjaga kerahasiaan dan integritas informasi konsumen yang terkait dengan pengiriman barang;
3. Memberikan informasi yang akurat dan jujur mengenai status layanan, waktu pengiriman, biaya, dan tata cara pengaduan bila terjadi masalah;
4. Melaksanakan kewajiban kontraktual secara tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dalam bukti kiriman/resi;
5. Memberikan ganti rugi atau pemulihan hak konsumen bila terjadi keterlambatan, kerusakan, atau kehilangan barang sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha atas pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen.⁴⁴

⁴⁴ Dian Anggi R. K. H., Samirah Novel, Widya Tri L., & Dwi Desi Y., T. *Op.Cit.*, hlm. 45–50

Selain dari pada UUPK, PT Pos Indonesia juga memiliki payung hukum yang berlaku dan diakui di Indonesia yakni Undang-Undang Republik Indonesia No 38 tahun 2009 tentang Pos yang mana kewajiban PT Pos Indonesia sudah ditegaskan dalam Pasal 30 “Penyelenggara Pos wajib menjaga kerahasiaan, keamanan, dan keselamatan kiriman”. dan Pasal 31 sebagaimana diuraikan:

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

2.5 Penyelesaian Sengketa Terhadap Hilangnya Barang Kiriman

2.5.1 Pengertian Penyelesaian Sengketa Konsumen

Shidarta menjelaskan bahwa penyelesaian sengketa konsumen merupakan upaya hukum untuk memulihkan hak-hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha, baik melalui jalur litigasi di pengadilan

maupun melalui alternatif penyelesaian sengketa (*alternative dispute resolution*) seperti mediasi, konsiliasi, dan arbitrase, yang bertujuan memberikan perlindungan efektif, cepat, dan berbiaya ringan bagi konsumen.⁴⁵

Penyelesaian sengketa konsumen berkekuatan hukum berdasarkan Pasal 45 ayat 1 UUPK menyatakan bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

Sedangkan Menurut Tasya, Astutik, Handayati, dan Nasoetion, penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi jual beli online merupakan suatu proses hukum untuk memberikan perlindungan hukum yang efektif kepada konsumen ketika terjadi wanprestasi atau ketidaksesuaian antara barang/jasa yang diterima dengan yang telah dijanjikan pelaku usaha.⁴⁶

2.5.2 Penyelesaian Sengketa melalui Non Litigasi

Dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia, saat mengalami kerugian seperti kehilangan barang selama pengiriman, konsumen bisa mencari penyelesaian sengketa melalui beberapa cara

⁴⁵ Shidarta. *Op.Cit.* hlm. 181

⁴⁶ Raden Roro F., Sri Astutik., Nur Handayati, & Deddi Wrdana Na. (2024) Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, *Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law*, 7(2), hlm.189. Diakses 7 Januari 2026. <https://.org/10.21111/jicel.v7i2.12480>

alternatif selain proses litigasi. Landasan normatifnya diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UUPK mengungkapkan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui forum di luar pengadilan (non-litigasi) atau melalui pengadilan sesuai pilihan para pihak secara sukarela.

Dasar hukum non-litigasi juga mendapat dukungan dari ketentuan lain yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, yang memperkenalkan mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan seperti mediasi, konsiliasi, dan arbitrase sebagai bentuk *Alternative Dispute Resolution (ADR)*. Ketentuan serupa juga tercatat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman yang memperbolehkan penyelesaian sengketa di luar pengadilan berdasarkan perdamaian atau arbitrase.⁴⁷

Dalam praktiknya, lembaga yang paling banyak dirujuk untuk penyelesaian sengketa konsumen non-litigasi di Indonesia adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dibentuk berdasarkan Pasal 49 ayat (1) UUPK “Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan”. BPSK berfungsi

⁴⁷ Haerani Husainy, Muhammad Rizki S., & Mohammad Faturrahman. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Pengiriman Barang Melalui Kargo Di Kota Palu (*Legal Protection For Consumers Who Experience Losses Due To Shipping Goods Via Cargo In Palu City*). Jurnal Kolaboratif Sains. 6(10), hlm. 6. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.56338/jks.v6i10.4216>

sebagai forum penyelesaian sengketa yang lebih cepat, murah, dan ramah konsumen dibandingkan proses peradilan umum.

Rahayu Hartini dan Tannasya Putri Rahma menjelaskan bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berfungsi sebagai lembaga alternatif penyelesaian sengketa yang dibentuk oleh negara untuk menangani dan menyelesaikan perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha di luar mekanisme peradilan umum.⁴⁸ Keberadaan BPSK dimaksudkan untuk mengurangi kompleksitas proses litigasi yang cenderung formal, memakan waktu lama, dan berbiaya tinggi.

Melalui mekanisme penyelesaian sengketa secara mediasi, konsiliasi, dan arbitrase, BPSK menawarkan proses yang lebih cepat, sederhana, dan terjangkau, sehingga mampu memberikan akses keadilan yang lebih luas bagi konsumen. Selain itu, BPSK juga diposisikan sebagai sarana perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen dalam menuntut hak-haknya tanpa harus menghadapi prosedur peradilan yang rumit dan berlarut-larut, sebagaimana lazim terjadi dalam sistem peradilan umum.

Proses penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dilakukan dengan metode non-litigasi yang fokus pada penyelesaian yang cepat, sederhana, dan tidak mahal. Jenis penyelesaian sengketa yang dapat ditemukan di

⁴⁸ Rahayu Hartini & Tannasya Putri Rahma. (2024). *Settlement Of Consumer Disputes Through The Bandung City Consumer Disputes Resolution Agency (BPSK)*. *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, PerUndang-Undang Republik Indonesia an dan Pranata Sosial*. hlm. 4. Diakses 3 Januari 2026. <https://.org/10.22373/dusturiyah.v14i1.23242>

BPSK mencakup mediasi, konsiliasi, dan arbitrase, yang dipilih berdasarkan kesepakatan antara para pihak.

Maryanto, Hanim, dan Fitri menjelaskan bahwa langkah-langkah penyelesaian sengketa di BPSK dimulai dengan pengajuan klaim atau laporan oleh konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Setelah pengaduan diterima dan dicatat, BPSK memiliki tanggung jawab untuk memproses dan menyelesaikan sengketa tersebut dalam waktu tertentu, yaitu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan atau klaim diterima secara resmi.⁴⁹ Penetapan batas waktu ini bertujuan untuk memastikan kepastian hukum dan memberikan perlindungan yang efektif bagi konsumen tanpa harus melalui proses hukum yang berkepanjangan.

Kewenangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) secara normatif diatur dalam Pasal 52 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang memberikan BPSK kewenangan untuk memeriksa, menyelesaikan, dan memutus sengketa konsumen antara konsumen dan pelaku usaha melalui mekanisme non-litigasi. Ketentuan ini menegaskan posisi BPSK sebagai lembaga quasi-yudisial yang memiliki fungsi adjudikatif dalam sistem perlindungan konsumen di Indonesia.

⁴⁹ Maryanto, Lathifah Hanim, & Dini Amalia F. (2025). *Procedure For Resolving Consumer Disputes Through BPSK Hlm. 3–4. International Journal Of Law Society Services*. Diakses 3 Januari 2026. <https://dx..org/10.26532/ijlss.v1i2.17822>

Menurut Smith, Awiyah, Ivana dan Armaini. menjelaskan bahwa kewenangan tersebut tidak hanya bersumber dari UUPK, tetapi juga diperkuat oleh ketentuan pelaksana, khususnya Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, yang mengatur secara teknis mengenai tata cara pengajuan sengketa, mekanisme pemeriksaan, serta bentuk putusan BPSK.⁵⁰ Dalam kajian mereka, ditegaskan bahwa keberadaan regulasi pelaksana ini memberikan kerangka operasional yang jelas dan kepastian hukum bagi BPSK dalam menjalankan fungsi penyelesaian sengketa konsumen secara efektif dan efisien dalam praktik. Hal ini menunjukkan bahwa BPSK memiliki dasar hukum yang kuat baik secara normatif maupun administratif dalam sistem hukum perlindungan konsumen Indonesia

Ketentuan mengenai keputusan BPSK dijelaskan dalam Pasal 54 ayat (3) UUPK, dimana dinyatakan bahwa keputusan BPSK bersifat final dan mengikat bagi pihak-pihak yang terlibat sengketa. Meskipun demikian, beberapa tulisan hukum menegaskan bahwa arti dari “final dan mengikat” dalam konteks BPSK berbeda dibandingkan dengan keputusan pengadilan umum. Keputusan BPSK dianggap final dalam lingkup penyelesaian sengketa tanpa melalui jalur litigasi, namun masih bisa dibawa ke Pengadilan Negeri melalui upaya hukum keberatan

⁵⁰ Anita Felicia S., Rodiatun Adawiyah, Ivana, & Agus Armaini. (2024). *Settlement Of Consumer Disputes According To Law Number 8 Of 1999 On Consumer Protection*. *International Journal Of Business, Law, And Education*, 6(1), hlm. 6-7. Diakses 4 Januari 2026. <https://.org/10.56442/ijble.v6i1.1096>

menurut Pasal 56 ayat (2) UUPK apabila salah satu pihak tidak setuju dengan keputusan itu.

Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa dengan meneliti secara khusus mengenai sifat final dan mengikatnya keputusan BPSK serta perbedaannya dengan kekuasaan pengadilan biasa, menunjukkan bahwa keputusan BPSK tidak secara otomatis setara dengan keputusan pengadilan, tetapi mempunyai makna administratif tertentu dalam hal perlindungan konsumen.

2.5.3 Penyelesaian Sengketa melalui Litigasi

Dalam sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia, penyelesaian sengketa bisa dilakukan lewat litigasi, yaitu melalui pengadilan umum. Landasan hukumnya terdapat di dalam Pasal 45 dan Pasal 48 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam Pasal 45 ayat (1) UUPK dijelaskan bahwa konsumen yang merasa dirugikan memiliki hak untuk mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha baik melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen maupun lewat pengadilan umum. Selanjutnya, Pasal 48 UUPK menjelaskan bahwa penyelesaian sengketa di pengadilan mengikuti ketentuan peradilan umum yang berlaku, sehingga konsumen bisa menggunakan litigasi sebagai cara hukum untuk meminta kompensasi atas kerugian yang dialaminya.

Berdasarkan penelitian oleh Perjaka Purba, I Ketut Sudiatmaka, dan Dewa Gede Sudika M. mengkaji implementasi penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan UUPK, termasuk aspek litigasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi seringkali kurang efektif, baik karena biaya maupun waktu yang dibutuhkan yang jauh lebih besar dibandingkan non-litigasi.⁵¹

Situasi ini mengakibatkan rendahnya ketertarikan masyarakat untuk menyelesaikan masalah konsumen lewat proses litigasi, walaupun jalur ini memiliki kekuatan hukum yang paling tinggi karena keputusan pengadilan bersifat final dan dapat dilaksanakan dengan paksa. Oleh karena itu, walaupun litigasi tetap menjadi alat penting dalam sistem perlindungan konsumen, perannya dalam praktik sering dianggap sebagai upaya terakhir (*ultimum remedium*) ketika penyelesaian sengketa melalui cara non-litigasi tidak menghasilkan kesepakatan yang adil bagi semua pihak

R. Soeroso menjelaskan bahwa Gugatan dalam perkara perdata harus diajukan oleh pihak yang merasa haknya dilanggar kepada Pengadilan Negeri yang berwenang. Gugatan itu harus memuat dengan jelas siapa yang menggugat dan siapa yang digugat, apa yang menjadi

⁵¹ Perjaka Purba, I Ketut Sudiatmaka, & Dewa Gede Sudika M. (2019). Implementasi Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 2 (3), hlm. 156. Diakses 4 Januari 2026. <https://doi.org/10.23887/jatayu.v2i3.28781>

dasar tuntutan (*posita*) dan apa yang diminta supaya diputuskan oleh hakim (*petitum*).⁵²

Lebih lanjut ditegaskan pada dasarnya pemeriksaan perkara perdata di pengadilan dilakukan atas dasar surat gugatan yang diajukan oleh penggugat. Tanpa adanya gugatan, hakim tidak dapat memeriksa dan memutus perkara.⁵³ Dan mengenai tata cara pemanggilan serta dimulainya pemeriksaan perkara setelah gugatan didaftarkan, pengadilan memanggil kedua belah pihak untuk hadir dalam persidangan pada hari yang telah ditentukan, guna memulai pemeriksaan perkara.⁵⁴

Meliputi proses mediasi wajib, pembacaan gugatan, jawaban tergugat, replik, duplik, pembuktian, serta kesimpulan para pihak. Dalam tahap pembuktian, konsumen sebagai penggugat berkewajiban membuktikan adanya kerugian dan hubungan kausal antara perbuatan pelaku usaha dengan kerugian tersebut. Selanjutnya, hakim akan menjatuhkan putusan berdasarkan fakta persidangan dan ketentuan hukum yang berlaku. Proses ini menunjukkan bahwa litigasi menempatkan hakim sebagai pihak yang secara aktif menilai dan memutus sengketa secara yuridis formal.

Putusan pengadilan dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi memiliki sifat *final* dan mengikat (*final and*

⁵² R. Soeroso. 2024. *Hukum Acara Perdata Lengkap & Praktis, Hir, Rbg, Dan Yurisprudensi*. Jakarta: Sinar Grafika. hlm. 17

⁵³ R. Soeroso. *Ibid.* hlm. 18

⁵⁴ R. Soeroso. *Ibid.* hlm. 19

binding) setelah tidak lagi tersedia atau ditempuh upaya hukum biasa, seperti banding dan kasasi. Putusan tersebut memiliki kekuatan hukum tetap (*inkracht van gewijsde*) dan dapat dieksekusi secara paksa melalui mekanisme eksekusi pengadilan apabila pihak yang kalah tidak melaksanakan putusan secara sukarela. Sifat ini membedakan litigasi dari mekanisme non-litigasi, karena putusan pengadilan memiliki daya paksa yang kuat dan legitimasi negara.

Berdasarkan uraian di atas penyelesaian sengketa konsumen melalui litigasi menawarkan kepastian hukum dan kekuatan eksekutorial yang kuat melalui putusan pengadilan, namun di sisi lain menuntut waktu, biaya, dan prosedur yang lebih kompleks. Kondisi ini menjelaskan mengapa dalam praktik, konsumen cenderung memilih jalur non-litigasi terlebih dahulu, sementara litigasi tetap berfungsi sebagai instrumen penegakan hukum yang penting dalam menjamin perlindungan hak konsumen secara maksimal sesuai dengan tujuan UUPK.