

TANGGUNG JAWAB DISTRIBUTOR DALAM CACAT PRODUK PADA TRANSAKSI *E-COMMERCE* MELALUI *FACEBOOK*

oleh

Nessya Nindri Sari

I Ketut Westra

Dewa Gede Rudy

Bagian Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Udayana

ABSTRACT

Social dynamics in today's world has changed rapidly. Electronic commerce is a product of the growth in the field of information and communication technology (ICT) has revolutionized the way in which commercial transactions being conducted worldwide. Distributors have realized the potential to utilize social media in terms of creating brand awareness, generate revenue, get feedback from consumers. But there are also distributors who cheat and run away from the responsibility of making the consumer loses. Consumer protection should receive more attention, because it has become part of the economic development of Indonesia.

Keywords: Electronic commerce, responsibility, distributors.

ABSTRAK

Dinamika sosial masyarakat di dunia saat ini telah mengalami perubahan pesat. Transaksi elektronik merupakan produk dari pertumbuhan di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah merevolusi cara dimana transaksi komersial sedang dilakukan di seluruh dunia. Distributor telah menyadari potensi untuk memanfaatkan media sosial dalam hal menciptakan pengenalan merek, menghasilkan pendapatan, mendapatkan umpan balik dari konsumen. Tetapi ada juga distributor yang berbuat curang dan lari dari tanggung jawab sehingga membuat konsumen mengalami kerugian. Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih, karena telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia.

Kata kunci: Transaksi elektronik, tanggung jawab, distributor.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dinamika sosial masyarakat di dunia saat ini telah mengalami perubahan pesat. Hal ini ditandai oleh perkembangan yang spektakuler di bidang teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Pemasaran produk tidak hanya dilakukan melalui media massa tetapi juga dapat melalui dunia maya (*virtual world*). Transaksi jual beli barang pun yang pada awalnya bersifat konvensional perlahan-lahan beralih menjadi transaksi jual beli barang secara elektronik yang

menggunakan media internet yang dikenal dengan istilah *electronic commerce* (*e-commerce*) atau kontrak dagang elektronik.

Melalui internet, produk dapat dipasarkan dalam dunia maya dengan jangkauan yang lebih luas dibandingkan melalui media massa, hanya saja tidak semua jejaring (*social networking*) seperti *facebook* dapat menjangkau konsumen (*merchant*) di seluruh dunia.

Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih, karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia dan dalam dunia perdagangan internasional perlindungan konsumen diperlukan karena merupakan suatu cara untuk menangkis implikasi negatif bagi perlindungan konsumen Indonesia.¹

Pelanggaran terhadap hak-hak konsumen tersebut perlu diatasi dengan peraturan perundang-undangan guna meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta meningkatkan kesadaran, kepedulian, kemampuan, pengetahuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi haknya, serta menumbuhkan kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.²

1.2. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penulisan jurnal ini adalah agar masyarakat lebih memahami bagaimana bentuk tanggung jawab distributor dan upaya hukum dalam hal penyelesaian sengketa pada transaksi e-commerce.

1.3. Metode Pendekatan

Jurnal ini dibuat dengan menggunakan metode pendekatan penelitian hukum empiris, maka pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*the statute approach*) dan pendekatan fakta (*the fact approach*).

Data yang digunakan dalam penulisan jurnal ini bersumber pada data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung

¹ Erman Rajaguguk et.al, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, hal. 2.

² Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2002, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 2.

melalui wawancara dan/atau survei di lapangan yang berkaitan dengan perilaku masyarakat, sedangkan data sekunder diperoleh melalui bahan pustaka.

Teknik pengumpulan data dalam data primer menggunakan teknik wawancara baik dari informan maupun responden agar mendapat jawaban yang relevan dengan masalah yang diteliti. Sedangkan dalam data sekunder dilakukan dengan studi dokumen dan pemilihan secara selektif pendapat-pendapat dari para ahli hukum dari bahan-bahan hukum yang relevan.

1.4. Masalah Hukum Dalam E-commerce

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1 Bagaimanakah tanggung jawab distributor terhadap cacat produk dalam transaksi *e-commerce* melalui *facebook* ?
- 2 Bagaimanakah upaya hukum yang ditempuh konsumen dalam hal sengketa yang berkaitan dengan tanggung jawab distributor dalam transaksi *e-commerce* melalui *facebook* ?

