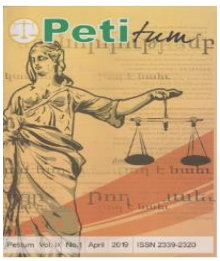

PETITUM

https://uit.e-journal.id/JPetitum

Vol 10, No, 1, April 2022 pp, 37-47

p-ISSN:2339-2320 dan e-ISSN: 2716-0017

Perlindungan Konsumen Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Oleh Penjual Online Shopping Melalui *E-Commerce*

Asrul Aswar [1]

[1] Fakultas Hukum, Universitas Indonesia Timur, Indonesia, Email: lulu.asrul87@gmail.com

Artikel info

Artikel history:
Received: 12-06-2022
Revised: 23-06-2022
Published: 07-07-2022

Keywords:
Consumer Protection, Online shopping.

Kata Kunci:
Perlindungan Konsumen, Penjualan Online

ABSTRACT: *Online shopping or some people call it Online Shopping, is an indirect transaction activity and uses the internet as a means of selling or buying goods or services using media through an intermediary application known as e-Commerce where consumers can buy goods or services directly. services in the application or via the internet with various payment methods. This research method uses a normative research method which refers to written regulations, the Consumer Protection Act, and literature study. In this study, the results obtained that e- Commerce will provide compensation if the goods or services received are not in accordance with the order org information listed by attaching certain conditions from the consumer. However, it can still be accommodated by Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection Law, as for the principles of responsibility.*

ABSTRAK: Belanja Online atau sebagian orang menyebutnya Online Shopping, adalah suatu kegiatan transaksi tidak langsung dan menggunakan internet sebagai sarana jual atau beli barang atau jasa dengan menggunakan media melalui suatu aplikasi perantara yang dikenal dengan *e-Commerce* dimana konsumen dapat membeli barang atau jasa secara langsung. layanan di aplikasi atau melalui internet dengan berbagai metode pembayaran. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif yang mengacu pada peraturan tertulis, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan studi pustaka. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa *e-Commerce* akan memberikan kompensasi jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan pesanan atau informasi yang tercantum dengan melampirkan syarat-syarat tertentu dari konsumen. Namun masih dapat diakomodasi oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu mengenai asas tanggung jawab.

Coresponden author:
Email: lulu.asrul87@gmail.com

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi CC BY

PENDAHULAN

Belanja online atau sebagian masyarakat menyebutnya dengan istilah Online Shopping, merupakan suata kegiatan transaksi secara tidak langsung dan menggunakan media internet sebagai sarana jual maupun beli barang ataupun jasa menggunakan media dengan melalui perantara aplikasi yang dikenal dengan *e-Commerce* yang mana konsumen dapat membeli langsung barang atau jasa di aplikasi ataupun melalui internet dengan metode pembayaran yang beragam. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi yang sangat pesat yang dilatar belakangi oleh efek globalisasi sehingga dapat mempermudah proses tranksaksi antara konsumen dan pelaku usaha.

E-Commerce merupakan wadah yang menampung pelaku usaha dan konsumen dimana didalam nya terjandi transaksi jual beli produk secara elektronik dari perusahaan ke konsumen maupun perusahaan dengan perusahaan lain yang mana menggunakan media aplikasi melalui smartphone maupun melalui komputer sebagai perantara transaksi. Jika kita berkaca dengan kondisi pada saat ini banyak hal yang melatarbelakangi mengapa masyarakat setidaknya mengetahui cara agar terhubung ke internet , dan tidak bisa dipungkiri bahwasanya internet sangat berkembang apalagi dibidang komersial yang mana terjadi peningkatan yang sangat besar. Munculnya internet membuat peluang usaha dan menciptakan suatu lingkungan yang mana bisa dijadikan sebagai tempat untuk merintis sebuah bisnis.

Ada sangat banyak cerita yang menggambarkan mengenai sebuah bisnis kecil yang berkembang dan terus berkembang menjadi sebuah bisnis yang sangat besar yang berhasil meningkatkan keuntungan mereka yang relatif kecil dengan mengeluarkan biaya agar tetap terhubung dengan internet. Mereka akan terus mencari informasi pada internet dan mencocokkannya dengan daftar kesukaan atau daftar hasil penelusuran konsumen tersebut dan akan ditampilkan di menu agar konsumen dapat merasa nyaman dan pelaku usaha dapat memelihara hubungan dengan para pelanggan, atau menyediakan layanan online dan membuka toko online maupun memperbesar toko yang telah ada.

Terlebih dengan adanya perdagangan bebas yang mana para pelaku usaha baik yang ada didalam negeri maupun yang ada diluar negeri saling bersaing satu sama lain sehingga harga barang ataupun jasa relatif lebih murah dan kompetitif sehingga masyarakat lebih memilih barang dan jasa tersebut didukung dengan situasi sekarang yang masih dalam kondisi pandemi serta didukung oleh lengkapnya kebutuhan barang dan jasa yang tersedia serta di iringi dengan harga yang relative murah dari harga lapak offline.

Hal ini membuat *e-Commerce* menjadi lebih besar dan memiliki pengaruh yang luas terhadap masyarakat yang menjadi konsumen , terlebih lagi banyak e-Commerce yang mengadakan potongan harga atau diskon , *cashback* ataupun gratis ongkir yang membuat nama *e-Commerce* itu menjadi lebih besar. Selain itu pelaku usaha dan konsumen dapat melakukan tranksaksi secara berjauhan tanpa harus melakukan kontak langsung yang dapat menghemat waktu konsumen serta mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen serta pelaku usaha yang mendapat keuntungan, namun sebaliknya, karena kedua belah pihak tidak bertemu dan bertatap muka secara langsung maka ada kemungkinan lahirnya sebuah kecurangan atau

kekeliruan yang wajib menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. selain dampak positif ada jutga dampak negatif dari sistem *e-Commerce* itu sendiri dapat merugikan konsumen. Salah satunya yang banyak di permasalahkan oleh konsumen yang dibuktikan banyaknya curahan hati konsumen melalui media sosial seperti produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan dengan embel- embel murah meriah serta diskon sehingga mereka tertarik dan membeli barang tersebut, barang imitasi yang didalam informasi barang dinyatakan sebagai barang asli, dan lain sebagainya yang masih berkaitan dengan hal-hal yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.

Jika ditelusuri ada banyak contoh kasus saat konsumen sedang belanja barang secara online, namun barang yang dibeli tidak sesuai dengan ekspektasi banyak konsumen mengaku merasa tertipu dan merasa dirugikan karena mereka terpengaruh oleh tawaran dengan harga yang sangat rendah melalui dari foto iklan iklan yang dipajang dan parahnya barang tersebut merupakan barang imitasi atau palsu tanpa ada keterangan yang dicantumkan terlebih dahulu dan hanya memberikan penwaran dengan iming-iming diskon dan cashback. Jika dilihat dari contoh permasalahan itu apakah hal tersebut dapat menjadi pelanggaran hak konsumen? Apakah konsumen dapat melakukan permintaan pengembalian dana kepenjual jika konsumen merasa dirugikan jika barang tersebut tidak sesuai dengan pesanan?
Oleh karena itu hal ini akan dibahas didalam tulisan ini dimana tulisan ini akan mencoba memaparkan mengenai bagaimana perlindungan hukum yang seharusnya bagi konsumen dalam menghadapai penipuan yang diakibatkan oleh ketidak sesuaian barang yang dipesan oleh konsumen yang berasal dari pelaku usaha yang mana banyak terjadi di aplikasi maupun situs aplikasi berlandaskan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mana telah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau yang sering disingkat dengan UUPK.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar dan berlokasi di perpustakaan UIT makassar yang beralamat di jalan Rappocini Raya Kampus 1, dan menggunakan media internet sebagai lokasi penelusuran. Dilaksanakan pada tanggal 29 November 2021 hingga 29 Desember 2021. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian *normative* yang mana mengacu pada peraturan tertulis, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan studi kepustakaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha terhadap barang yang tidak sesuai dengan pesanan menurut peraturan *e- Commerce*.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 Angka 3 telah menjelaskan jika pelaku usaha merupakan setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun yang bukan yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama- sama melalui Perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi1.
Penjelasan Undang-Undang diatas menjelaskan bahwa yang merupakan pelaku usaha yaitu pihak perusahaan, baik swasta maupun Badan Usaha Milik Negara, koperasi, korporasi, importir dan lain lain . Adapun hak pelaku usaha yang telah dijelaskan pada

Pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 yang mana pelaku usaha yang Mempunyai hak sebagai berikut2:

a. Hak untuk menerima sejumlah pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai Kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan
b. Hakuntuk mendapat perlindungan hukum dan 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.

Hak-hak yang telah diatur dalam ketentuan peraturan perundang undangan, Sedangkan didalam Pasal 7 mengatur kewajiban pelaku usaha, sebagai berikut3:

a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan
c. Barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan Pemeliharaan
d. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
e. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku
f. 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
g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan
h. Memberi kompensasi ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Sedangkan menurut aturan *e- Commerce* barang yang tidak sesuai pesanan ataupun tidak sesuai dengan deskripsi barang maka dapat diajukan komplain dan pengajuan pengembalian dana namun ketika melakukan pembayaran melalui sistem *Cash On Dilevery* atau COD maka konsumen wajib membayar terlebih dahulu dan kemudian mengajukan komplain terhadap barang yang telah dipesan. Sistem ini disediakan oleh seluruh *e- Commerce* yang ada di Indonesia guna mengantisipasi penipuan dan melindungi hak konsumen. Namun disamping itu *e- Commerce* juga menerapkan syarat untuk pengajuan komplain yang harus melampirkan beberapa bukti agar dana dan proses pengajuan dapat segera dilakukan, hal ini dilakukan agar pelaku usaha terlindungi dari kenakalan konsumen.

Ketika syarat telah terpenuhi dan pelaku usaha setuju dengan pengembalian barang maka akan dilakukan pengembalian dana secepat mungkin namun jika pelaku usaha ini nakal maka pengembalian barang akan tetap dilaksanakan namun memakan waktu yang sedikit lama maksimal 7 hari kerja.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha untuk Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.

Itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi sampai pada tahap penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.

Kemungkinan terjadinya sebuah kerugian kepada konsumen dimulai pada saat proses pembuatan barang ataupun dalam proses penggunaan jasa, sedangkan untuk konsumen, Konsumen dapat menyebabkan kerugian terhadap produsen dimulai pada saat pembelian dan hingga pemakaian biasanya sebuah barang yang bernilai akan diberikan garansi namun tidak menutup kemungkinan produsen hanya memberikan garansi jika ada kecacatan produk namun untuk kesalahan konsumen tidak di cover oleh garansi tersebut. Untuk kewajiban kedua pihak yaitu pelaku usaha yaitu memberikan informasi tepat dan tidak ditutup-tutupi, serta jujur mengenai sepsifikasi kondisi barang atau jasa serta memberikan penjelasan dan pemahaman mendasar tata cara pemakaian perbaikan dan perawatan dan jika di ikuti dengan garansi maka harus jelas cara klaim dan menggunakan garansi hal ini dikarenakan konsumen berhak tau segala informasi mengenai barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen tersebut namunj jika hal itu tidak ada dengan kata lain bahwa indormasi produk atau jasa yang disediakan minim atau bahkan tidak ada maka barang tersebut bisa dikategorikan cacat informasi dan hal itu bisa merugikan konsumen. Informasi merupakan hal penting yang harus pelaku usaha sampaikan kepada konsumen agar tidak terjadi kesalah pahaman ataupun diskomunikasi.

Untuk jenis Pemberian informasi kepada konsumen dapat dalam beraneka ragam dapat dibuatkan selembaran kertas dalam paketan barang, melampirkan dalam nota penjualan, memasang pemberitahuan ditoko *online* maupun *offline* memperjelas spesifikasi serta aturan pemakaian, barang, larangan, peringatan serta lain sebagainya karena informasi ini sangatlah berharga dan wajib bagi seorang pelaku usaha untuk menyediakan informasi mengenai produknya kepada konsumen.

Hal itu diharapkan dapat mengurangi bahkan menghilangkan rasa dirugikan dari seorang konsumen. Selain itu adanya informasi dapat meningkatkan efisiensi penggunaan produk, sekaligus peringatan dini terhadap konsumen apabila melakukan hal yang diluar larangan barang atau jasa yang telah dibeli dan hal itu yang memang dirancang untuk menjamin keamanan penggunaan produk guna menghindari kejadian yang tidak diinginkan.

Barang yang diterjungkan ke pasar internasional maupun pasar lokal tanpa adanya informasi tata cara pemakaian dan petunjuk yang tidak lengkap dan memadai dapat menyebabkan suatau barang yang berasal dari pelaku usaha dikategorikan sebagai produk yang cacat instruksi dan informasi. Tujuan disediakannya sebuah informasi, petunjuk penggunaan, larangan dan sebagaiannya diharapkan agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan terhadap konsumen demi melindungi keamanan dan keselamatan konsumen.

Untuk mengantisipasi pelanggaran yang tinggi dan dapat merugikan konsumen maka *e-Commerce* menggunakan sistem pinalti yang mana hal ini berdasarkan pelaporan konsumen dan serta tingkat kepuasan konsumen apabila tingkat laporan yang tinggi dengan rendahnya kepuasan konsumen maka akan dijatuhi poin pinalti. Poin pinalti yang terakumulasi dan telah mencapai batas akan dilakukan penonaktifan akun sementara atau penghapusan akun permanen yang ditujukan agar tidak ada lagi pelaku- pelaku usaha yang bertindak nakal sehingga dapat membuat konsumen rugi.
Kerugian yang di alami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan ini representasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan- iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutupi. Melalui iklan, ada instruksi-instruksi tertentu yang wajib dilakukan. Instruksi ini terutama telah diperhitungkan untuk ditujukan kepada konsumen demi menjamin efisiensi penggunaan produk, sekaligus sebagai peringatan yang memang dirancang untuk menjamin keamanan penggunaan produk (A.S.R. Wulandari & N. Tadjuddin, 2018).

B. Prinsip pertanggungjawaban terhadap pelanggar hak konsumen di indonesia

Beberapa sumber formal hukum, seperti peraturan perundang-undangan dan Perjanjian standar di lapangan hukum keperdataan kerap memberikan pembatasan Pembatasan terhadap tanggung jawab yang dipikul oleh si pelanggar hak konsumen (A.S.R. Wulandari & N. Tadjuddin, 2018).

Secara umum, prinsip pertanggungjawaban dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan

   Prinsip tanggungjawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*) adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1365, 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat diinintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 KUH Perdata, yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu

   1. Adanya perbuatan
   2. Adanya unsur kesalahan
   3. Adanya kerugian yang diderita
   4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian9.

   Kesalahan di sini adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian "hukum", tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat. Asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adalah adil bagi orang yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban (A.S.R. Wulandari & N. Tadjuddin, 2018).

   Dengan kata lain, tidak adil jika orang yang tidak bersalah harus mengganti kerugian yang diderita orang lain. Pembagiannya dalam beban pembuktiannya, asas

ini mengikuti ketentuan Pasal 163 *Herziene Indonesische Reglement* (HIR) atau Pasal 283 *Rechtsreglemen, Buitengewesten* (Rbg) dan Pasal 1865 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Di situ dikatakan, Barang siapa yang mengakui mempunyai suatu hak, harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu (*actorie incumbit probatio*). Ketentuan ini juga sejalan dengan teori umum dalam hukum acara, yakni asa audi et alterm partem atau asas kedudukan yang sama antara semua pihak yang beperkara. Di sini hakim harus memberi para pihak beban yang seimbang dan patut sehingga masing- masing memiliki kesempatan yang sama untuk memenangkan perkara tersebut. Perkara yang perlu diperjelas dalam prinsip ini, yang sebenarnya juga berlaku umum untuk prinsip-prinsip lainnya adalah definisi tentang subjek pelaku kesalahan (lihat Pasal 1367 KUH Perdata). Dalam doktrin hukum dikenal asas *vicarious liability dan corporate liability Vicarious liability* (atau disebut juga *respondeat superior, let the master answer*), mengandung pengertian, majikan bertanggungjawab atas kerugian pihak lain yang ditimbulkan oleh orang- orang karyawan yang berada di bawah pengawasannya (*captain of the ship doctrine*). Jika karyawan itu dipinjamkan ke pihak lain (*borrowed servant*), maka tanggung jawabnya beralih pada si pemakai karyawan tadi (*fellow servant doctrine*) (A.S.R. Wulandari & N. Tadjuddin, 2018).

Corporate liability pada prinsipnya memiliki pengertian yang sama dengan *vicarious liability*. Doktrin ini menyatakan bahwa lembaga atau korporasi yang menaungi suatu kelompok pekerja mempunyai tanggung jawab terhadap tenaga-tenaga yang dipekerjakannya. Penerapan prinsip ini adalah berdasarkan konsumen hanya melihat semua di balik dinding suatu korporasi itu sebagai satu kesatuan. Ia tidak dapat membedakan mana yang berhubungan secara organik dengan korporasi dar mana yang tidak. Doktrin yang terakhir ini disebut *ostensible agency*. Maksudnya jika suatu korporasi memberi kesan kepada masyarakat, orang yang bekerja. Di situ adalah karyawan yang tunduk di bawah perintah atau koordinasi korporasi tersebut, maka sudah cukup syarat bagi korporasi itu untuk wajib bertanggung jawab secara vicarious terhadap konsumennya.

b. Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat. Dalam hukum pengangkutan, khususnya pengangkutan udara, prinsip tanggung jawab ini pernah diakui, sebagaimana dapat dilihat dalam Pasal 17, 18ayat (1), Pasal 19 jo. Pasal 20 Konvensi Warsawa 1929 atau Pasal 24, 25, 28jo. Pasal 29 Ordonansi Pengangkutan Udara Nomor 100 Tahun 1939, kemudian dalam perkembangannya dihapuskan dengan Protokol Guatemala 1971. Berkaitan dengan prinsip tanggung jawab, dalam doktrin hukum pengangkutan khususnya, dikenal empat variasi sebagai berikut:

1. Pengangkut dapat membebaskan diri dan tanggung jawab kalau ia dapat membuktikan, kerugian ditimbulkan oleh hal-hal di luar kekuasaannya.
2. Pengangkut dapat membebaskan diri dan tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, ia mengambil suatu tindakan yang diperlukan untuk menghindari timbulnya kerugian.
3. Pengangkut dapat membebaskan diri dan tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, kerugian yang timbul bukan karena kesalahannya.

4. Pengangkut tidak bertanggung jawab jika kerugian itu ditimbulkan oleh kesalahan ataum kelalaian penumpang atau punn karena kualitas dan mutu barang yang diangkut tidak baik .

Beban pembuktian terbalik (*omkering van bewijslast*) diterima dalam prinsip tersebut. Dalam konteks hukum pidana di Indonesia, omkering van bewijslast juga diperkenalkan dalam Undang-Undang tentang Tindak Pidana

Korupsi, tepatnya pada Pasal 17 dan Pasal 18. Namun, dalam praktiknya pihak kejaksaan RI sampai saat ini masih keberatan untuk menggunakan kesempatan yang diberikan prinsip beban pembuktian terbawa. Undang- Undang Perlindungan Konsumen pun mengadopsi sistem pembuktian terbalik ini sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 19, 22, dan 23 bisa juga kita melihat pada ketentuan Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Teori Pembalikan Beban Pembuktian adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan sebaliknya. Hal ini tentu bertentangan dengan asas hukum praduga tidak bersalah (*presumption of innocence*) yang lazim dikenal dalam hukum. Namun, jika diterapkan dalam kasus konsumen akan tampak, asas demikian cukup relevan. Jika digunakan teori Ini, maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan itu ada di pihak pelaku usaha yang digugat. Tergugat ini yang harus menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah. Tentu saja konsumen tidak lalu berarti dapat sekehendak hati mengajukan gugatan. Posisi konsumen sebagai penggugat selalu terbuka Untuk digugat balik oleh pelaku usaha, jika ia gagal menunjukkan kesalahan tergugat.

c. Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini adalah kebalikan dan prinsip kedua. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption Non liability principle*) hanya dikena dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara common sense dapat dibenarkan. Contohnya dalam penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin bagasi tangan, yang biasanya dibawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dan penumpang.

Dalam hal ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat diminta pertanggungjawabannya, Sekalipun demikian, Pasal 44 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 49 Tahun 1995 tentang Angkutan Udara, ada penegasan, "prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab" ini tidak lagi diterapkan secara mutlak, dan mengarah kepada prinsip tanggung jawab dengan pembatasan uang ganti rugi (setinggi- tingginya satu juta rupiah). Artinya, bagasi kabin atau bagasi tangan tetap dapat dimintakan pertanggungjawaban sepanjang bukti kesalahan pihak pengangkut (pelaku usaha) dapat ditunjukkan. Pihak yang dibebankan untuk membuktikan kesalahan itu ada pada si penumpangıı (A.S.R. Wulandari & N. Tadjuddin, 2018).

d. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Meskipun demikian, pada dasarnya *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun, ada pengecualian- pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dan tanggung jawab seperti keadaan force

majeur. Sebaliknya, *absolute hiability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya. Selain itu, perbedaan keduanya pada ada atau tidak adanya hubungan kausalitas antara subjek yang bertanggung jawab dan kesalahannya, Pada strict liability: hubungan itu harus ada, sementara pada *absolute liability*, hubungan itu tidak selalu ada. Dapat saja si tergugat yang dimintai pertanggungjawaban itu bukan pelaku langsung kesalahan tersebut. Ini bisa ditemukan dalam kasus bencana alam. Biasanya prinsip tanggung jawab mutlak ini diterapkan karena:

1. Konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks
2. Produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya.
3. Asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati.

Dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk “menjerat” pelaku usaha, khususnya produsen barang, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Asas tanggung jawab itu dikenal dengan nama product *liability*. Menurut asas ini produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya. Gugatan *product liability* dapat dilakukan berdasarkan tiga hal:

1. Konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks
2. Produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya.
3. Asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati.

Dalam penerapan tanggung jawab mutlak terletak pada risk liability. Dalam risk liability, kewajiban mengganti rugi dibebankan kepada pihak yang menimbulkan risiko adanya kerugian itu. Namun, penggugat (konsumen) tetap diberikan beban pembuktian, walaupun tidak sebesar si tergugat. Dalam hal ini ia hanya perlu membuktikan adanya hubungan kausalitas antaraperbuatan pelaku usaha (produsen) dan kerugian yang didenitanya. Selebihnya dapat digunakan prinsip strict liability (A.S.R. Wulandari & N. Tadjuddin, 2018).

e. Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan

Tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*) sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Dalam perjanjian cuci cetak film misalnya, ditentukan bila film yang ingin dicuci atau cetak itu hilang atau rusak . (termasuk akibat kesalahan petugas), maka konsumen hanya dibatasi ganti Kerugiannya sebesar sepuluh kali harga satu rol film baru. Prinsip ini biasanya dikombinasikan dengan prinsip-prinsip tanggung jawab lainnya. Dalam pengangkutan udara, yakni Pasal 17 ayat (1) Protokol Guatemala 1971, prinsip “tanggung jawab dengan pembatasan" dikaitkan dengan prinsip "tanggung jawab mutlak”. Batas tanggung jawab pihak pengangkut untuk satu penumpang sebesar 100.000 dolar Amerika Serikat (tidak termasuk biaya perkara) atau 120.000 dolar (termasuk biaya perkara). Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan

secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundangundangan yang jelas.

KESIMPULAN

Pasal 1 angka 3 UU Nomor, 8 Tahun 1999 disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan keglatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama. Menurut aturan *e-Commerce* barang yang tidak sesuai pesanan ataupun tidak sesuai dengan deskripsi barang maka dapat diajukan komplain dan pengajuan pengembalian dana namun ketika melakukan pembayaran melalui sistem *Cash On Dilevery* atau COD maka konsumen wajib membayar terlebih dahulu dan kemudian mengajukan komplain terhadap barang yang telah dipesan. Sistem ini disediakan oleh seluruh *e-Coomerce* yang ada di Indonesia guna mengantisipasi penipuan dan melindungi hak konsumen. Namun disamping itu *e-Commerce* juga menerapkan syarat untuk pengajuan komplain yang harus melampirkan beberapa bukti agar dana dan proses pengajuan dapat segera dilakukan, hal ini dilakukan agar pelaku usaha terlindungi dari kenakalan konsumen. Secara umum, prinsip pertanggung jawaban dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut : 1). Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan. 2). Prinsip Praduga untuk selalu Bertanggung Jawab. 3). Prinsip Praduga untuk Tidak selalu bertanggung jawab. 4). Prinsip Tanggung Jawab Mutlak. 5). Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan.

SARAN

Dalam penelitian ini dapat disampaikan bahwa ada beberapa saran yaitu pihak *e-Commerce* diharapakn dapat menanggulangi tindakan nakal pelaku usaha maupun tangan-tangan jahil konsumen yang mencari keuntungan atau sengaja ingin merusak nama pelaku usaha. Kemudian melakukan edukasi dan sosialisasi terhadap kebijkan perlindungan terhadap konsumen dan pelaku usaha guna tercipta kondisi yang aman dan nyaman dalam proses transaksi jual beli online

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Miru & Sutarman Yodo. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Andi Sri Rezky Wulandari & Nurdiyana Tadjuddin. (2018). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Mitra Wacana Media

A. Shidari. (2000). Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: Grasindo.

Az Nasution. (1995). Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum pada perlindungan Konsumen Indonesia.Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Husni Syawali & Neni Sri Imaniyati (Penyunting). (2000). Hukum Perlindungan Konsumen. Bandung: Mandar Maju.

Inosentius Samsul. (2004). Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak. Jakarta: FH Pascasarjana Universitas Indonesia.

Johannes Gunawan. (1994). Product Liability dalam Hukum Bisnis Indonesia, makalah disampaikan pada Dies Natalis XXXIX Universitas Katolik Parahyangan Baidung.

John Pieris & Wiwik Sri Widiarty. (2007). Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen. Jakarta: diterbitkan kerja sama penerbit Pelangi Cendekia Jakarta dengan Program Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana UKI Jakarta.

Tri Siwi Kristiyanti Celina. (2009). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.

An Purwadi. Pengaturan Persoalan Perlindungan Konsumen Dalam UUPK, Yustika Vol III No. 2 Desember (2000).

http://eprints.stainkudus.ac.id/124/5/5.% 20BAB%20II.pdf

hukum-bagi-konsumen-dalam- transaksi-jual-beli-online-e- commerce.pdf

https://mediakonsumen.com/undang- undang-perlindungan-konsumen

https://www.surialaw.com/news/liabilit y-based-on-fault

https://idoc.pub/documents/teori- tanggung-jawab-x4e6vxw3eyn3

https://justiceligadriantoni.blogspot.com/2017/11/kadilan-konsumen-lukiamyntas.html

https://konsultasiskripsi.com/2021/05/2 9/prinsip-prinsip-tanggung-jawab- dalam-hukum-perlindungan-konsumen- skripsi-tesis/

https://law.uii.ac.id/wp- content/uploads/2016/12/blc-fhuii-v-01- 02-cindy-aulia-khotimah-jeumpa- crisan-chairunnisa-perlindungan-

Sahbana, S. (2017). Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Pemilihan Umum. *Warta Dharmawangsa*, (51), 1-14,