



Tanggung Jawab Pelaku UMKM Sebagai *Merchant* Dalam *E-commerce*

Since Tuhumena^{1*}, Theresia Nolda Agnes Narwadan², Sabri Fataruba³

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

@ : sinnnthmn@gmail.com

doi : [10.47268/tatohi.v4i9.2493](https://doi.org/10.47268/tatohi.v4i9.2493)

Info Artikel

Keywords:

E-commerce; MSMEs;
Consumer.

Kata Kunci:

E-commerce; UMKM;
Konsumen.

Abstract

Introduction: The dynamics of globalization and technological advances have changed the business world significantly, especially with rapid developments in the field of electronic commerce (e-commerce). Significant growth in this field is expected to make a positive contribution to the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) by expanding market access.

Purposes of the Research: To find out and analyze the responsibilities of MSME actors as merchants in e-commerce.

Methods of the Research: The legal research method used in studying this problem is normative juridical, which is based on primary, secondary and tertiary legal materials, and uses a statutory approach and a conceptual approach.

Results of the Research: The results of this research show that quite a few business actors do not fulfill their obligations, namely being responsible for fulfilling consumer rights. The form of consumer rights that is violated by business actors in a food product for consumption by consumers is stated in Article 4 point (3) regarding the provision of correct and clear information about a product, goods and/or services. Therefore, business actors are obliged to follow food production standards and maintain product quality in order to meet consumer needs and satisfaction. To protect consumers from business actors whose rights are not fulfilled, the Consumer Protection Law provides protection to consumers in two forms, namely preventatively and repressively. By using strict liability, the application of absolute responsibility solves problems faced by consumers without the need to prove fault, so that consumer rights based on this responsibility can provide legal protection.

Abstrak

Latar Belakang: Dinamika globalisasi dan kemajuan teknologi telah mengubah dunia bisnis secara signifikan, khususnya dengan perkembangan yang pesat dalam bidang perdagangan elektronik (e-commerce). Pertumbuhan yang signifikan dalam bidang ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memperluas akses pasar.

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui dan menganalisis tanggung jawab pelaku UMKM sebagai *merchant* dalam *e-commerce*.

Metode Penelitian: Metode penelitian hukum yang digunakan dalam mengkaji permasalahan ini adalah yuridis normatif, yang berlandaskan bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, serta menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*).

Hasil Penelitian: Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak sedikit pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya yakni

bertanggung jawab untuk memenuhi hak-hak konsumen. Bentuk hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha dalam suatu produk pangan untuk dikonsumsi oleh konsumen tertuang dalam Pasal 4 angka (3) mengenai pemberian informasi yang benar dan jelas tentang suatu produk barang dan/atau jasa. Oleh karena itu pelaku usaha wajib mengikuti standar produksi pangan dan menjaga kualitas produk agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha atas hak-haknya yang tidak terpenuhi, Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan kepada konsumen dalam dua bentuk yakni secara preventif dan secara represif, dengan menggunakan tanggung jawab mutlak (*strict liability*) penerapan tanggung jawab mutlak ini menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh konsumen tanpa perlu membuktikan kesalahan, sehingga hak-hak konsumen yang didasarkan pada tanggung jawab ini dapat memberikan perlindungan hukum.

1. Pendahuluan

Perkembangan globalisasi yang bergerak sangat cepat membawa dampak di berbagai bidang khususnya bidang teknologi baik itu komunikasi maupun informasi. Kemajuan teknologi di era globalisasi membawa dampak positif terhadap kemudahan interaksi menggunakan teknologi internet. *E-commerce* merupakan hasil dari pemanfaatan internet untuk menjalankan bisnis penjualan dan pembelian barang dan jasa. *E-commerce* sebagai inovasi dalam dunia bisnis, karena memungkinkan penyampaian informasi jual beli secara *online* dengan cara yang menarik setiap saat, hal ini tentunya akan didukung oleh perangkat teknologi yang tersedia.

E-commerce bukan hanya tentang membuka pasar untuk produk dan jasa tertentu tetapi dapat menjadi peluang besar untuk lebih mengembangkan UMKM. Pelaku UMKM harus berinovasi dalam menciptakan produk-produk yang mewujudkan kualitas dan daya saing melalui penjualan lewat *e-commerce*. *Merchant* merupakan pedagang yang menjual produk dan jasa atau sebagai toko *online* dan *offline*. Toko *online* yang menampung banyak *merchant* sering disebut *marketplace* atau lokapasar. Lokapasar selaku *platform e-commerce* merupakan sebuah tempat secara daring dimana penjual dapat membuat akun dan menjajakan barang dagangannya.¹

Perkembangan ekonomi yang meningkat pesat telah menciptakan beraneka ragam produk terutama dalam produk pangan, yang dapat dinikmati atau dikonsumsi oleh masyarakat. Produk olahan pangan yang semakin beragam juga dalam pendistribusi dan penjualannya membuat konsumen memilih berbagai jenis dan kualitas produk tersebut berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu, konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai isi atau kandungan produk, material yang dipakai, dan kehalalan produk makanan yang akan dikonsumsi. Dengan adanya aturan mengenai produk pangan dapat memberikan jaminan dan kepastian hukum kepada konsumen terhadap produk yang dikonsumsi. UUPK menentukan bahwa: "Perlindungan konsumen adalah segala tindakan yang menjamin kepastian hukum untuk memastikan jaminan bagi konsumen", dalam Undang-Undang Pangan juga dijelaskan mengenai tanggung jawab

¹ Siti Romla dan Alifah Ratnawati, Keputusan Pembelian Melalui E-commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Interaksi Layanan Web, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 19, No. 1, 2018, h. 62.

pelaku usaha dengan tujuan dapat melindungi hak para konsumen. Pasal 101 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan selanjutnya ditentukan bahwa: "Setiap Orang yang menyatakan dalam label bahwa pangan yang diperdagangkan adalah halal sesuai dengan yang dipersyaratkan bertanggung jawab atas kebenarannya".

Pemberian label halal dan kemasan pada produk pangan yang akan dipasarkan atau dijual melalui *e-commerce* tidak menunggu adanya konsumen yang mengalami kerugian untuk diberikannya label pada kemasan, melainkan justru pemberian label kemasan mengenai informasi-informasi produk pangan harus lebih dulu dicantumkan untuk dapat memenuhi hak-hak konsumen mengenai pemberian informasi yang benar dan jujur tentang produk pangan, dalam kasus ini terdapat beberapa produk pangan yang tidak mencantumkan label pada kemasan salah satunya produk basreng. Basreng atau bakso goreng merupakan produk pangan olahan dalam masa penyimpanan lebih dari 7 hari yang artinya produk ini wajib memiliki label kemasan dan izin edar dari BPOM yang akan tertera pada bungkus produk, Pasal 1 angka 6 Peraturan BPOM Nomor 27 Tahun 2017 Tentang Pendaftaran Pangan Olahan menentukan bahwa: "Label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan".

Pemerintah melalui BPOM telah mengatur distribusi produk pangan secara daring melalui Pengawasan Obat dan Makanan yang selanjutnya disebut (Peraturan BPOM No 8/2020. Pasal 17 terdiri dari 2 ayat yang menentukan bahwa :² 1) "Pelaku usaha dapat mengedarkan pangan olahan secara daring; 2) Pelaku usaha yang mengedarkan pangan olahan secara daring sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib menjamin keamanan dan mutu pangan olahan."

Sementara produk basreng yang beredar di *e-commerce*, kebanyakan tidak mencantumkan label kemasan dan label halal. Salah satunya toko Ngabret.id yang dimana pada penjualan produk basreng tidak dicantumkan-nya label kemasan yang memuat informasi-informasi yang mendeskripsikan suatu produk. Basreng yang dijual pada toko Ngabret.id hanya diberi kemasan plastik bening tanpa adanya penjelasan maupun pencantuman label halal pada produk. Lain halnya dengan salah satu toko Lidi Geli *Official Shop* yang lebih memperhatikan bahwa basreng juga merupakan produk makanan yang harus memiliki label kemasan. Oleh karena itu, dengan adanya label pada kemasan dapat menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen dan kenyamanan saat mengonsumsi produk basreng. Hal ini jelas menunjukkan bahwa para pelaku usaha tidak memperhatikan ketentuan perundang-undangan. Pasal 97 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan menentukan bahwa: "Setiap orang yang memproduksi pangan di dalam negeri untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan /atau pada kemasan pangan".

2. Metode Penelitian

Metode penelitian hukum yang digunakan dalam mengkaji permasalahan ini adalah yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang memfokuskan penelitian pada peraturan

² Theresia Louize Pesulima dan Ronald Fadly Sopamena, Keamanan Produk Pangan Yang Dijual Melalui Media Sosial Dalam Prespektif Perlindungan Konsumen, *Bacarita Law Jurnal*, Vol. 3, No. 2, 2023, hal. 120

atau perundang-undangan yang tertulis (*law in books*) atau penelitian yang didasarkan pada kaidah atau norma yang berlaku dalam masyarakat.³ Menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*). Teknik pengumpulan bahan hukum menggunakan teknik kepustakaan atau studi dokumen, serta analisis bahan hukum dengan menggunakan “Metode Analisis Kualitatif”.

3. Hasil Dan Pembahasan

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam E-commerce

Konsumen berasal dari ahli bahasa dari kata “*consumer*” (*Inggris-Amerika*), atau *consument/konsument* (*Belanda*), secara harafiah arti dari kata *consumer* (lawan dari produsen) adalah setiap orang yang menggunakan.⁴ Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka (2) menjelaskan pengertian konsumen adalah sebagai berikut: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Secara garis besar hak-hak konsumen dapat dibagi dalam 3 hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:⁵ 1) Hak untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan; 2) Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar; 3) Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan rumusan hak-hak konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 UUPK dapat memberikan jaminan perlindungan hukum terhadap konsumen, begitu juga dengan kewajiban konsumen yang dirumuskan dalam Pasal 5 UUPK.

Perlindungan hukum terhadap konsumen atau perlindungan konsumen merupakan perlindungan yang diberikan kepada konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhannya terhadap kerugian yang diderita oleh konsumen atas penggunaan atau pemakaian produk barang dan jasa. Perlindungan konsumen merupakan bentuk jaminan hukum yang harus dan wajib diberikan karena adanya unsur kerugian yang diderita oleh konsumen atas pemakaian atau penggunaan produk barang/jasa.⁶ Philipus M Hadjon, mengklasifikasikan perlindungan hukum menjadi dua kategori yaitu:⁷ a) Perlindungan hukum preventif, yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya permasalahan atau sengketa; c) Perlindungan hukum represif, yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan atau sengketa yang timbul.

Perlindungan konsumen dalam UUPK memberikan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian saat mereka berusaha memenuhi kebutuhan mereka. Perlindungan hukum

³ Muhammad Siddiq Armia, *Penentuan Metode & Pendekatan Penelitian Hukum*, Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia (LKKI), Banda Aceh, 2022, h. 6.

⁴ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002, h. 3

⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hal. 39

⁶ Nainggolan, I. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Keracunan Obat Dan Makanan, *In Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi*, Vol. 2, No, 1, 2023, h. 164.

⁷ Philipus M Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987, h. 205

terhadap konsumen sendiri adalah keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen.⁸ UUPK mencangkup ketentuan-ketentuan yang memberikan perlindungan kepada konsumen dalam konteks *e-commerce*. Perlindungan yang diberikan termasuk pada regulasi terkait transparansi informasi, hak konsumen untuk membatalkan atau mengembalikan pembelian dalam jangka waktu tertentu, perlindungan terhadap praktik-praktik penjualan yang menyesatkan atau tidak adil, dan penyelesaian sengketa konsumen.

Pasal 4 UUPK mengamanatkan bahwa hak-hak konsumen meliputi, hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta menerima barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, penggantian barang dan/atau jasa, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan lain-lain. Sebaliknya, pelaku usaha sesuai Pasal 7 UUPK memiliki kewajiban untuk menyediakan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi serta jaminan barang dan jasa, menjelaskan cara penggunaan, perbaikan, dan pemeliharannya. Pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika diperlukan jika barang atau jasa yang diterima dan digunakan tidak sesuai dengan perjanjian.

UUPK mungkin belum sepenuhnya optimal dalam memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam *e-commerce*. Ini bisa disebabkan karena beberapa faktor, termasuk perkembangan cepat teknologi *e-commerce* yang melebihi kemampuan undang-undang untuk menyesuaikan diri, serta kebutuhan untuk terus memperbarui dan memperkuat regulasi guna mengatasi isu-isu baru yang muncul dalam perdagangan elektronik. Beberapa hal ini meliputi kurangnya ketentuan yang spesifik mengenai perlindungan data konsumen, prosedur penyelesaian sengketa yang mungkin tidak efektif dalam lingkungan *online*, serta tantangan dalam menegakkan hukum terhadap pelaku usaha yang beroperasi lintas batas secara *digital*. Oleh karena itu, penting bagi Pemerintah untuk terus memantau regulasi perlindungan konsumen agar tetap relevan dan efektif.

Meskipun terjadinya transaksi tanpa tatap muka atau bertemu secara langsung, konsumen tetap berhak untuk menerima barang sesuai dengan informasi sebelumnya atau sesuai dengan apa yang dijanjikan. Secara tegas Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang tercantum dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang atau jasa tersebut. Artinya, jika spesifikasi barang yang diterima tidak sesuai dengan yang tertera dalam iklan atau foto penawaran barang, itu dianggap sebagai pelanggaran atau larangan bagi pelaku usaha dalam menjual barang tersebut.

Konsumen memiliki hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian sesuai dengan ketentuan Pasal 4 ayat (8) UUPK jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak memenuhi standar yang seharusnya. Sementara itu, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian sesuai dengan Pasal 7 huruf (g) UUPK jika barang atau jasa yang diterima atau

⁸ Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-commerce*, Zona Media Mandiri, Tasikmalaya, 2020, h. 103-104

digunakan oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian. Jika pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana sesuai dengan Pasal 62 ayat (1) UUPK dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Pemberian label kemasan dan label halal dalam perlindungan konsumen merujuk pada asas-asas sebagai landasan atau acuan agar tidak terjadinya kerugian terhadap konsumen. Secara jelas asas-asas perlindungan konsumen dirumuskan dalam Pasal 2 UUPK yaitu:⁹ “Asas manfaat, Asas keadilan, Asas keseimbangan, Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dan Asas kepastian hukum”. Perlindungan konsumen merujuk pada Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UUIITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut PP PSTE), transaksi jual beli *online* tersebut diakui sebagai transaksi elektronik yang sah dan dapat dipertanggung-jawabkan dengan mengatur beberapa ketentuan yang merupakan bentuk perlindungan hukum kepada konsumen pengguna transaksi *e-commerce*. Pasal 9 UUIITE memberikan bentuk perlindungan hukum dengan menentukan bahwa: “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”. Sehingga konsumen berhak atas informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya. Informasi yang benar yang menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan seperti nama, alamat, dan deskripsi barang/jasa.

Hukum perlindungan konsumen bertujuan secara langsung untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, sementara secara tidak langsung mendorong produsen untuk bertindak dengan tanggung jawab penuh dalam kegiatan usahanya.¹⁰ Banyak pelaku usaha saat ini kurang memahami kewajiban mereka dan tidak sepenuhnya mengerti peraturan yang diatur dalam UUPK, sehingga pelanggaran masih terus terjadi. Pasal 4 angka (3) mengenai informasi yang benar, jelas, dan jujur merupakan ketentuan yang dilanggar oleh pelaku usaha dalam memproduksi dan memperdagangkan produknya, dalam hal ini informasi mengenai label kemasan yang mendeskripsikan suatu produk yang dijual. Ketika informasi tentang produk pangan basreng tidak dicantumkan dengan jelas pada label kemasan, artinya bahwa tidak terpenuhinya hak-hak dari konsumen. Ini karena konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang akan mereka beli.

B. Tanggung Jawab Pelaku UMKM Sebagai Merchant Dalam E-commerce

Kewajiban adalah tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh individu atau entitas yang memilikinya. Kewajiban pelaku usaha untuk bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya merupakan prinsip yang dikenal dalam hukum perikatan. Kewajiban pelaku usaha secara tegas dituangkan dalam UUPK Pasal 7.

⁹ Ramon Zamora dan Edwin Agung W, *Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, Absolute Media, Yogyakarta, 2023, h. 11-12

¹⁰ A A Sagung Istri Ristanti dan I Gede Putra Ariana, Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Di Indonesia Terkait Cacat Tersembunyi Pada Produk Minuman Botol, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 1, No. 1, 2016, h. 3

Hubungan antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha merupakan suatu interdependensi yang esensial, yang terbentuk melalui perbuatan hukum yang terjadi antara kedua entitas tersebut. Dalam konteks ini, kewajiban pelaku usaha dapat dianggap sebagai implementasi atau pemenuhan dari hak-hak yang dimiliki oleh konsumen.¹¹ Apabila dikaitkan dengan fakta yang terjadi dalam kasus pemberian label kemasan produk basreng yang mana pada toko Lidi Geli *Official Shop* mencantumkan label kemasan dan toko Ngabret.id yang tidak memberikan label pada kemasan. Pemberian label pada kemasan ini bertujuan menumbuhkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan pada konsumen dalam mengonsumsi sebelum membelinya. Pemberian label kemasan pada produk yang memuat informasi atau deskripsi basreng haruslah tertera pada luar dan/atau dalam kemasan sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 97 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan menentukan bahwa: "Setiap orang yang memproduksi pangan di dalam negeri untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan /atau pada kemasan Pangan".

Konsep tanggung jawab hukum berhubungan dengan kewajiban hukum, bahkan seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum berarti dia bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan.¹² Menurut Abdulkadir Muhamad teori tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum dibagi menjadi beberapa teori, yaitu:¹³ 1) Tanggung jawab yang dilakukan dengan sengaja (*intentional tort liability*), terjadi ketika tergugat secara sengaja mengajukan tindakan yang mengakibatkan kerugian bagi penggugat atau mengetahui bahwa tindakannya akan menghasilkan kerugian; 2) Tanggung jawab yang dilakukan karena kelalaian (*negligence tort liability*), berdasarkan konsep kesalahan yang terkait dengan aspek moral dan hukum yang sudah bercampur; 3) Tanggung jawab mutlak tanpa mempersoalkan kesalahan (*strict liability*), mengimplikasikan bahwa seseorang akan bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh tindakan mereka, tanpa memandang apakah tindakan tersebut dilakukan secara sengaja atau tidak sebagai konsekuensi langsung dari perbuatan tersebut.

Pertanggung jawaban dalam hukum perdata dibedakan menjadi dua jenis, yaitu berdasarkan kesalahan dan risiko. Oleh karena itu, ada yang dikenal sebagai pertanggung jawaban atas dasar kesalahan (*liability without based on fault*) dan pertanggung jawaban tanpa kesalahan yang dikenal sebagai tanggung jawab risiko atau tanggung jawab mutlak (*strict liability*).¹⁴ Berdasarkan penjelasan tanggung jawab di atas, maka tanggung jawab yang terjadi dalam permasalahan ini yakni tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Tanggung jawab mutlak atau *strict liability* adalah prinsip hukum di mana seseorang bertanggung jawab atas konsekuensi dari tindakan mereka tanpa memandang kesalahan atau kecerobohan. Ini berarti seseorang bisa dianggap bertanggung jawab meskipun tidak ada kesalahan yang disengaja.

Pada dasarnya, konsep tanggung jawab ini bersifat obligatoris yang harus dijalankan oleh pelaku usaha karena tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh mereka dapat menimbulkan kerugian dan bertentangan dengan hukum. Karena itu, prinsip *strict liability*

¹¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2022, h. 32

¹² Titik Triqulan dan Shinta, *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010, h. 48

¹³ Abdulkadir Muhamad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, h. 503

¹⁴ Soekidjo Notoatmojo, *Etika dan Hukum Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010

ini juga dikenal sebagai *liability without fault*.¹⁵ Prinsip tanggung jawab mutlak, menurut pendapat ahli Leered yang dikutip oleh Yahya Harahap, menegaskan bahwa seseorang atau badan hukum harus bertanggung jawab sepenuhnya atas perbuatan atau kegiatan yang mengakibatkan kerugian, baik itu kerugian terhadap individu secara fisik maupun harta benda. Fokus utama dari tanggung jawab mutlak ini adalah untuk mengganti kerugian yang disebabkan oleh kelalaian atau kesalahan, tanpa memerlukan bukti unsur kesalahan.¹⁶

Mayoritas pelaku usaha, menganggap konsumen hanya sebagai sumber pendapatan dan keuntungan. Biasanya mereka tidak mematuhi peraturan terkait keamanan produk, tata cara produksi yang benar, tidak mencantumkan informasi produk pada label, serta tidak mengikuti berbagai ketentuan dalam perlindungan konsumen. Penerapan prinsip ini hanya membutuhkan bukti adanya hubungan antara produsen dan kerugian yang dialami. Dengan demikian, konsumen dapat menuntut ganti rugi atas produk yang tidak layak atau aman tanpa perlu membuktikan unsur kesalahan yang harus dilakukan oleh penggugat. Penerapan prinsip semi tanggung jawab mutlak ini menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh konsumen tanpa perlu membuktikan kesalahan, sehingga hak-hak konsumen yang didasarkan pada tanggung jawab ini memberikan perlindungan hukum dan memungkinkan mereka mendapatkan produk berkualitas.¹⁷

Berdasarkan permasalahan yang terjadi mengenai tanggung jawab pelaku UMKM sebagai *merchant* dalam menjual produknya dalam hal ini produk basreng maka sudah sepatutnya tanggung jawab yang dilakukan atas kerugian yang ditimbulkan adalah tanggung jawab *strict liability*, hal ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab yang harus dipenuhi dan menjadi kewajiban bagi pelaku UMKM atas kerugian yang ditimbulkan. Berdasarkan Pasal 19 UUPK telah menegaskan mengenai tanggung jawab pelaku usaha dengan memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi sebagaimana dimaksud dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan, untuk mencegah terjadinya kerugian yang dialami konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen, maka pemberian informasi produk atau pencantuman label kemasan dan label halal menjadi hal yang harus dipertanggung jawabkan. Hubungan hukum antara pelaku UMKM dan konsumen dalam penjualan secara *e-commerce* bertujuan untuk memberikan perlindungan yang sama kepada konsumen seperti dalam penjualan konvensional dengan melihat para pihak dalam *e-commerce* yang meliputi : Penjual (*merchant*), Konsumen, *Platform e-commerce*, Penyedia layanan pembayaran, dan Pengirim atau jasa pengirim.

Tanggung jawab pelaku usaha terjadi jika konsumen mengalami kerugian, namun dalam kasus ini pelaku UMKM memiliki tanggung jawab untuk tidak menimbulkan kerugian pada konsumen dengan memberikan rasa keamanan dan kenyamanan untuk produk pangan yang dijualnya. Tanggung jawab mutlak yang digunakan tidak bergantung pada bukti kesalahan, tetapi fokus utamanya adalah pada perjanjian atau kontrak kerjasama

¹⁵ Agnes M Toar, *Tanggung Jawab Mutlak*, Bina Cipta, Jakarta, 1989, h. 2

¹⁶ Yahya Harahap, *Beberapa Tinjauan Tentang Permasalahan Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1997, h. 22

¹⁷ Ariawan, G. A., & Griadhi, N. M. A. Y. (2013), *Tanggung Gugat Product Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, h. 5

yang telah terikat. Perlindungan hukum diberikan terhadap hak-hak konsumen untuk mendapatkan produk berkualitas dan sesuai dengan hak-hak dasar yang diatur dalam Pasal 4 ayat (3) UUPK.

4. Kesimpulan

Perlindungan hukum kepada konsumen dari pelaku usaha atas hak-haknya yang tidak terpenuhi, UUPK melindungi konsumen dalam dua bentuk yakni secara preventif dan secara represif. Sebagai salah satu bentuk hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha dalam kasus produk basreng untuk dikonsumsi oleh konsumen tertuang dalam Pasal 4 ayat (3) mengenai pemberian informasi yang benar dan jelas tentang suatu produk barang dan/atau jasa. Berkaitan dengan kasus tentang tidak dicantumkannya informasi produk pangan basreng jelas bahwasannya hak-hak konsumen tidak terpenuhi. Perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen yaitu perlindungan yang bertujuan untuk mencegah terjadinya permasalahan atau sengketa. Tanggung jawab dalam hal ini yaitu *strict liability*, dalam kasus tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku UMKM dalam hal ini mengenai produk basreng yang dijualnya maka tanggung jawab yang sesuai yakni tanggung jawab mutlak. Tanggung jawab mutlak ini cocok dalam penerapan kasus ini karena tanggung jawab mutlak tidak memerlukan beban pembuktian berupa unsur kesalahan tetapi yang menjadi faktor pentingnya adalah adanya hubungan hukum yang terjalin antara pelaku usaha dan konsumen. Maka, pemberian informasi produk atau pencantuman label kemasan dan label halal menjadi hal yang harus dipertanggung jawabkan. Selain itu UUPK Pasal 19 juga telah menegaskan tanggung jawab pelaku usaha

Daftar Referensi

Jurnal

- Ariawan, G. A., & Griadhi, N. M. A. Y. "Tanggung Gugat Product Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia", *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, (2021): 5
- Nainggolan, Ibrahim. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Keracunan Obat Dan Makanan", *Seminar Nasional Hukum, Sosial dan Ekonomi*, no. 1 (2023): 164.
- Pesulima, Theresia Louize dan Ronald Fadly Sopamena, Keamanan Produk Pangan Yang Dijual Melalui Media Sosial Dalam Prespektif Perlindungan Konsumen, *Bacarita Law Jurnal*, No. 2 (2023): 120
- Ristanti, A.A Sagung Istri dan I Gede Putra Ariana, "Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Di Indonesia Terkait Cacat Tersembunyi Pada Produk Minuman Botol, *Jurnal Kertha Semaya*", no. 1 (2016): 3
- Romla, Siti dan Alifah Ratnawati, "Keputusan Pembelian Melalui E-commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Interaksi Layanan Web", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, no. 1 (2018): 62.

Buku

- Armia, Muhammad Siddiq. *Penentuan Metode & Pendekatan Penelitian Hukum*. Banda Aceh: Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia, 2022.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987.

- Harahap, Yahya. *Beberapa Tinjauan Tentang Permasalahan Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2022.
- Marpi, Yapiter. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-commerce*. Tasikmalaya: PT. Zona Media Mandiri, 2020.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Muhamad, Abdulkadir. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010.
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Notoatmojo, Soekidjo. *Etika dan Hukum Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Toar, Agnes M. *Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Bina Cipta, 1989.
- Triqulan, Titik dan Shinta. *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2010.
- Zamora, Ramon dan Edwin Agung W. *Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Yogyakarta: Absolute Media, 2023.