II. PEMBAHASAN

2.1. Tanggung Jawab Distributor Terhadap Cacat Produk Dalam Transaksi E-commerce Melalui Facebook

Tanggung jawab hukum atas produk (*product liability*) dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*no privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggung jawaban produk.³

Product liability meletakkan tanggung jawab produk terhadap distributor atau dikenal dengan *strict liability* yaitu apabila terdapat kesalahan atau cacat produk akibat atau dianggap kesalahan dari pihak distributor dan menyebabkan kerugian konsumen atau pihak lain, maka hal tersebut menjadi tanggung jawab distributor secara mutlak, tanpa kesalahan.

Prinsip tanggung jawab ini menetapkan bahwa suatu tindakan dapat dihukum atas dasar perilaku berbahaya yang merugikan, tanpa mempersoalkan

³ Edmon Makarim, 2005, *Pengantar Hukum Telematika*, Rajawali Pers, Jakarta, hal. 401.

ada tidaknya kesengajaan atau kelalaian. Jadi kesalahan tidak menjadi faktor yang menentukan, namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya adanya *force majeure/over macht* yang diatur dalam Pasal 1245 KUH Perdata.

2.2. Upaya Hukum yang Ditempuh Konsumen Dalam Hal Sengketa Yang Berkaitan Dengan Tanggung Jawab Distributor Dalam Transaksi E-commerce Melalui Facebook

Penyelesaian sengketa konsumen sepenuhnya diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Bab X yang terdiri dari empat pasal yaitu dimulai dari Pasal 45 sampai dengan Pasal 48 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan ini mengacu pada ketentuan peradilan umum yang berlaku. Proses beracara di pengadilan menurut hukum perlindungan konsumen menggunakan sistem pembuktian terbalik.

Menurut Undang Undang Nomor 30 Tahun 1999, penyelesaian sengketa diluar pengadilan dapat dilakukan dengan arbitrase, yang melahirkan putusan arbitrase yang bersifat *final and binding* serta dituangkan dalam perjanjian arbitrase.

Penyelesaian sengketa diluar pengadilan atau yang lebih dikenal dengan *Alternative Dispute Resolution* (ADR) dapat ditempuh dengan berbagai cara. ADR tersebut dapat berupa negosiasi, mediasi, konsiliasi, minitrial, *summary jury trial*, *settlement conference* serta bentuk lainnya.⁴

Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan juga dapat dilakukan melalui pendekatan secara kekeluargaan. Dasar hukumnya terdapat dalam KUH Perdata (Buku ketiga, Bab XVIII, Pasal 1851 sampai dengan Pasal 1864 tentang perdamaian) dan dalam Pasal 45 ayat (2) dan Pasal 47 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

⁴ Yahya Harahap, 1997, *Beberapa Tinjauan Mengenai Sistem Peradilan dan Penyelesaian Sengketa*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hal. 186.

III. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan atas permasalahan diatas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Distributor bertanggungjawab apabila cacat produk yang terjadi adalah sepenuhnya kesalahan distributor selaku pelaku usaha. Tanggung jawab distributor dapat berupa ganti rugi dengan produk yang sama, ganti rugi dengan uang yang senilai dengan harga produk tersebut beserta ongkos kirimnya, atau berupa membayar perawatan dan pengobatan konsumen apabila cacat produk tersebut menimbulkan gangguan kesehatan pada konsumen.
2. Upaya yang ditempuh apabila distributor selaku pelaku usaha tidak mau bertanggungjawab atas terjadinya cacat produk dalam transaksi jual beli di *facebook* adalah dengan penyelesaian sengketa diluar pengadilan (*Alternative Dispute Resolution*), yaitu: konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Selain itu, penyelesaian sengketa diluar pengadilan juga dapat dilakukan dengan pendekatan secara kekeluargaan. Apabila tidak berhasil, maka dapat ditempuh melalui pengadilan.

Daftar Pustaka

Buku

- Edmon Makarim, 2005, *Pengantar Hukum Telematika*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Erman Rajaguguk et.al, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2002, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yahya Harahap, 1997, *Beberapa Tinjauan Mengenai Sistem Peradilan dan Penyelesaian Sengketa*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang Undang Hukum Perdata, Terjemahan R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Tahun 2009
- Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa