

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Tentang PT Pos Indonesia

Dalam Undang-Undang No 6 tahun 1984, Tentang Pos, Pasal 1 ayat 1 yang dimaksud dengan Pos adalah sebagai berikut: “Pos adalah pelayanan lalu lintas surat pos, uang, barang dan pelayanan jasa lainnya yang ditetapkan oleh Menteri, yang diselenggarakan oleh badan yang ditugaskan menyelenggarakan pos dan giro”.

Dengan meningkatnya pembangunan nasional, pos sebagai sarana komunikasi dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan nasional pada hakikatnya harus mampu:

1. Memperkokoh kesatuan dan persatuan bangsa dan Negara serta mempererat hubungan antar bangsa.
2. Melancarkan hubungan aparat pemerintah dengan masyarakat dan diantara anggota masyarakat.
3. Menghilangkan isolasi daerah terpencil dan daerah yang baru dibuka.

Untuk mempererat hubungan dan kerja sama antar bangsa dan Negara, pos mempunyai peran penting.

Dalam usaha menjangkau seluruh wilayah tanah air, perluasan penyelenggaraan Pos akan membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Penyelenggaraan Pos terdapat dalam Undang-Undang No 37 tahun

1985, Pasal 2 ayat 1, yang menyatakan sebagai berikut :" Penyelenggaraan Pos diarahkan untuk menunjang pembangunan dengan memberikan pelayanan yang sebaik mungkin bagi masyarakat diseluruh tanah air dan untuk mempererat kerja sama dalam hubungan antar bangsa". Dengan menggunakan sarana Pos, kalangan produsen mempersingkat waktu dan jarak dalam hubungan timbale balik dengan konsumen serta memperluas pemasaran. Lalu lintas uang untuk berbagai keperluan usaha dan kewajiban sosial dipermudah dengan penyelenggaraan Pos yang merata keseluruh daerah. Dalam memajukan taraf dan gaya hidup masyarakat, penyelenggaraan Pos mempermudah perkembangan dan penyebaran pendidikan serta ilmu pengetahuan. Hubungan diantara anggota masyarakat, keluarga dipermudah dengan penyelenggaraan Pos, sehingga pembinaan dalam bidang sosial dan budaya dapat ditingkatkan.

Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan jasa. Saat ini bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan Perseroan Terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan Pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (Perum) menjadi sebuah perusahaan (Persero). Pos Indonesia berdiri pada tahun 1746, saham Pos Indonesia sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Saat ini Pos Indonesia tidak hanya melayani jasa pos dan kurir, tetapi juga jasa keuangan yang didukung oleh titik

jaringan sebanyak ± 4.000 kantor Pos dan 28.000 Agen Pos yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Pelayanan PT. Pos Indonesia dalam melaksanakan pelayanan pos di Indonesia, PT. Pos Indonesia membagi wilayah Negara Indonesia menjadi 11 daerah atau divisi regional dalam pengoperasiannya. Pembagian divisi tersebut mencakup semua provinsi yang ada di Indonesia. Setiap divisi meliputi satu atau beberapa provinsi yang menjadi bagian dari divisi tersebut. Divisi-divisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Regional I Pusat Medan meliputi Provinsi Aceh dan Sumatera Utara.
2. Regional II Pusat Padang meliputi Provinsi Riau, Kepulauan Riau dan Sumatera Barat.
3. Regional III Pusat Palembang meliputi Provinsi Bengkulu, Jambi, Lampung, Sumatera Selatan dan Kepulauan Banka Belitung.
4. Regional IV Pusat Jakarta meliputi Provinsi D.K.I Jakarta, Banten dan sebagian Jawa Barat.
5. Regional V Pusat Bandung meliputi sebagian Provinsi Jawa Barat.
6. Regional VI Pusat Semarang meliputi Provinsi Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta.
7. Regional VII Pusat Surabaya meliputi Provinsi Jawa Timur.
8. Regional VIII Pusat Denpasar meliputi Provinsi Bali, NTB, NTT.
9. Regional IX Pusat Banjarbaru meliputi Provinsi Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah.

10. Regional X Pusat Makasar meliputi Provinsi Gorontalo, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Barat, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Selatan, Maluku dan Maluku Utara.

11. Regional XI Pusat Jayapura meliputi Provinsi Papua Barat dan Papua.

Ekspansi wilayah pelayanan Pos Indonesia tidak hanya meliputi wilayah Indonesia saja, tetapi juga sudah meliputi dunia Internasional. Pelayanan dalam skala Internasional ini memungkinkan Pos Indonesia untuk melaksanakan salah satu tujuannya untuk bisa Go International. Ekspansi wilayah pelayanan Pos Indonesia ini dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan badan-badan usaha di negara lain yang berskala Internasional seperti Western Union. Andil Pos Indonesia dalam melayani pelanggannya, baik skala nasional maupun Internasional tidak terbatas hanya dalam dunia perposan tetapi juga dalam dunia keuangan. Fasilitas transfer uang melalui Pos Indonesia bisa dinikmati oleh pelanggannya. Fasilitas pembayaran tagihan listrik, air, dan telepon pun bisa dinikmati di kantor-kantor Pos Indonesia. Berbagai kemudahan yang ditawarkan dalam pelayanan Pos Indonesia terhadap pelanggannya merupakan suatu strategi yang diambil oleh PT. Pos Indonesia untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Arti Logo PT. Pos Indonesia dimana logo merupakan sebuah simbol yang menunjukkan citra, visi dan misi dari pemilik logo tersebut. Apabila logo tersebut milik sebuah perusahaan, logo tersebut akan merefleksikan jati diri perusahaan tersebut. Logo juga merupakan identitas suatu perusahaan yang menggambarkan tujuan-tujuan, prinsip-prinsip serta ideologi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Logo suatu perusahaan bisa berubah seiring dengan

perubahan dari diri perusahaan.¹ Dalam perkembangan PT. Pos Indonesia (Persero), logo yang mewakili diri Pos Indonesia pun berubah mengikuti perubahan yang terjadi dalam tubuh PT. Pos Indonesia. Perubahan logo yang mencerminkan hal-hal yang baru dan berubah dari tubuh PT. Pos Indonesia ini dapat ditelaah dan dianalisis. Logo lama Pos Indonesia ini terdiri dari banner di atas yang bertuliskan RI yang kemudian tersambung dengan gambar padi dan kapas yang membentuk sebuah lingkaran yang kemudian berujung kepada banner di bawah yang bertuliskan “POS & GIRO”. Di dalam lingkaran yang terbentuk dari kedua banner dengan padi dan kapas tersebut terdapat sebuah segilima yang di dalamnya terdapat gambar burung merpati yang seolah-olah sedang terbang mengelilingi dunia. Di sisi luar dari segilima tersebut dan di sisi dalam dari lingkaran, terdapat arsiran mendatar yang berfungsi sebagai latar belakang. Ide utama dari logo lama ini adalah burung merpati pos yang telah lama menjadi simbol dunia perposan. Bola dunia yang berada di belakang merpati melambangkan perputaran dunia, kekekalan dan adanya hubungan yang terjalin antar negara. Bentuk segilima yang mengelilingi merpati pos tersebut melambangkan Pancasila, ideologi NKRI yang memiliki lima sila. Sedangkan unsur padi dan kapas yang menjadi simbol dari sila kelima dari Pancasila mewakili tujuan BUMN untuk mencapai keadilan dan kesejahteraan sosial untuk seluruh rakyat Indonesia. Di dalam logo Pos yang baru, terdapat seekor merpati pos yang seolah-olah sedang mengelilingi dunia dengan kecepatan tinggi. Merpati pos ini tidak lagi terkurung oleh segilima dan juga lingkaran padi dan kapas. Ukuran merpati yang lebih besar daripada

¹ Surianto Rustan, **Bisnis Desain; Layout Dasar dan Penerapannya**, PT Lintas Kreasi Imaji, 2015, hlm 15

bola dunia melambangkan bahwa Pos Indonesia diharapkan bisa menguasai atau memimpin usaha perposan di dunia Internasional. Warna dasar jingga yang terdapat di gambar merpati dan bola memiliki arti penting bahwa Pos Indonesia itu penting (seperti yang terdapat di pembatas-pembatas jalan, pakaian pendaki gunung, seragam para penerbang dan lain sebagainya. Sedangkan tulisan “POS INDONESIA” dengan tipografi boldini memberikan ketegasan identitas perusahaan dan juga identitas Negara. Tulisan ini berada di bawah gambar merpati yang sedang mengelilingi dunia dengan kecepatan tinggi karena logo ini menunjukkan bahwa Pos Indonesia lebih mengutamakan profesionalitas dalam pelayanan untuk pelanggan. Slogan Pos Indonesia “Untuk Anda Kami Ada” yang ditulis dengan huruf latin (tidak tersambung) memperlihatkan keluwesan, keramahan dan fleksibilitas dalam melayani pelanggan-pelanggannya. Produk dan layanan jasa PT. Pos Indonesia secara umum, Pos Indonesia membagi lingkup bisnisnya menjadi dua, yakni Bisnis Surat Paket (BSP) dan Jasa Keuangan (JasKug).

Adapun layanan Pos Indonesia yang meliputi tersebut antara lain:

1. Bisnis Surat Paket (BSP). BSP sendiri terbagi menjadi beberapa kategori yaitu:
 - a. Pos Express, merupakan layanan premium milik Pos Indonesia untuk pengiriman cepat dan aman dengan jangkauan luas ke seluruh wilayah Indonesia. Pengiriman yang dapat menggunakan layanan Pos Express ini antara lain pengiriman dokumen, surat, paket serta barang dagangan online.

- b. Surat Pos Biasa (Standar), hampir sama dengan layanan Pos Express.
Akan tetapi, Surat Pos biasa (standar) hanya digunakan untuk mengirim dokumen, surat dan kartu pos dengan menggunakan perangko sesuai dengan tarif yang berlaku untuk wilayah tertentu.
 - c. Paket Pos adalah layanan pengiriman paket dengan tarif yang ekonomis dan menjangkau seluruh wilayah Indonesia.
 - d. Pos Kilat Khusus, merupakan layanan milik Pos Indonesia untuk pengiriman dokumen, surat, paket serta barang dagangan online dengan tempo kirim yang relatif singkat. Keunggulan dari layanan ini yaitu adanya jaminan kehilangan atau kerusakan kiriman dengan diberikan ganti rugi.
 - e. Express Mail Service (EMS), merupakan layanan pengiriman surat atau barang berskala Internasional dengan standar waktu penyampaian maksimum H+5 dari jaringan Internasional tersebut.
 - f. Admail Pos, merupakan unit bisnis yang dihadirkan PT Pos Indonesia untuk memberikan kontribusi bagi pertumbuhan bisnis dan profitabilitas bagi para mitra bisnis dengan memberikan layanan untuk kebutuhan mailing dalam volume besar.
2. Jasa Keuangan (Jaskug) meliputi :
- a. Wesel Pos, merupakan layanan pengiriman dan penerimaan uang yang memberikan solusi terhadap kecepatan. Pengiriman uang tersebut bisa berskala nasional (domestik) maupun Internasional (luar negeri).
Wesel pos domestik sendiri terbagi menjadi 4 macam, yaitu :

- 1) Wesel Pos Instan yaitu layanan wesel pos dengan waktu tempuh real time, pembayaran dengan menggunakan PIN dan NTP yang dikirimkan langsung oleh pengirim kepada penerima wesel.
- 2) Wesel Pos Prima yaitu layanan wesel pos yang menggunakan surat pemberitahuan yang diantar oleh petugas dari kantor Pos tujuan kepada penerima.
- 3) Wesel Pos Transfer Tunai (Cash to Account) yaitu pengiriman uang secara tunai melalui kantor Pos dengan tujuan semua rekening bank secara real time.
- 4) Wesel Pos Kemitraan yaitu layanan wesel pos hasil kerjasama dengan pihak lain yang dilakukan dengan suatu perjanjian kerjasama dengan tariff dan layanan sesuai kesepakatan.

Sedangkan untuk Wesel Pos luar negeri terdapat beberapa layanan jasa pos, diantaranya : Western Union, International Express Money Order (IEMO), International Money Order (IMO), BNI Wesel PIN, Wesel Instan BCA, Wesel Instan BSM dan Wesel Instan CIMB Niaga.

- b. Giro Pos, merupakan sarana atau layanan untuk penampungan dan pendistribusian dana yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu, Giro Pos juga sebagai sarana transaksi antar rekening (baik dari satu rekening ke satu rekening maupun ke banyak rekening lainnya) dan setoran tunai ke dalam rekening. Melalui Giro Pos, nasabah atau konsumen juga dapat melakukan pengambilan uang tunai dengan Cek Pos dan atau Slip Penarikan.

- c. Fund Distribution yaitu layanan penyaluran dana masyarakat (many to one) melalui account to cash atau account to account. Fund distribution ini bermitra dengan Kementerian, Lembaga Pemerintah dan Perusahaan. Layanan ini meliputi;
- 1) Pembayaran pensiun pegawai PNS dan ABRI.
 - 2) Penyaluran dana program pemerintah/lembaga.
 - 3) Bank Channelling merupakan layanan perbankan yang ada di kantor Pos. layanan ini meliputi:
 - a) Tabungan (Saving), layanan simpan yang dimiliki oleh Bank dimana Pos berperan dalam kegiatan di front office.
 - b) Kredit Penyaluran untuk pensiunan oleh Mitra Kredit Pensiun (Bank dan Koperasi).

B. Pengertian Tentang Perlindungan Hukum

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional juga memberikan defenisi perlindungan konsumen, yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.² Oleh karena itu, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, berbicara tentang perlindungan

² Janus Sidabolok, **Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia**, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 6

konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen. Hak-hak konsumen sebagai pengguna Jasa Pos yang terdapat di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun kewajiban konsumen terdapat pada Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah;

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

Selain hak dan kewajiban konsumen, adapun hak Pelaku Usaha dalam hal ini PT Pos Indonesia yaitu;

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adanya hak-hak pengguna jasa tersebut di atas, membebankan kewajiban-kewajiban PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai penyelenggara jasa Pos yang terdapat di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut :

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga memberikan perlindungan dari segi hukum yaitu dijaminnya kebebasan konsumen untuk melakukan penuntutan jika konsumen merasa kurang puas atas terjadinya kerugian.

Menurut Abdul Halim Barkatulah juga menyatakan bahwa; “Apabila seorang pengguna jasa Agen Pos selaku konsumen merasa telah dirugikan akibat kelalaian dari jasa Pos, konsumen dapat meminta ganti rugi atas kerugian yang dideritanya tersebut dimana pada umumnya konsumen terlebih dahulu akan mengajukan klaim kepada pihak kantor Pos”.³ Adapun bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh pihak Pos adalah pihak Pos memberikan kesempatan pada konsumen melakukan komplain atau pihak Pos memberikan hak pada konsumen untuk mengatakan keluhannya ketika ada barang yang hilang, rusak atau terlambat bisa langsung ke kantor Pos dan hanya perlu menunjukkan bukti pembayaran atau bukti pengiriman kepada

³ Abdul Halim Barkatulah, **Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)**, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm 7.

Pihak Pos". Adanya bukti transaksi ini pun bisa dijadikan sebagai alat untuk memberikan perlindungan bagi pengguna jasa Pos, karena ketika di kemudian hari terdapat hal-hal yang tidak di inginkan bukti pembayaran menjadi sarana untuk mengajukan komplain. Akan tetapi klaim yang diajukan konsumen yang ditujukan kepada pihak Pos tidak serta merta dapat diterima begitu saja oleh jasa Pos. Bilamana setelah melalui proses penelusuran atau investigasi yang dilakukan, ternyata pihak Pos dinyatakan lalai dalam melaksanakan kewajibannya, barulah konsumen segera dapat menuntut ganti rugi, dalam arti Jasa Agen Pos harus menanggung kerugian yang timbul karena wanprestasi tersebut.

C. Pengertian Tentang Tanggung Jawab

Tanggung jawab adalah sesuatu yang timbul karena adanya hubungan hukum sehingga menimbulkan adanya hak dan kewajiban bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun macam-macam tanggung jawab ini antara lain:

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kesalahan. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan hukum perdata. Teori murni dalam prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah suatu tanggung jawab yang didasarkan pada adanya unsur kesalahan dan hubungan kontrak.

Mengenai prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian atau kesalahan harapkan apabila pihak Pos dalam menyelenggarakan jasanya mengalami kelalaian sehingga dapat membuat barang kiriman rusak, maka pihak Pos

haruslah bertanggung jawab meskipun hal ini dilakukan tanpa disengaja. Namun karena ia lalai maka ia memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab, selain itu juga kelalaian yang ia lakukan dikarenakan kurangnya kehati-hatian dalam menjaga keamanan dan keselamatan barang.

2. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi. Tanggung jawab produsen yang dikenal dengan wanprestasi adalah tanggung jawab berdasarkan kontrak. Dengan demikian ketika suatu produk rusak dan mengakibatkan kerugian konsumen, biasanya pertama-tama melihat isi dari kontrak perjanjian atau jaminan yang merupakan bagian dari kontrak baik tertulis maupun lisan. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi, ketika membahas mengenai wanprestasi tentunya didalamnya terdapat sebuah perjanjian dan apa yang dilakukan oleh pihak Pos dan konsumen jasa Pos ini dapat diartikan dengan perjanjian karena penggunaan jasa ini terdapat kesepakatan yang telah dibuat oleh pihak Pos dan konsumen terhadap jasa apa yang ia gunakan, yang dapat menentukan hak dan kewajiban bagi pihak Pos dan konsumen jasa Pos. Ketika dalam penyelenggarannya lalu dikemudian hari tidak sesuai dengan yang sudah disepakati diawal maka pihak pengguna jasa Pos berhak meminta tanggung jawab kepada pihak Pos untuk memberikan ganti rugi dikarenakan pihak Pos telah wanprestasi.
3. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak. Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk menjerat pelaku usaha, khusunya produsen barang, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen.

Prinsip tanggung jawab mutlak, prinsip ini ketika diterapkan dalam penyelenggaraan jasa Pos maka ketika konsumen jasa Pos merasa dirugikan maka pihak Pos haruslah bertanggung jawab terhadap kerugian yang diderita oleh konsumennya tanpa adanya syarat baik disengaja maupun tidak disengaja.

Pasal 4 Ayat 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa konsumen mempunyai “Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan dalam Pasal 30 Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos disebutkan bahwa “Penyelenggara Pos wajib memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh pengguna layanan pos akibat kelalaian dan/atau kesalahan penyelenggara Pos”. Adanya landasan tersebut di atas tentu semakin menguatkan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Jayapura, bahwa sebagai pelaku usaha wajib untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen yang merasa dirugikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero). Berdasarkan Pasal 30 Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos sebagaimana yang dikemukakan diatas, maka konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Jayapura sebenarnya berhak untuk mendapatkan ganti rugi disaat mereka kehilangan kiriman yang telah dikirim, kerusakan isi paket, keterlambatan kiriman, serta ketidaksesuaian antara barang yang dikirim dan yang diterima. Selain itu didalam Pasal 31 Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos juga dijelaskan bahwa PT Pos Indonesia (Persero) akan memberikan ganti rugi akibat kelalaian yang dilakukan oleh penyelenggara

Pos, dan mengenai besarnya ganti rugi tergantung dari kesepakatan antara pengguna layanan Pos dengan penyelenggaraan Pos.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen didalam Pasal 4 huruf h dinyatakan bahwa “konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Jika konsumen merasakan kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas, dengan jumlah ganti kerugian yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas dasar kesepakatan kedua belah pihak. Selain itu, dalam Pasal 7 huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga menjelaskan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.” Kemudian dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga menyebutkan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan dan kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Kondisi ini sebagaimana dikemukakan diatas, dalam hal ketentuan pemberian ganti rugi tersebut, PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Jayapura akan memberikan ganti rugi kepada konsumennya apabila hal tersebut disebabkan karena kelalaian penyelenggara Pos, akan tetapi PT Pos Indonesia (Persero) Kota Jayapura tidak bertanggung jawab

untuk Pasal 7 huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan ganti rugi atas kiriman yang diakibatkan oleh:

1. Kerugian atau kerusakan yang disebabkan unsur kesengajaan oleh pengirim;
2. Isi kiriman yang tidak sesuai dengan pernyataan tertulis dihalaman muka model ini;
3. Semua risiko teknis yang terjadi selama dalam pengangkutan yang menyebabkan barang yang dikirim tidak berfungsi atau berubah fungsinya baik yang menyangkut mesin atau sejenisnya maupun barang-barang elektronik lainnya: handphone, kamera, radio/tape, dll yang sejenis.
4. Kerugian atau kerusakan sebagai akibat oksidasi, kontaminasi polusi dan reaksi nuklir.
5. Kerugian atau kerusakan sebagai force majeure akibat seperti bencana alam, perang, huru hara, aksi melawan pemerintah, pemberontakan, perebutan kekuasaan, atau penyitaan oleh penguasa setempat.
6. Kerugian tidak langsung atau untuk keuntungan yang tidak jadi diperoleh, yang disebabkan oleh kekeliruan dalam penyelenggaraan pos.

D. Wanprestasi

Wanprestasi berasal dari istilah dalam bahasa Belanda yaitu *wanprestatie*, yang artinya tidak melakukan suatu kewajiban yang telah diperjanjikan atau melanggar perjanjian yaitu melakukan atau berbuat

sesuatu yang tidak boleh dilakukannya⁴. Ada tiga unsur yang menentukan kesalahan, yaitu:

1. Perbuatan yang dilakukan Debitur dapat disesalkan Kreditur.
2. Debitur dapat menduga akibatnya, dapat dibagi menjadi 2, yaitu: Objektif sebagai manusia normal dan Subjektif sebagai seorang ahli.
3. Debitur dalam keadaan cakap berbuat.

Dalam suatu perjanjian jika Debitur tidak melakukan apa yang dijanjikannya, maka dikatakan ia melakukan wanprestasi (prestasi buruk) yang pada kenyataanya dapat berupa empat macam wanprestasi :

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
- c. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Hak-hak Kreditur jika terdapat wanprestasi aman, adalah sebagai berikut⁵ :

1. Hak menuntut pemenuhan perikatan (*nakomen*);
2. Hak menuntut pemutusan perikatan atau apabila perikatan itu bersifat timbal balik, menuntut pembatalan perikatan (*ontbinding*);
3. Hak menuntut ganti rugi (*scade vergoeding*);
4. Hak menuntut pemenuhan perikatan dengan ganti rugi;

⁴ Handri Raharjo, **Hukum Perjanjian di Indonesia**, Pustaka Yustisia, Jakarta, 2009, hlm 79

⁵ Mariam Darus Badrulzaman, **Kompilasi Hukum Perikatan**, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 21

5. Hak menuntut pemutusan atau pembatalan perikatan dengan ganti rugi.

Ganti rugi (*scade vergoeding*) menurut Pasal 1244, Pasal 1245 dan Pasal 1246 KUHPerdata terdiri dari biaya, rugi dan bunga. Bentuk ganti rugi yang lazim digunakan adalah uang, pemulihan keadaan semula (*in natura*) dan larangan untuk mengulangi, apabila hal tersebut tidak ditepati dapat diperkuat dengan uang paksa, tetapi uang paksa bukan merupakan bentuk atau wujud dari ganti rugi. Untuk kerugian immateriil yaitu kerugian yang tidak dapat dinilai dengan uang dan bersifat tidak berwujud, misalnya idealisme, moral, dan lain-lain, hal ini tidak diatur dalam KUHPerdata namun diatur dalam yurisprudensi dan hal tersebut juga dapat diajukan sebagai tuntutan ganti rugi berdasarkan wujudnya.⁶

⁶ Handri Raharjo, **Hukum Perjajian di Indonesia**, Pustaka Yustisia, Jakarta, 2009, hlm. 85