

KERUGIAN KONSUMEN SEBAGAI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM PERDAGANGAN ELEKTRONIK DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Yuli Heriyanti

Fakultas Hukum Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai
e-mail: Yuliheryanti2@gmail.com

Abstrak

Kerugian konsumen dapat menjadi tanggung jawab pelaku usaha/produsen apabila memenuhi syarat dalam prinsip tanggung jawab pelaku usaha. Prinsip-prinsip tanggung jawab tersebut adalah Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (Negligence), Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (Breach of Warranty), Prinsip tanggung jawab mutlak (Strict Product Liability).

Syarat Kerugian Konsumen Yang Menjadi Tanggung Jawab Pelaku Usaha sesuai dengan kasus yang dialami penulis harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut, Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal, Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat, Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (proximate cause) dari kerugian yang timbul.

Kata kunci: *Kerugian, Konsumen, Tanggung Jawab, Perdagangan Elektronik, Perlindungan Konsumen*

Abstract

Consumer losses can be the responsibility of the business actor / producer if they meet the requirements in the principle of the responsibility of the business actor. The principles of responsibility are the principle of responsibility based on negligence / error (Negligence), the principle of responsibility based on default (Breach of Warranty), the principle of absolute responsibility (Strict Product Liability).

Conditions of Consumer Losses That Become Responsibilities of Business Actors in accordance with the case experienced by the author must meet the following conditions, A behavior that causes harm, not in accordance with normal caution, Must be proven that the defendant was negligent in the duty of caution with the plaintiff, such behavior is the real cause (proximate cause) of the losses incurred.

Keywords: *Loss, Consumer, Responsibility, Electronic Commerce, Consumer Protection*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu dan pengetahuan membawa dampak positif dan negatif terhadap kehidupan masyarakat baik dari segi sosial, ekonomi dan budaya. Di bidang ekonomi seperti contoh perdagangan, dahulu kita hanya mengenal perdagangan secara tradisional dimana pembeli dan penjual bertemu secara fisik dan melakukan tawar menawar secara langsung. Sangat berbeda dengan hari ini yang mana perdagangan dilaksanakan secara online atau dengan kata lain lewat media elektronik, antara penjual dan pembeli tidak lagi dibutuhkan pertemuan dan tawar menawar secara langsung bertatap muka.

Begitu juga dengan barang yang diperdagangkan pembeli tidak lagi bisa memilih secara fisik. Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat.¹ Perdagangan secara elektronik merupakan salah satu bentuk realisasi terjadinya sebuah perjanjian, dan seperti yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata) maka perjanjian terbagi tiga macam yaitu:1) Perjanjian untuk memberikan sesuatu barang/benda (Pasal 1237 KUHPperdata);2)

¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*, Nusa Media, Bandung 2017, hal 14

Perjanjian untuk berbuat sesuatu (Pasal 1241 KUHPerdata);³⁾ Perjanjian untuk tidak berbuat sesuatu (Pasal 1242 KUHPerdata. Perdagangan secara online jika dilihat dari jenis perjanjian diatas termasuk kedalam perjanjian untuk memberikan sesuatu, di sisi Penjual memberikan barang/benda yang dipesan dan yang telah dibayar oleh si Pembeli. Permasalahan inilah yang sering terjadi disisi pembeli yang telah memesan barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan di online sistem contohnya dalam hal ukuran diterima oleh pembeli tidak sesuai yang dipesan. Kesalahan ukuran ini merupakan salah satu bentuk kerugian di pihak Pembeli yang seharusnya menjadi tanggung jawab bagi Penjual.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 menyatakan bahwa “ Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”. Tujuan perlindungan konsumen salah satunya seperti yang diatur dalam Pasal 3 ayat (e) “Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha”. Hak konsumen merupakan kewajiban pelaku usaha yang harus dilaksanakan seperti yang diatur dalam Pasal 4 ayat (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”. Sejalan dengan salah satu kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 7 ayat (f) yang menyatakan bahwa” memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”.

Pada dasarnya perdagangan secara elektronik menyisakan berbagai macam permasalahan baik di pihak penjual maupun pembeli sebagai konsumen yang pada hakikatnya sama-sama harus dilindungi. Salah satu contoh permasalahan adalah seringkali konsumen atau pembeli menerima barang atau benda tidak sesuai ukuran yang sudah diperjanjikan. Ukuran yang salah akan

menimbulkan kerugian dipihak konsumen yaitu dengan konsekuensi tidak terpakai atau harus mengembalikan dengan menambah ongkos kirim yang seharusnya bukan menjadi tanggung jawab pembeli. Berdasarkan hal tersebut diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Kerugian Konsumen Sebagai Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Elektronik Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**”.

2. RUMUSAN MASALAH

Adapun Rumusan Masalah pada latar belakang di atas Adalah

1. Apakah setiap kerugian yang dialami oleh konsumen menjadi tanggung jawab pelaku usaha?
2. Apa saja syarat kerugian konsumen menjadi tanggung jawab pelaku usaha?

3. PEMBAHASAN

A. Tanggung Jawab Pelaku Usaha.

Undang-Undang secara umum telah memberikan kebebasan membuat dan mengadakan perjanjian atau pelaksanaan kontrak selama unsur-unsur perjanjian dan kontrak tersebut terpenuhi oleh kedua belah pihak. Prinsip tanggung jawab pelaku usaha dalam hal perjanjian jual beli baik secara online maupun offline harus berdasarkan :

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*Negligence*);

Prinsip yang tersebut diatas berdasarkan teori *negligence*, yaitu *the failure to exercise the standard of care that reasonably prudent person would have exercised in similar situation*.

Berdasarkan teori ini kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada

produsen.² *Negligence* dapat dijadikan dasar gugatan, manakala memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

- a. Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal.
- b. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat.
- c. Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.

Pembentukan teori tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dan hubungan kontrak sangat dipengaruhi oleh paham individualisme dalam prinsip *laissez faire*.³

2. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*Breach of Warranty*);

Tanggung jawab produsen berdasarkan wanprestasi juga merupakan bagian dari tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Dengan demikian, suatu produk yang rusak dan mengakibatkan kerugian, maka konsumen melihat isi kontrak, baik tertulis maupun tidak tertulis. Keuntungan konsumen berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak (*strict obligation*), yaitu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Artinya, walaupun produsen telah berupaya memenuhi kewajiban dan dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian.

3. Prinsip tanggung jawab mutlak (*Strict Product Liability*).

Dalam hukum perlindungan konsumen, tanggung jawab mutlak ini

merupakan hal yang sangat penting dengan beberapa alasan : *pertama*, tanggung jawab mutlak merupakan instrumen hukum relatif masih baru untuk memperjuangkan hak konsumen memperoleh ganti kerugian. *Kedua*, tanggung jawab mutlak merupakan bagian dan hasil dari perubahan hukum di bidang ekonomi, khususnya industri dan perdagangan yang dalam praktiknya sering menampakkan kesenjangan antara standar yang diterapkan di negara yang satu dengan negara lainnya, dan kesenjangan dalam negara yang bersangkutan, yaitu antar – kebutuhan keadilan masyarakat dengan standar perlindungan konsumen dalam hukum positif. *Ketiga*, penerapan prinsip tanggung jawab mutlak melahirkan masalah baru bagi produsen, yaitu bagaimana produsen menangani risiko gugatan konsumen. *Keempat*, kesenjangan antara standar norma dalam hukum positif dan kebutuhan perlindungan kepentingan dan hak-hak konsumen.⁴

Untuk Indonesia berkaitan dengan prinsip tanggung jawab tersebut sudah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yakni tanggung jawab produk (*product liability*) dan tanggung jawab profesional (*professional liability*). Hanya saja kerugian konsumen yang terjadi dilapangan sebagian besar bukan saja berasal dari produk akan tetapi adanya kelalaian produsen atau pelaku usaha dalam melaksanakan kewajiban terhadap konsumen. Contoh yang pernah dialami oleh peneliti sendiri adalah ketika barang/produk yang dipesan sudah sesuai dengan kontrak dan prosedur yang diatur akan tetapi diperjalanan barang/produk yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan ukuran yang dipesan oleh

² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta 2013, hal 83

³ Ibid, hal 85

⁴ Ibid, hal 96

konsumen. Artinya kesalahan ukuran yang diterima konsumen mengakibatkan konsumen harus mengembalikan barang/produk dengan kerugian harus menambah ongkos kirim ketika akan dikirimkan ke pihak produsen/pelaku usaha.

