

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan jual beli antar negara sangat berkembang saat ini, terutama untuk pelaku usaha *e-commerce*, *online shop*, serta perusahaan-perusahaan yang membeli barang yang berasal dari luar suatu negara dan yang memiliki pelanggan dari luar negeri.

Pada proses transaksi jual beli antar negara yang menggunakan jasa *warehouse* biasanya dilakukan dengan cara para pelaku usaha domestik membeli barang kepada pelaku usaha atau produsen lain yang berada di negara yang berbeda, kemudian pelaku usaha atau produsen tersebut mengirimkan barang yang telah dibeli oleh pelaku usaha di domestik ke alamat *warehouse* yang ada di negara tempat barang berada, barang-barang yang telah dibeli tersebut dikumpulkan terlebih dahulu dalam jumlah tertentu kemudian oleh pihak *warehouse* barang dikirimkan ke *warehouse* domestik, selanjutnya semua barang yang sudah sampai di *warehouse* domestik akan dikirimkan kepada pelaku usaha yang membeli barang atau penerima barang tersebut.

Peran *warehouse* dalam transaksi ini adalah sebagai tempat penyimpanan barang dengan jangka waktu tertentu serta yang mengirimkan barang sampai ke pelaku usaha domestik. Maka dengan adanya *warehouse*, pihak yang dilibatkan dalam transaksi jual beli semakin banyak sehingga resiko yang didapatkan juga semakin kompleks.

Beberapa masalah lainnya dalam hal pendistribusian barang, yaitu pengiriman barang dalam jangka waktu yang lama, terjadi keterlambatan pengiriman, barang tertahan di bea cukai, terjadi selisih barang, barang yang sampai tidak sesuai. serta hal-hal lainnya yang dapat merugikan para pengguna jasa tersebut. Untuk itu diperlukan tanggung jawab dari pihak pengelola *warehouse* agar proses pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara dapat berjalan dengan baik.

Dalam pelaksanaan pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara penggunaan jasa *warehouse* sudah tidak asing lagi, jasa ini banyak dipilih karena dipercaya lebih efektif dan efisien dalam melakukan transaksi jual beli antar negara. *Warehouse* merupakan tempat yang digunakan untuk penyimpanan sementara dan pengambilan inventori untuk kegiatan operasi selanjutnya, atau ditujukan ke tempat distribusi maupun kepada konsumen akhir.¹ Dengan adanya *warehouse* sebagai pusat penyimpanan maka akan mempermudah proses *tracking* serta membantu memastikan bahwa pelanggan menerima barang dengan tepat waktu sehingga memberikan penghematan biaya dan meningkatkan produktivitas.

Definisi terkait gudang dijelaskan pada Pasal 1 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 90 Tahun 2014 Tentang Penataan dan Pembinaan Gudang yaitu: “Gudang adalah suatu ruangan tidak bergerak yang tertutup dan/ atau terbuka dengan tujuan tidak untuk dikunjungi oleh umum tetapi untuk

¹ Martono, RV, 2018, *Manajemen Logistik, Jakarta*, Gramedia Pustaka Utama, hlm. 34.

dipakai khusus sebagai tempat penyimpanan barang yang dapat diperdagangkan dan tidak untuk kebutuhan sendiri”.

Fungsi dari gudang sendiri dijelaskan melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pada Pasal 15 ayat (1) dijelaskan bahwa: “Gudang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (1) huruf d merupakan salah satu sarana perdagangan untuk mendorong kelancaran distribusi barang yang diperdagangkan di dalam negeri dan di luar negeri”. Namun, pada faktanya masih banyak kerugian dari pengguna jasa *warehouse* yang mengakibatkan kegiatan pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara tidak berjalan dengan lancar.

Jual beli antar negara atau perdagangan internasional merupakan kegiatan perdagangan yang penting dan sangat dibutuhkan oleh setiap negara. Instrumen hukum mengenai perdagangan internasional dalam bentuk peraturan-peraturan sangat diperlukan untuk mendukung terlaksananya kegiatan transaksi jual beli antar negara, salah satu instrumen hukum tersebut adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang memuat materi perdagangan dalam negeri, perdagangan luar negeri, perdagangan perbatasan, perdagangan melalui sistem elektronik, perlindungan dan pengamanan perdagangan, dan masih banyak lagi. Kedaulatan Negara akan memberikan kewenangan terhadap Negara untuk dapat mengatur serta menentukan segala sesuatu yang masuk dan keluar di wilayahnya.

Faktor perkembangan perdagangan internasional salah satunya yaitu globalisasi, perkembangan teknologi dan informasi menjadi sangat pesat dan

memberikan banyak pengaruh buruk maupun baik bagi kehidupan sehari-hari. Pengaruh baik pada berkembangnya sistem teknologi dan informasi tersebut antara lain yaitu, pertukaran informasi yang lebih cepat dan mudah dari seluruh penjuru dunia, meningkatkan efektivitas dan efisiensi pekerjaan, serta memberikan banyak inovasi pada berbagai bidang, termasuk pada bidang teknologi perindustrian dan perdagangan atau bisa disebut dengan ekonomi digital. Baik para pelaku usaha maupun konsumen juga semakin memanfaatkan perkembangan tersebut guna mengoptimalkan efektivitas dan efisiensi pada kegiatan dagang yang mereka lakukan. Masyarakat secara tidak langsung dituntut untuk selalu *up to date* terhadap suatu perubahan tersebut supaya dapat terus melakukan inovasi, sehingga persaingan usaha yang terjadi dalam perdagangan berjalan dengan kompetitif.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia, memberikan banyak kemajuan pada sistem operasional bisnis yang awalnya dijalankan dengan cara manual menjadi serba otomatis. Tidak sedikit kehadiran *marketplace* serta *e-commerce* seperti, Blibli, Tokopedia, Zalora, Shopee, Sociolla, Amazon, ikut serta dalam perkembangan perekonomian Indonesia. *Marketplace* merupakan *platform* atau situs web yang bertindak sebagai orang ketiga atau perantara antara penjual dengan pembeli. Dalam *marketplace* terdapat berbagai macam produk dari berbagai penjual.² Sedangkan *e-commerce* merupakan situs *online*

² Ilham Mubarak, 2022, *Apa Itu Marketplace? Pahami Bedanya Dengan Toko Online!*, <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>, (diakses pada tanggal 14 Februari 2023, pukul 20:05 WIB)

untuk melakukan transaksi jual beli.³ Berbeda dengan *marketplace*, *e-commerce* hanya menjual produk dari pemilik situs online tersebut, sehingga tidak ada penjual lainnya.

Ekonomi digital di Indonesia sangat mengalami perkembangan dapat dilihat dari perolehan nilainya yang sampai di angka 70 miliar dollar AS atau dalam rupiah sama dengan Rp. 1.043,8 triliun (kurs Rp. 14.912) di tahun 2021, selain itu total penjualan bisnis ekonomi internet ASEAN, 40 persen berasal dari Indonesia.⁴ Semakin banyak masyarakat yang melakukan transaksi online untuk melakukan kegiatan jual beli barang melalui *marketplace* maupun *e-commerce*, hal ini memberikan banyak kemudahan bagi sebagian besar orang, karena tidak perlu membeli langsung di toko, cukup bertransaksi melalui *e-commerce* yang digunakan maka barang akan diantarkan ke alamat tujuan. Pembayaran dapat dilakukan dengan mentransfer total pembelian ke penjual melalui kartu debit, kartu kredit, *e-wallet*, pembayaran melalui minimarket, dan melalui *Cash On Delivery* (COD).

Dengan meningkatnya konsumen yang menggunakan *marketplace* dan *e-commerce* membawa kesempatan besar kepada para pelaku usaha untuk melakukan promosi serta kegiatan dagangnya dalam menjalankan bisnis *online*. Karena hal tersebut maka mendorong lahirnya jasa-jasa logistik yang

³ Aldwin Nayoan, 2022, *Apa Itu E-Commerce? Berikut Pengertian, Jenis, Serta Manfaatnya!*, <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-ecommerce/>, (diakses pada tanggal 14 Februari 2023 pukul 20:10 WIB)

⁴ Yohana Artha Uly, 2022, *Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai Rp 108,54 Triliun Di Kuartal I-2022*, <https://money.kompas.com/read/2022/08/03/211200826/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp-108-54-triliun-di-kuartal-i-2022?page=all>, (diakses pada tanggal 14 Februari 2023, pukul 20:12 WIB)

memberikan jasa transportasi, pergudangan, dan pendistribusian baik dalam negeri maupun lintas negara.

Berdasarkan pemaparan diatas maka, dengan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tanggung Jawab *Warehouse* dalam Proses Pengiriman Barang pada Transaksi Jual Beli Antar Negara”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah yang akan dibahas pada skripsi ini adalah:

1. Bagaimana kedudukan *warehouse* dalam proses pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara?
2. Bagaimana tanggung jawab *warehouse* dalam proses pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian pada skripsi ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kedudukan *warehouse* dalam proses pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara
2. Untuk mengetahui tanggung jawab *warehouse* apabila terjadi peristiwa yang mengakibatkan kerugian pada pengguna jasanya dalam proses pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari skripsi ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi para penulis lain yang ingin melakukan penelitian mengenai tanggung jawab *warehouse* dalam proses pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara serta sebagai sarana bahan pertimbangan untuk badan pemerintah yang akan terus mengembangkan peraturan-peraturannya untuk melindungi para pengguna jasa *warehouse* dalam proses pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi seluruh pihak yang membutuhkan pengetahuan lebih mengenai proses pengiriman barang pada transaksi jual beli antar negara melalui *warehouse*.