Selama ini kesalahan atau kelalaian seperti tersebut diatas hanya mengatur tentang pembebanan ongkos kirim dari produsen kembali ke konsumen saja yang menjadi tanggung jawab produsen/pelaku usaha, tidak ketika barang/produk dikirimkan ulang oleh konsumen kepada produsen/pelaku usaha. Ini perlu dicermati karena pada dasarnya ini termasuk kepada tanggung jawab mutlak produsen/pelaku usaha untuk mengganti biaya ongkos kirim barang/produk dari dan kembali ke konsumen karena tanpa adanya kesalahan dan kelalaian produsen/pelaku usaha maka pengembalian barang/produk tidak akan terjadi.

Permasalahan yang ada aturan pengembalian uang ongkos kirim dari konsumen dalam rangka mengirimkan ulang produk/barang ke produsen/pelaku usaha tidak dijelaskan dan konsumen tidak tahu bahwa ganti rugi bisa dimintakan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah transaksi seperti yang diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

B. Syarat Kerugian Konsumen Yang Menjadi Tanggung Jawab Pelaku Usaha.

Dalam hal ini kasus yang pernah dialami oleh penulis sendiri adalah ketika melakukan transaksi online pembelian stelan baju kerja, pemesanan sudah dilakukan sesuai aturan dan kontrak digital yang disediakan di website pelaku usaha. Ukuran pada saat itu yang dipesan adalah L dengan warna merah

maroon model stelan rok. Artinya seharusnya pelaku usaha mengirimkan ukuran sesuai pesanan, akan tetapi karena kesalahan dan kelalaian pelaku usaha/produsen dikirimkan ukuran baju L sedangkan rok ukuran M. Kesalahan dari kelalaian pelaku usaha yang tidak berhati-hati mengakibatkan konsumen rugi dengan kenyataan harus mengembalikan stelan baju kerja tersebut kembali kepada pihak pelaku usaha/ produsen, dengan berbiaya melalui jasa ekspedisi yaitu PT. Pos dan Giro.

Dari kasus diatas dapat dinyatakan bahwa, kelalaian/kesalahan (*Negligence*) dapat dijadikan dasar gugatan, manakala memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal.
2. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat.
3. Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.⁵

Faktor kesalahan/kelalaian dari pelaku usaha/produsen juga bisa dibuktikan dengan bukti-bukti lain adanya kerugian penulis harus membayar ongkos kirim produk yang salah kirim oleh pelaku usaha/produsen karena kesalahan ukuran. Selain itu juga bisa meminta tanggung jawab pelaku usaha/produsen berdasarkan wanprestasi, bahwa barang atau produk yang dikirim tidak sesuai dengan kesepakatan para pihak yang bertransaksi. Dalam tanggung jawab berdasarkan prinsip tanggung jawab mutlak perkembangannya pada saat sekarang sudah difokuskan kepada kondisi produk/barang bukan pada perilaku produsen semata. Prinsip tanggung jawab mutlak juga mengatur tentang penerapan *strict liability* tersebut didasarkan pada alasan bahwa konsumen tidak dapat berbuat banyak untuk memproteksi diri dari risiko kerugian yang

⁵ Ibid, hal 84

disebabkan oleh produk cacat.⁶ Kesalahan mengirimkan ukuran termasuk kepada definisi cacat yang mana produk tidak bisa digunakan dan harus ditukar atau dikembalikan kepada pelaku usaha/produsen sesuai pesanan konsumen.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kerugian konsumen dapat menjadi tanggung jawab pelaku usaha/produsen apabila memenuhi syarat dalam prinsip tanggung jawab pelaku usaha. Prinsip-prinsip tanggung jawab tersebut adalah :
 - a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*Negligence*);
 - b. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*Breach of Warranty*);
 - c. Prinsip tanggung jawab mutlak (*Strict Product Liability*).
2. Syarat Kerugian Konsumen Yang Menjadi Tanggung Jawab Pelaku Usaha sesuai dengan kasus yang dialami penulis harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :
 1. Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal.
 2. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat.
 3. Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.

B. Saran.

1. Pada dasarnya sosialisasi terhadap hak konsumen dapat dilakukan oleh pemerintah melalui iklan-iklan yang ditayangkan di televisi agar tercipta perlindungan konsumen secara merata diseluruh wilayah Indonesia.
2. Kontrak yang dibuat baik tertulis maupun digital harus mencantumkan secara rinci masalah tanggung jawab pelaku usaha terkait transaksi yang dilakukan, agar konsumen maupun pelaku usaha sama-sama berhati-hati karena kedua belah pihak bukan dalam posisi tawar yang sama atau bisa dikatakan posisi yang tidak seimbang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*, Nusa Media, Bandung 2017.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta 2013.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (BW)
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁶ Ibid, hal 99