

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Tinjauan Umum Tentang Pengangkutan

2.1.1 Pengertian Tentang Pengangkutan

Pengangkutan adalah hal begitu penting didalam hidup masyarakat. Abdul kadir Muhammad berpendapat bahwa kata pengangkutan diambil dari angkutan berasal dari kata angkat yang mempunyai arti mengangkat. Angkutan sendiri dapat diartikan sebagai mengangkat atau membawa serta memuat atau mengirim. Pengangkutan diartikan juga seperti pengangkatan dan pembawaan seperti membawa orang atau barang. Jadi pada arti pengangkutan ini tercantum dalam kegiatan dari satu tempat ke lokasi lain yang dituju.⁶ Pengangkutan jika menurut perjanjian biasanya mempunyai sifat tidak tertulis atau bersifat lisan namun senantiasa didukung dengan adanya dokumen pengangkutan.

Terdapat pengertian pengangkutan dalam arti luas dan arti sempit yang mencakup sebagai berikut :

a. Dalam arti luas mencakup:

1. Memasukkan pelanggan (orang) atau barang kedalam sarana pengangkutan;

⁶ MUHAMMAD RIZKI BUDI YUDANTO PUTRA, 'Pelaksanaan Tanggung Jawab J&T Express Cabang Pekanbaru Atas Kerusakan Dalam Pengiriman Barang', 2020 <<https://repository.uir.ac.id/12966/>>.

2. Mengangkut orang atau barang ketempat yangdituju;
 3. Mendaratkan orang atau membuka barang ditempat yang dituju.
- b. Dalam arti sempit, mencakup usaha dalam mengangkut penumpang atau barang dari stasiun, pangkalan, dermaga, atau pun bandar udara kepada tempat yang akan dituju.⁷

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pihak-pihak yang melakukan pengangkutan adalah pihak pengangkut dan pihak yang mengirim, karena pengangkutan itu sendiri merupakan suatu kesepakatan bersama atau perjanjian antara yang mengangkut dan yang mengirim, dimana yang mengangkut menwajibkan diri untuk melakukan transportasi barang dan orang dari suatu tempat ke lokasi yang sudah ditentukan, asalkan pengirim bersedia membayar biaya transportasi.

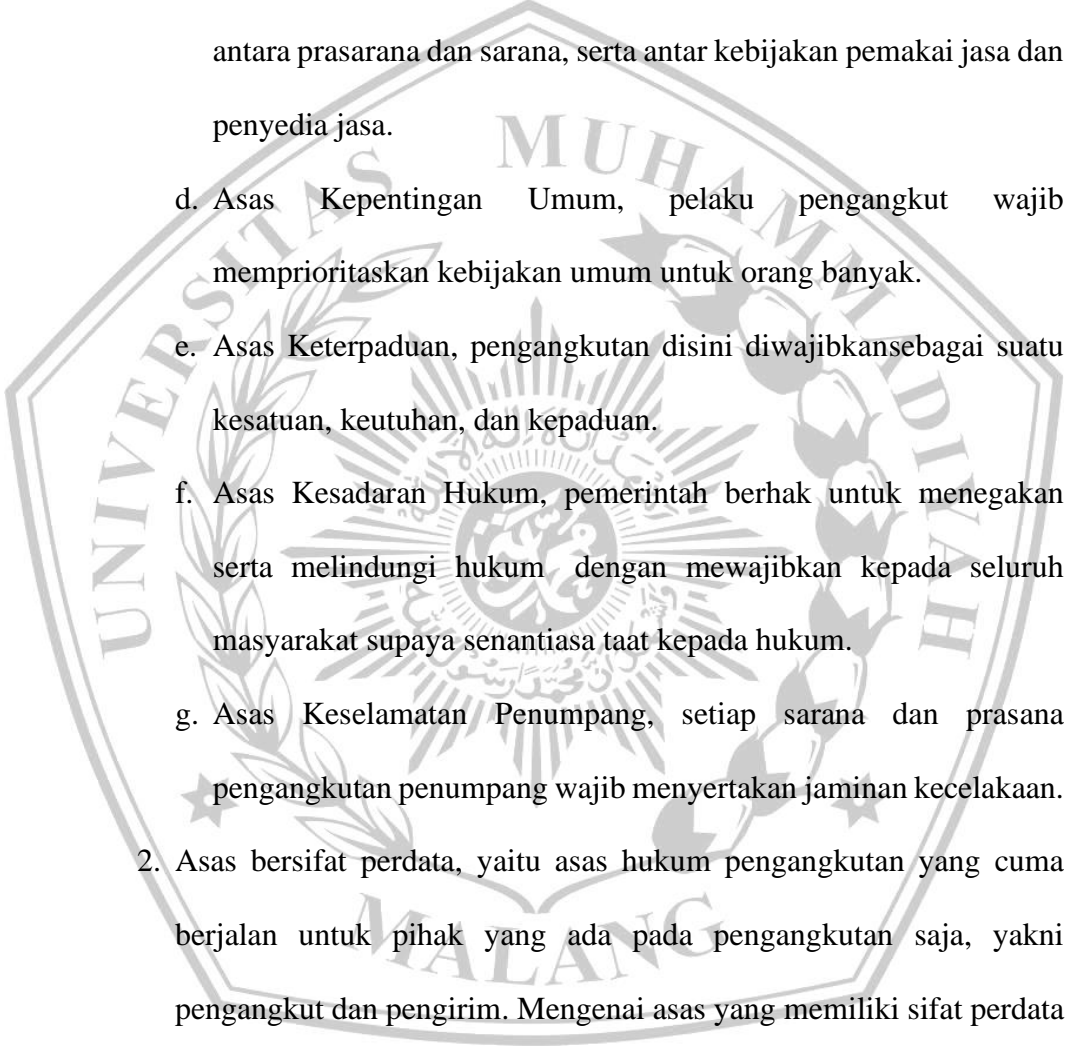
2.1.2 Asas Hukum Pengangkutan

Asas-asas hukum pengangkut terbagi jadi 2 kategori filosofis yaitu:

1. Asas bersifat publik, yaitu asas hukum pengangkutan yang berjalan untuk seluruh pihak, yakni bagi pihakpengangkut, juga bagi pihak ketiga yang mempunyai keterkaitan, dan serta pihak pemerintah. Mengenai tentang asas yang memiliki sifat publik diantaranya sebagai berikut :

 - a. Asas Manfaat, seluruh manusia mesti memiliki kegunaan yang besar untuk kemanusiaan, dan juga kesejahteraan untuk khalayak umum.

⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Pengangkutan Niaga* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1998).

- 
- b. Asas Adil dan Merata, penyelenggara pengangkutan mesti mempersembahkan suatu jasa servis yang adil dan menyeluruh bagi masyarakat serta tidak lupa juga menggunakan biaya yang murah dan terjangkau.
- c. Asas Keseimbangan, penyelenggara pengangkutan mesti seimbang antara prasarana dan sarana, serta antar kebijakan pemakai jasa dan penyedia jasa.
- d. Asas Kepentingan Umum, pelaku pengangkut wajib memprioritaskan kebijakan umum untuk orang banyak.
- e. Asas Keterpaduan, pengangkutan disini diwajibkan sebagai suatu kesatuan, keutuhan, dan kepaduan.
- f. Asas Kesadaran Hukum, pemerintah berhak untuk menegakan serta melindungi hukum dengan mewajibkan kepada seluruh masyarakat supaya senantiasa taat kepada hukum.
- g. Asas Keselamatan Penumpang, setiap sarana dan prasarana pengangkutan penumpang wajib menyertakan jaminan kecelakaan.
2. Asas bersifat perdata, yaitu asas hukum pengangkutan yang cuma berjalan untuk pihak yang ada pada pengangkutan saja, yakni pengangkut dan pengirim. Mengenai asas yang memiliki sifat perdata sebagai berikut:
- a. Asas Konsensual, bukan sesuatu yang harus selalu dalam wujud tertulis pengangkutan itu, bisa juga melalui kata sepakat yang dibuat oleh antar pihak.

- b. Asas Koordinatif, para pihak yang berada di kesepakatan pengangkutan memiliki kedudukan sama dan setara.⁸

2.1.3 Fungsi Pengangkutan

Secara umum dikatakan bahwa tujuan pengangkutan adalah untuk sampai dengan selamat dan tujuannya adalah guna meningkatkan nilai ekonomis dan daya guna. Sesampainya di tempat tujuan berarti perpindahan dari tempat satu ke tempat lain berjalan lancar. Tujuan pengangkutan dalam pengangkutan adalah guna menjamin suatu barang yang diangkut tidak mengalami kerusakan. Meningkatnya manfaat berarti nilai dari SDM dan barang di lokasi tujuan meningkat sesuai dengan kemaslahatan manusia.⁹

2.1.4 Hak dan Kewajiban Pengangkutan

Kewajiban pengangkutan pada hakekatnya meliputi kewajiban pengirim untuk mengangkut barang milik pengirim dengan selamat sampai tujuan, dimana pengirim membayar biaya pengiriman barang tersebut. Meninggalkannya dengan selamat di tempat tujuan berarti kiriman tersebut hilang atau hancur, atau kiriman tersebut ada tetapi rusak. Tanggung jawab utama pengemudi adalah transportasi dari titik awal hingga tujuan. Pengangkut juga mempunyai kewajiban untuk melindungi keamanan barang. Pengemudi juga berhak menerima upah

⁸ MUHAMMAD RIZKI BUDI YUDANTO PUTRA, 'Pelaksanaan Tanggung Jawab J&T Express Cabang Pekanbaru Atas Kerusakan Dalam Pengiriman Barang', 2020 <<https://repository.uir.ac.id/12966/>>.

⁹ Muhammad.

atau biaya atas barang yang dikirimkan melalui pembayaran yang dilakukan oleh pengirim.¹⁰

2.1.5 Jenis-jenis Pengangkutan dan Pengaturannya

Secara global Pengangkutan dikelompokkan menjadi:

- e. Pengangkutan Melalui Darat, yaitu angkutan yang melewati lintas darat seperti jalan raya, yakni jenis pengangkutan yang memakai sarana transportasi yang digerakkan di atas permukaan dengan sebuah peralatan teknik pada kendaraan itu dan dijalankan dalam lalu lintas umum. Aturan ini ada dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
- f. Pengangkutan Melalui Udara, di Pasal 1 ayat 13 Undang-undang nomor 1 Tahun 2009 mengenai Penerbangan telah dijelaskan bahwasannya pengangkutan melalui udara ialah tiap aktivitas yang memakai pesawat udara dalam perjalanan dari satu bandar udara lainnya.
- g. Pengangkutan Melalui Laut di Pasal 1 butir 3 undang-undang nomor 17 tahun 2008 pelayaran telah dijelaskan bahwasannya pengangkutan perairan ialah aktivitas mengangkut dan membawa orang maupun barang memakai kapal.

¹⁰ MUHAMMAD RIZKI BUDI YUDANTO PUTRA, 'Pelaksanaan Tanggung Jawab J&T Express Cabang Pekanbaru Atas Kerusakan Dalam Pengiriman Barang', 2020 <<https://repository.uir.ac.id/12966/>>.

2.2 Tinjauan Umum Tentang Jasa Pengiriman Barang

2.2.1 Pengertian Tentang Jasa

Jasa menurut umum diketahui sebagai bentuk pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan atau perseorangan kepada konsumen, jasa juga memiliki definisi sebagai bisnis yang membuahkan hasil sesuatu seperti kegunaan psikologis, bentuk, dan tempat. Kegiatan sesuatu yang mengubah keadaan orang atau sesuatu dalam kepemilikan disebut dengan penyedia Jasa atau pelayanan. Layanan adalah tindakan, pertunjukan, atau aktivitas yang tidak terlihat. Pelayanan selalu digunakan dalam cara yang satu dimensi dan merupakan suatu struktur yang komprehensif, bukan hanya satu dimensi saja.¹¹

Semua tindakan yang bisa diberikan oleh pihak satu ke pihak lain adalah jasa. Hal tersebut mempunyai sifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menciptakan suatu kepunyaan.¹² Dengan mengetahui karakteristik utama yang membuat jasa berbeda dengan barang juga dapat memperjelas pengertian dari jasa, berikut merupakan beberapa karakteristik yang ada :

1. Tidak berwujud (*intangibility*), suatu karakteristik yang membedakan jasa dengan barang yang bisa dicicipi, dirasakan, dan berupa objek, alat atau benda sementara jasa ialah tindakan, kerja atau upaya.

¹¹ Dorothea Wahyu Ariani, 'Manajemen Operasi Jasa', *Manajemen Operasi*, 2014, 1–65.

¹² Much Djunaidi, Ahmad Kholid Alghofari, and Dwi Apriyanti Rahayu, 'Penilaian Kualitas Jasa Pelayanan Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Berdasarkan Preferensi Konsumen', *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 5.1 (2018), 25–32.

2. Tidak bisa dijauhkan (*inseparability*), karakteristik ini juga berbeda dengan barang , pada umumnya yaitu sifat khusus jasa dibuat dan digunakan bersamaan.
3. Berubah-ubah (*variability*), Berbeda dengan barang, jasa mempunyai karakteristik yang dapat diubah, yang berarti bahwa jasa dapat mempunyai berbagai macam bentuk. Kualitas suatu layanan juga bergantung pada siapa yang menyediakannya dan di mana layanan tersebut diberikan.
4. Tidak bertahan lama (*perishability*), karakteristik ini tidak bisa diinventorikan seperti barang lain karena mempunyai sifat tidak bertahan lama, hal ini tidak menjadi masalah karena memenuhinya adalah hal yang sederhana namun jika bervariasi, sejumlah masalah akan muncul.¹³

Jasa mempunyai karakteristik, salah satunya yaitu adanya keikutsertaan pelanggan didalam proses pelayanan, kekompakan, mudah rusak, susah dipahami, dan keberagaman. Jasa juga dapat merujuk pada penyesuaian keadaan masyarakat atau kepemilikan produk di berbagai sektor ekonomi. Terdapat 3 dimensi utama, dimensi yang pertama ialah aktivitas, komunikasi (dikenal dengan pelayanan yang berbeda dari produk fisik), jalan keluar untuk masalah yang dihadapi setiap

¹³ Djunaidi, Much, Ahmad Kholid Alghofari, and Dwi Apriyanti Rahayu, 'Penilaian Kualitas Jasa Pelayanan Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Berdasarkan Preferensi Konsumen', *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 5.1 (2018), 25–32

pelanggan. Pelanggan tidak melulu memiliki kesempatan membeli barang atau jasa, namun mereka seringkali memiliki penawaran. Pelayanan yang diberikan juga dirancang guna memuaskan pelanggan.

Pelanggan adalah sumber daya Perusahaan jasa. Tidak mungkin untuk menjalankan jasa tanpa kehadiran pelanggan. Informasi juga diperlukan oleh Perusahaan jasa. Dalam hal ukuran, industri jasa dapat dibandingkan bersama industri manufaktur dalam hal produktivitas, mutu pelayanan, dan kedayagunaan.¹⁴ Produktivitas itu menggabungkan produktivitas pelayanan, caranya mengukur, hubungannya dengan kualitas pelayanan juga keuntungan, serta cara memperbaiki dan menaikkan kualitas. Yang dimaksud dengan kualitas pelayanan, adalah sinonim dari kata kepuasan pelanggan. Spesifikasi pelayanan harus mendukung hal ini, mencakup mekanisme guna mengontrol layanan yang meliputi perilaku pekerja dan pelanggan, serta metode untuk mengawasi pelayanan agar sesuai dengan spesifikasi yang sudah ditetapkan.

2.2.2 Pengertian Tentang Jasa Pengiriman Barang

Pengiriman adalah pekerjaan bagian operasional logistik yang menghantarkan barang dan jasa dari produsen ke pelanggan. Distribusi berarti mengirimkan barang ke pembeli dari produsen. Saat barang pesanan sudah siap dikirim baik dalam bentuk ataupun dokumen yang

¹⁴ Ariani, Dorothea Wahyu, 'Manajemen Operasi Jasa', *Manajemen Operasi*, 2014, 1–65

diperlukan, proses operasional disebut “kegiatan pengiriman”.¹⁵ Sama halnya Seperti yang dinyatakan oleh Lembaga Logistik Indonesia yang mempunyai pendapat sebagai berikut :

“Menyiapkan pengiriman fisik barang dari gudang ke tempat tujuan yang disesuaikan dengan dokumen pemesanan dan pengiriman serta dalam kondisi yang sesuai dengan persyaratan penanganan barangnya”

Dari Penjelasan diatas bisa diambil kesimpulan bahwa pengiriman bukan hanya memindahkan kepemilikan barang dan jasa dari produsen ke pembeli; itu juga perlu mempertimbangkan kualitas fisik barang dan kelengkapan dokumennya. Pemasaran dan distribusi adalah dua arus yang saling bersinggungan yang terbentuk oleh kegiatan pengiriman. Dalam kehidupan sehari-hari kita selalu memperhatikan kegiatan pengiriman, jika penyedia jasa pengiriman tidak membantu, produsen tidak dapat menangani masalah pengiriman. Jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang ada tentu saja produsen membutuhkan mitra bisnis atau pelayanan jasa yang memadai guna distribusi pengiriman yang bermutu supaya produk dan jasa yang dikasihkan bisa mengatasi masalah yang ada tentunya produsen membutuhkan mitra bisnis atau pelayanan jasa yang memadai guna distribusi pengiriman yang bermutu supaya produk dan jasa yang dikasihkan bisa dirasakan

¹⁵ Marzuki Yahya, ‘Definisi Pengiriman’, 2016, 29.

hasilnya oleh konsumen dengan cepat sebagai tujuan pasar dari produsen.

16

Pengertian jasa pengiriman barang adalah aktivitas orang perseorangan atau sekelompok organisasi, individu, serta Perusahaan yang menyediakan layanan jasa mereka untuk bisa digunakan dalam kegiatan logistic juga bisa dikenal sebagai jasa ekspedisi. Jadi bisa dikatakan bahwa jasa pengirim barang ialah bisnis yang berfokus pada pengiriman barang, ada pula beberapa jalur yang dipergunakan mengirim barang yaitu melewati via laut, darat, udara serta memberi layanan yang efektif dan efisien untuk memberi kepuasan konsumen yang akan mengirim produknya. Jasa pengiriman mempunyai aturan prosedur pengiriman yang tidak sama tergantung dari layanan yang disediakan oleh perusahaan itu sendiri, ada yang mempermudah didalam hal mengirim barang, tetapi ada juga yang menetapkan peraturan ketat. Berikut adalah cara kerja secara umum dari kegiatan jasa pengiriman barang termasuk :

a. Barang atau produk yang akan dikirim

Barang atau produk merupakan hal wajib yang harus ada didalam pengiriman barang, karena jika barang yang akan dikirim tidak ada maka aktivitas pengiriman barang tak akan terlaksana.

¹⁶ Yahya, Marzuki, 'Definisi Pengiriman', 2016, 29

Produk barang yang akan dikirim pasti harus sesuai standar yang ditetapkan dan tidak melanggar UU serta peraturan saat ini.

b. Proses pengemasan barang atau *packing*

Pengemasan ialah proses mempersiapkan barang yang sudah siap untuk distribusikan dengan memberikan tempat atau pembungkus yang bisa meminimalisir kerusakan pada barang saat pengiriman serta melindungi produk di dalamnya. Tetapi terdapat beberapa barang memerlukan perawatan khusus, seperti barang yang mudah pecah, barang cair, ataupun makanan yang gampang basi.

c. Administrasi dokumen pengiriman

Dokumen yang dimaksud mencakup ialah pengurusan surat-surat izin dalam mengirim barang dari beacukai serta pihak lain yang berhubungan.

d. Moda transportasi

Pemilihan moda transportasi merupakan pilihan lain dalam pengiriman barang baik melalui laut, darat, udara. Mengirimkan barang melewati jalur udara bisa memakai jasa dari pesawat terbang, namun pengiriman barang melewati daratan bisa memakai jasa dari angkutan truk biasa disebut trucking ataupun bisa mengirimkan barang yang melalui laut bisa memakai jasa dari kapal laut.

2.2.3 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha Pengiriman Barang

Pelaku Usaha Pengiriman Barang mempunyai kewajiban sebagai berikut :

- a. Melaksanakan kuasa dari pengirim guna melaksanakan semua aktivitas guna pengiriman barang. Didalam melaksanakannya dia patuh pada aturan mengenai pemberian kuasa (Pasal 1792 sampai dengan 1819 KUHPerdata).
- b. Menyimpan serta mengamankan barang milik pengirim ketika pengirim belum mendapat pengangkutan yang telah memenuhi syarat. Karenanya diberlakukan ketentuan tentang penyimpanan barang (bewaargeving), Pasal 1694 KUHPerdata.
- c. Mencatat data harian mengenai macam, jumlah barang jualan dan barang lainnya yang wajib diangkut, begitu pula harganya (Pasal 86 ayat (2) KUHD). Ini berkaitan dengan Pasal 6 KUHD. Kecuali data harian di atas, ia harus membikin surat muatan (vrachtbrief-Pasal 90 KUHD) pada setiap barang yang akan diangkut.

Selain beberapa keharusan tersebut, Pelaku Usaha Pengiriman Barang juga menerima hak untuk menerima hasil jasa dari pengirim barang.

2.3 Tinjauan Umum Tentang Konsumen dan Perlindungan Konsumen

2.3.1 Pengertian Konsumen

Kata lain Bahasa Belanda dari konsumen yaitu: Konsument. Pada kenyataan umum para pakar hukum sependapat bahwasannya arti dari konsumen ialah: “Pemakai akhir dari benda dan jasa (*Uiteindelijke*

Gebruiker van Goederen en Diensten) yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha (ondernamer)".

Pengertian konsumen pendapat dari Az.Nasution: "Setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang atau jasa untuk suatu kegunaan tertentu".

Terdapat makna lain mengenai arti dari konsumen yang dinyatakan M. Darus B. ialah "pemakai terakhir dari benda dan jasa yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha".¹⁷

Sebutan lain yang mendekati dengan istilah konsumen ialah "pembeli" (koper). Sebutan ini bisa dilihat di Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Berdasarkan Pasal 1 ayat 2 UUPK menyatakan bahwasannya "Konsumen merupakan 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 diperdagangkan". Dalam pengertisan Pasal 1 ayat 2, dijelaskan bahwa dalam kepustakaan ekonomi diketahui dengan istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Pemakai atau pemanfaat akhir dari satu produk disebut dengan konsumen akhir, namun konsumen antara adalah konsumen yang memakai atas produk sebagian melalui proses produksi untuk produk lain. Penafsiran konsumen diundang-undang ini ialah konsumen akhir.

¹⁷ Hanindyo Bagus, "DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE."

Az. Nasution mengemukakan pembatasan mengenai konsumen akhir ialah “Setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, dipergunakan memenuhi kebutuhan hidup sendiri, keluarga atau rumah tangganya, dan tidak untuk kepentingan komersial. Jadi bisa diambil kesimpulan maksud konsumen ialah pemakai terakhir dari barang atau jasa guna kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga tidak tidak untuk diperjualkan kembali.¹⁸

2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Berawal dari pengembangan hak-hak konsumen yang diperjelas didalam resolusi PBB Nomor 39/248 Tahun 1985 mengenai perlindungan konsumen, di negara ini diwujudkan dalam UUPK hak-hak dari konsumen mulai ada dan diakui. Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) Nomor 39/248 Tahun 1985 mengenai Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) juga mendefinisikan berbagai kepentingan konsumen yang butuh untuk dilindungi meliputi:¹⁹

- a. perlindungan konsumen dari bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. promosi dan kepentingan perlindungan ekonomi sosial konsumen;
- c. adanya informasi yang kompeten bagi konsumen untuk memberi kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan individu;

¹⁸ Hanindyo Bagus, “DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE.”

¹⁹ Ahmad Yani Gunawan Widjaja, ‘Hukum Tentang Perlindungan Konsumen’, 2001, 27–28.

- d. pendidikan konsumen;
- e. adanya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. kebebasan untuk membuat organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang penting dan mengasih kesempatan pada organisasi tersebut guna memberikan suara pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang melibatkan kepentingan mereka.

Terdapat beberapa hak dasar konsumen yang diingat secara umum, yaitu: hak untuk mendapat keamanan (*the right to safety*), hak untuk mendapat informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*) dan akhirnya hak untuk didengar (*the right to be heard*).²⁰

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen Republik Indonesia dijelaskan bahwasannya hak konsumen ialah hak keselamatan, keamanan, dan kenyamanan dalam mengkonsumsi jasa dan atau barang. Hak guna memilih jasa dan atau barang juga memperoleh jasa dan atau barang tersebut dengan nilai ganti dan keadaan serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk di beri perhatian khusus atau diberi pelayanan secara layak dan jujur serta tidak diskriminatif; hak guna menerima kompensasi, ganti rugi dan atau

²⁰ Niru Anita Sinaga and Nunuk Sulisrudatin, 'Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 5.2 (2014) <<https://doi.org/10.35968/jh.v5i2.110>>.

penggantian, jika barang dan atau jasa yang didapat tidak sebanding dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.²¹

Hak-hak konsumen di Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) ialah:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

²¹ Nurul Tika Pratiwi dan Aprina Chintya, 'Studi Komperatif Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam', 7.1 (2018), 1-8.

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan untuk kewajiban konsumen ialah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.²²

2.3.3 Perlindungan Konsumen

Sebutan konsumen merupakan dari Bahasa Belanda yakni “Konsument”. Pada prinsipnya pakar hukum sependapat bahwa definisi konsumen ialah: “Pemakai akhir dari benda dan jasa (*Uiteindelijke Gebruiker van Goederen en Diensten*) yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha (*ondernamer*)”.²³ Berdasarkan dari Az. Nasution, arti konsumen ialah “Setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang atau jasa untuk suatu kegunaan tertentu”.²⁴

²² H. Syahrudin Nawi and Universitas Muslim Indonesia, ‘HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN MENURUT UU NO.8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN’, 2.8 (1999).

²³ Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar), Dalam BPHN, Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: Binacipta, 1986).

²⁴ Az.Nasution, *Konsumen Dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.

Berdasarkan Pasal 1 ayat 2 UUPK menyatakan bahwasannya “Konsumen merupakan 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 dijualbelikan”.

Secara mendasar pelaku usaha diterangkan sebuah seorang atau organisasi memiliki kemampuan untuk menciptakan barang dan jasa bertujuan menghasilkan keuntungan dari barang dan jasa itu guna mencukupi keperluan pelanggan atau masyarakat. Undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) nampaknya berambisi menjauhkan pemakaian kata “produsen” untuk melawan kata “konsumen”. Oleh karena itu menggunakan kata “pelaku usaha” memiliki arti lebih besar, dimana sebutan pelaku usaha ini juga bisa diartikan kreditur, penyalur, penjual, produsen, dan kata lain yang biasa didapatkan.²⁵

Sesuai pasal 1 angka 3 UUPK, maksud dari pelaku usaha bahwa “Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa arti yang dimaksudkan pelaku usaha ialah yang telah dijelaskan didalam pasal 1 angka 3 UUPK, Tiap individu atau badan usaha, yang dari badan hukum ataupun bukan badan

²⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT Grasindo, 2000).

hukum, yang dibentuk, berkedudukan, atau beraktivitas dibagian hukum Negara Republik Indonesia, yang secara individu maupun kolektif melalui kontrak, menjalankan bisnis dalam berbagai pengelompokan ekonomi. Akan tetapi Pelanggan ialah seseorang yang menggunakan jasa dan/atau barang disediakan dalam warga, digunakan untuk kebutuhan individu, kepentingan keluarga, kepentingan orang lain ataupun kepentingan makhluk hidup yang lain tidak untuk diperjualbelikan. Perlindungan konsumen merupakan semua upaya untuk memberi jaminan kepastian hukum guna melindungi konsumen berdasarkan asas-asas yang ada dalam perlindungan konsumen.²⁶

2.3.4 Asas Perlindungan Konsumen

Pasal 2 UUPK menyatakan “perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keamanan, keadilan, serta keseimbangan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum”. Pengertian pasal 2 UUPK menyatakan perlindungan konsumen dilaksanakan agar menjadi usaha bareng berlandaskan lima asas penting dalam pembangunan nasional, yaitu:²⁷

- a. Asas manfaat bertujuan guna memastikan bahwasannya semua usaha yang dilakukan untuk pelaksanaan perlindungan konsumen wajib semaksimal mungkin menguntungkan pelanggan dan pelaku usaha dengan merata.

²⁶ ‘Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen’, 8, 1999.

²⁷ ‘Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen’, 8, 1999.

- b. Asas keadilan bertujuan supaya keikutsertaan semua rakyat bisa dimaksimalkan serta memberi harapan untuk konsumen dan pelaku usaha guna mendapatkan hak serta memenuhi kewajiban dengan adil.
- c. Asas keseimbangan bermaksud menjaga keseimbangan antara kebutuhan pelaku bisnis, konsumen, dan pemerintah dalam hal materi serta agama.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen bertujuan guna memantapkan bahwa pelanggan aman saat memakai barang dan jasa yang digunakan ataupun dipakai.
- e. Asas kepastian hukum bermaksud supaya pelaku usaha ataupun konsumen taat terhadap hukum, mendapat perlindungan konsumen yang adil, dan agar negara memiliki kepastian hukum.

2.3.5 Tujuan Perlindungan Konsumen

Penciptaan Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK) memiliki maksud utama yaitu guna melindungi konsumen. Usaha untuk menciptakan perlindungan terhadap konsumen, pencapaian yang akan dicapai telah ditetapkan oleh UUPK. Berikut adalah UUPK yang sudah ditentukan dalam pasal 3 yang bertujuan melindungi konsumen.²⁸

- a. Meningkatkan kemampuan, kemandirian konsumen, dan kesadaran guna menjaga dirinya. Penegakan norma-norma UUPK tidak selalu

²⁸ Agus Suwandono, 'Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen', *Perpustakaan UT*, 2020, 1–37.

berhubungan dengan perlindungan konsumen. Sebaliknya, perlindungan konsumen difokuskan pada peningkatan kemampuan, kesadaran, dan kemandirian konsumen guna menjaga diri mereka sendiri sebelum memulai penegakan hukum. Salah satu cara untuk mencegah kerugian adalah dengan meningkatkan kesadaran konsumen akan pentingnya perlindungan. Dengan menjadi lebih sadar, konsumen akan lebih berhati-hati saat memakai barang dan jasa. Meningkatkan kemandirian dan kemampuan konsumen bertujuan untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki kemandirian dan kemampuan untuk menghindari kerugian yang mungkin disebabkan oleh penjualan barang dan jasa yang berada pada tempat bermasyarakat.

- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen caranya yaitu menjauhkan dari akses negative penggunaan barang dan/atau jasa. Paradigma adalah pelanggan harus sejajar sama pelaku usaha karena konsumen sering dijadikan obyek dari pelaku usaha karena keberadaannya yang rapuh selalu membuat keberadaan tawar menawar yang lemah bila perbandingannya pelaku usaha. Konsumen telah berubah dari objek menjadi subjek dalam aktivitas jualbeli, di mana pelaku usaha dan konsumen adalah antar individu sama-sama membutuhkan dan sejajar. Mengampanyekan pelanggan cerdas adalah salah satu cara untuk meningkatkan martabat pelanggan.

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam menentukan, memilih, dan menuntut sebuah hak sebagai konsumen. Caranya yang efektif guna melindungi konsumen adalah melalui pemberdayaan mereka. Salah satunya dalam pemberdayaan konsumen adalah dengan memberi tahu konsumen mengenai bagaimana hukum melindungi konsumen, sehingga mereka dapat memahami hak mereka sebagai konsumen saat mereka melakukan tuntutan.
- d. Mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang berisi unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi dengan akses guna memperoleh pengumuman. Setelah UUPK diberlakukan, konsumen serta pelaku usaha mempunyai banyak hak serta kewajiban yang wajib diikuti. Jika ada pelanggaran terhadap UUPK, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), pemerintahan dan konsumen atau lembaga terikat dapat digugat. Selain menyelesaikan perselisihan konsumen di pengadilan, UUPK memungkinkan menyelesaikan perselisihan konsumen melalui BPSK.
- e. Menciptakan pemahaman pelaku usaha mengenai seberapa bergunanya perlindungan konsumen untuk menciptakan kelakuan yang jujur dan tanggung jawab menjalankan usaha. Diharapkan bahwa UUPK akan menaikkan pemahaman pelaku usaha gunanya melindungi konsumen. Pelaku usaha tidak diperbolehkan memprioritaskan kepentingan diri mereka sendiri dan mengacuhkan kepentingan konsumen. Karena secara mendasar pelaku usaha

melakukan tanggung jawab atas penyebaran produk di masyarakat, pelaku usaha harus jujur dan tanggung jawab saat menawarkan serta memasarkan produknya.

- f. Menaikkan mutu barang dan/atau jasa yang bisa memastikan usaha produksi barang dan/atau kesehatan, jasa, keamanan, kenyamanan, serta keamana konsumen. Penggunaan UUPK tidak bertujuan guna menghentikan bisnis pelaku usaha; sebaliknya, diharapkan guna menaikkan mutu barang atau jasa yang mereka bikin. Konsumen cenderung menyeleksi barang dan jasa yang memiliki kualitas tinggi dan aman guna digunakan di tengah persaingan bisnis ini. Kondisi seperti ini mendorong bisnis untuk terus menaikkan kualitas barang dan jasa yang mereka jual agar tidak dijauhi begitu saja oleh pelanggan.

2.4 Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab

2.4.1 Pengertian Tanggung Jawab

Tanggung jawab berdasarkan Kamus Umum Besar Bahasa Indonesia ialah suatu perihal di mana harus memikul semuanya, sehingga memiliki kewajiban menanggung semuanya atau mengasih jawab serta memikul dampaknya.²⁹ Terdapat definisi tanggung jawab ialah kesadaran seseorang atas perbuatannya atau tingkah laku baik yang

²⁹ *Kamus Umum Besar Bahasa Indonesia, Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan* (Jakarta: Balai Pustaka).

sengaja ataupun yang tidak sengaja. Bertanggung jawab juga mempunyai arti mewujudkan pemahaman akan tugas seseorang. Karena tanggung jawab sudah tertanam dalam diri manusia, maka setiap orang pasti mempunyai tanggung jawabnya masing-masing. Tentu saja, akan ada orang lain yang memaksa mereka memenuhi tanggung jawabnya jika mereka memilih untuk tidak bertanggung jawab.

Manusia yang beretika serta beriman kepada Tuhan Yang Maha Esa menunjukkan sikap serta perilaku yang bertanggung jawab. Orang yang tumbuh dengan kebiasaan memupuk hati nurani akan mengalami penyesalan jika perbuatannya menimbulkan kerugian bagi orang lain. Muncul dan berkembangnya rasa tanggung jawab individu sesuai dengan komponen fisio-psikososial perkembangannya. Menumbuhkan, mengembangkan, dan memantapkan kesadaran akan perlunya tanggung jawab dalam sikap dan perilaku dapat dilakukan dengan terlebih dahulu memberikan petunjuk dan bimbingan melalui teknik seperti berpesan dan membina ketaqwaan yang mendalam kepada Tuhan.

Rasa Tanggung Jawab ialah arti yang mendasar guna menyikapi manusia sebagai makhluk yang mempunyai aturan hidup yang lebih baik, dan tinggi rendahnya akhlak yang ada pada dirinya.³⁰ Sesuai dengan gagasan tanggung jawab, ada baiknya seseorang mendasarkan asumsinya pada kebenaran bahwa orang-orang, baik dalam hubungan dekat maupun

³⁰ Hassan Shadily and others, *Ensiklopedi Indonesia Jilid 6 (SHI VAJ)* (Jakarta: Ichtiar Baru-van Hoeve).

luas, saling bergantung satu dengan yang lain demi menciptakan nilai-nilai kehidupan yang dirasa baik dan baik. meningkatkan keberadaan mereka. Manusia sering disebut sebagai makhluk sosial. Rasa tanggung jawab mulai berkembang dalam konteks sosial maupun pribadi, dan pada akhirnya dapat dimasukkan ke dalam sistem hukum, termasuk hukum pidana. Orang-orang yang berada dalam beberapa hubungan terkait erat dengan rasa tanggung jawab yang menyertai mereka.

Dari penjelasan pengertian tersebut. Oleh karena itu, ada kategori tugas lain, termasuk tanggung jawab sipil dan moral. Tanggung jawab yang ditandai adanya perilaku moral disebut tanggung jawab moral. Tanggung jawab moral terdiri dari tiga komponen: tindakan integral, tanggung jawab yang diciptakan oleh hati, dan kebebasan bertindak. Meskipun demikian, peran warga negara mencakup tugas sebagai kepala negara dan tanggung jawab sebagai penduduk. Seorang pejabat di negara bagian bertanggung jawab atas badan tersebut dan tanggung jawab lain yang diberikan kepadanya. Meskipun demikian, rata-rata warga negara juga mempunyai kewajiban terhadap negara, seperti pembayaran pajak tepat waktu dan kepatuhan terhadap aturan politik yang ditetapkan. Sebagai contoh pada negara demokrasi pejabat pemerintahan wajib melakukan tanggung jawab pada rakyatnya dan perlemen menurut dengan Undang-undang.³¹

2.4.2 Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab

³¹ A L Murabbi, '6-Mengembangkan Karakter Tanggungjawab Pada Pembelajar', 3 (2016), 36–54.

Ada prinsip utama dalam pertanggungjawaban konsumen, sebagai berikut:

a. Prinsip tanggung jawab yang berlandaskan unsur kelalaian (*liability based on fault*). Menurut unsur kesalahan (*liability based on fault*) ialah prinsip yang sudah familiar didalam hukum perdata dan pidana. Di KUHPdt, Pasal 1365, 1366, 1367 prinsip ini kuat. Prinsip untuk pembuktian dibebankan kepada pengirim. Prinsip ini menyebutkan bahwa manusia baru dapat dimintai pertanggung jawaban secara hukum bila terdapat unsur kesalahan yang diperbuatnya. Dan harus memenuhi empat unsur pokok, yakni:

- a) adanya perbuatan;
- b) adanya unsur kelalaian/kesalahan;
- c) adanya kerugian yang dialami;
- d) adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian

b. Prinsip tanggung jawab berdasarkan praduga (*presumtion liability*) untuk selalu bertanggung jawab atau pembuktian terbalik: Ide bahwa praduga tetap bertanggungjawab hingga dia dapat dibuktikan tidak bersalah. Tergugat memikul tanggung jawab pembuktian. Prinsip tersebut tampaknya menerima pembalikan beban pembukti (*omkering van bewijslas*). Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 19, 22, dan 23 menetapkan pembuktian terbalik ini.

c. Prinsip ini harus ada perjanjian, prinsip untuk selalu tidak tanggung jawab (*presumption of non-liability*) Prinsip praduga untuk selalu

tidak tanggung jawab hanya diketahui dalam konteks transaksi konsumen, dan pembatasannya biasanya masuk akal. Hukum pengangkutan ialah salah satu menerapkan prinsip ini. Penumpang (konsumen) bertanggung jawab atas kerusakan dan kehilangan pada barang yang berada dalam pengawasannya sendiri.

d. Prinsip tanggung jawab absolut (*strict liability*) atau tanggung jawab mutlak, selalu dihubungkan dengan prinsip tanggung jawab mutlak. Karena itu, beberapa pakar tidak setuju dengan kedua penyebutan tersebut. Pendapat pertama mengatakan prinsip tanggung jawab ketat tidak memutuskan kesalahan menjadi faktor penentu. Tetapi ada situasi tertentu yang menjadikan pembebasan dari tanggung jawab, contoh keadaan mendesak. Dilain kondisi, prinsip ini tidak ada yang terkecuali.

e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*) prinsip ini amat diminati oleh pelaku usaha untuk ditaruh sebagai klausula eksonerasi didalam perjanjian standar yang diciptakannya. Bahkan prinsip ini juga menyediakan untuk konsumen perlindungan yang lebih besar dari kerugian yang diakibatkan oleh cacat produk. contohnya Menurut kontrak cuci cetak film, “jika film yang ingin dicuci atau dicetak hilang atau rusak (termasuk karena kesalahan petugas), konsumen hanya dapat mengganti kerugian sepuluh kali nilai satu roll film baru”. Prinsip tanggung jawab pembatasan membuat rugi konsumen bila disahkan secara sepihak oleh pelaku

usaha. Dalam UU Perlindungan Konsumen terbaru, pelaku usaha tidak dapat secara sepihak menetapkan perjanjian yang membuat rugi konsumen, termasuk pembatasan tanggung jawab konsumen sampai batas tertentu. Bila ada pembatasan, pembatasan tersebut wajib mutlak berdasarkan peraturan perundang-undangan yang tepat.³²

2.4.3 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Selama melakukan upayanya, Perusahaan pengangkutan harus mentaati kewajiban yang telah ditetapkan di perundang-undangan. Ketentuan ini sama halnya berlaku juga untuk Perusahaan ekspedisi. Namun, ternyata jika terjadi beberapa hal yang tidak diminta selama penyelenggaraan tanggung jawab tersebut atau jika pelanggaran dibuat perusahaan pengangkutan atau perusahaan jasa pengiriman yang bersangkutan, perusahaan akan menerima tanggung jawab. Perusahaan pengangkutan atau jasa pengiriman akan bertanggung jawab penuh jika terjadi sesuatu yang tidak dikehendakai atau di luar kendali perusahaan dengan barang yang dikirimkannya. Beberapa tugas yang harus dilakukan oleh pelaku usaha transportasi atau perusahaan pengangkutan produk adalah sebagai berikut :

- a. Harus membayar ganti rugi kepada pemilik produk dan bertanggung jawab atas harta benda yang hilang atau dicuri. Apabila kelalaian atau kecerobohan perusahaan angkutan mengakibatkan hilangnya, dicuri,

³² Fransiska Novita Eleanora, 'Prinsip Tanggung Jawab Mutlak Pelaku Usaha Terhadap Ketentuan Pasal 27 Uu No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', *Krtha Bhayangkara*, 12.2 (2018), 207–28 <<https://doi.org/10.31599/krtha.v12i2.26>>.

atau rusaknya barang yang diangkut, lalu pelaku usaha angkutan tanggung jawab penuh. Pasal 1366 KUHP menyatakan: “Setiap orang bertanggung jawab bukan hanya atas kerugian yang diakibatkan oleh perbuatannya, tetapi juga atas kerugian yang disebabkan oleh kelalaian atau kelalaiannya.” Beginilah cara perusahaan transportasi atau perusahaan perjalanan dimintai pertanggungjawaban. “Perusahaan Angkutan Umum bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh pengirim barang, karena barang musnah, hilang, atau rusak akibat penyelenggaraan pengangkutan, kecuali dapat dibuktikan bahwa musnahnya, kehilangan, atau rusaknya barang tersebut disebabkan oleh suatu peristiwa. . Pelaku usaha pengangkutan dan pelayaran juga diwajibkan oleh UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk mengganti kerugian atas produk yang mereka kirim. Hal ini diatur dalam Pasal 19 ayat (1) yang menyatakan: “Perusahaan wajib mengganti kerugian, pencemaran, dan/atau kerusakan, kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.³³

- b. Perusahaan yang bertanggung jawab atas aktivitas ilegal yang dilakukan oleh stafnya saat bekerja di perusahaan yang bersangkutan (*Employment Tort*) juga bertanggung jawab atas tindakan pengemudi dan kurirnya. Pasal 1367 KUHP memperjelas hal ini dengan mengatakan bahwa “Seseorang bertanggung jawab bukan hanya atas

³³ ‘UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.’

kerugian yang disebabkan oleh perbuatannya sendiri, tetapi juga atas kerugian yang disebabkan oleh perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau yang disebabkan oleh barang-barang yang dikuasainya.” Selanjutnya diperjelas dalam Pasal 1367 KUHP: “Pengusaha dan orang yang mengangkat orang lain untuk mewakili urusannya, bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh pegawai atau bawahannya dalam melaksanakan pekerjaan yang dipercayakan kepada orang tersebut.”

Menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Pasal 191 yang menyebutkan bahwa “Perusahaan Angkutan Umum bertanggung jawab atas kerugian yang diakibatkan oleh segala perbuatan orang-orang yang dipekerjakan dalam penyelenggaraan angkutan”, demikian pula perusahaan angkutan atau petualangan juga bertanggung jawab atas perbuatan yang dilakukan oleh karyawannya”.³⁴

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) dan UU Lalu Lintas UU No. 22 Tahun 2009 kedua UU ini menetapkan dua (2) bentuk tanggung jawab perusahaan angkutan atau perusahaan ekspedisi terhadap perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh karyawannya, adalah:

a. Tanggung jawab terhadap perbuatan orang lain. Pada paragraf pertama Pasal 1367 KUHPdt disebutkan dengan eksplisit tentang

³⁴ ‘UU No. 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas Dan Angutan Jalan’, 2009.

tanggung jawab, yang menyatakan bahwa seorang yang menjadi tanggungannya bertanggung jawab jika dia melakukan hal yang membuat kerugian kepada pihak lain.

b. Tanggung jawab majikan (perusahaan) terhadap pekerjanya.

Menurut paragraf 3 Pasal 1367 KUHPdt, majikan atau suatu perusahaan pada dasarnya bertanggung jawab atas kerugian yang dibuat oleh perbuatan pekerjanya yang bersangkutan dengan pekerjaan atau tanggung jawab mereka.

c. Tanggung Jawab yang terdapat dalam Izin usaha adalah bentuk

yang diwajibkan kepada pelaku usaha guna menerapkan prinsip kehati-hatian dalam menjalankan usaha. Tanggung jawab ini mencakup:

a) Menurut Kepmenhub No. 10 Tahun 1988, sebuah perusahaan pengangkutan pada dasarnya wajib bertanggungjawab atas segalanya yang dijanjikannya dengan berbagai pihak dan wajib melakukan penyelesaian segala tuntutan yang sah. Izin usaha perusahaan pengangkutan tersebut dicabut sebagai konsekuensi dari mengabaikan tanggung jawab ini.

b) Bertanggung jawab atas semua akibat yang dibuat oleh proses pengiriman barang yang memakai dokumen yang diciptakannya; perusahaan pengangkutan wajib tanggung jawab segala dampak yang diciptakan oleh pengiriman barang yang memakai dokumen yang diciptakannya. Tanggung jawab

ini terdapat dalam izin usaha jasa pengangkutan. Jika seseorang melanggar tanggung jawabnya izin usaha mereka akan dicabut.

c) Bertanggung jawab atas pemberian barang yang diurus.

Perusahaan jasa pengangkutan wajib tanggung jawab atas pemberian barang yang diurus sesuai dengan persyaratan umum perusahaan jasa pengangkutan transportasi. Jika seseorang melanggar tanggung jawab ini, izin usaha mereka akan dicabut..³⁵

2.5 Hubungan Antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan hukum, kadang-kadang disebut *rechtbetrekkingen*, adalah interaksi antara dua atau lebih topik hukum yang menyangkut hak dan kewajiban salah satu pihak terhadap orang lain. Hubungan hukum dapat terjalin antara orang perseorangan dan badan hukum, serta antara subjek dan objek hukum. Suatu hubungan hukum harus mempunyai dasar hukum dan peristiwa hukum. Inilah dua prasyaratnya. Hubungan hukum antara subjek hukum dan suatu benda mengacu pada hak-hak yang dimiliki subjek atas benda tersebut, baik benda bergerak, berwujud, maupun benda tak bergerak.³⁶

³⁵ Chikie Nangin, 'PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENGALAMI KERUGIAN AKIBAT PENGIRIMAN BARANG OLEH PERUSAHAAN EKSPEDISI MENURUT UU NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN', *Ekp*, VI (2017).

³⁶ Dewa Gede Ari Yudha Brahmanta and Anak Agung Sri Utari, 'HUBUNGAN HUKUM ANTARA PELAKU USAHA DENGAN KONSUMEN', 1-5.

Menurut Ernest Barker, ada tiga syarat yang perlu dipenuhi agar hak-hak konsumen menjadi ideal: hak-hak tersebut harus penting bagi pembangunan manusia, diterima oleh masyarakat, dan diproklamirkan serta dilindungi oleh negara. Sejumlah hak konsumen dituangkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia. Hak primer adalah hak yang tercantum pada huruf b dan c yang masing-masing menyatakan bahwa konsumen mempunyai “hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar”. dan kondisi serta kepastian yang dijanjikan. Menelaah Pasal 4 UUPK dua alinea pertama, memang demikian, jelas sekali bahwa konsumen mempunyai hak untuk memperoleh informasi apapun yang berkaitan dengan produk dan/atau jasa, serta segala klaim yang dibuat oleh pelaku usaha mengenai promosinya. Di sisi lain, pelaku usaha bertanggung jawab guna menepati janji dan memberi informasi yang relevan.

Pasal 7 huruf b UUPK yang menyatakan bahwa “kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai keadaan dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, dimana kewajiban tersebut Pelaku usaha juga dapat dipandang sebagai hak konsumen,” juga mengatur kewajiban pelaku usaha selain yang berkaitan dengan hak konsumen. Pelaku usaha dilarang memberi penawaran, membuat, atau mempromosikan barang dan/atau jasa secara tidak benar, sehingga harus memperhatikan persyaratan tersebut dalam memberikan informasi barang atau jasa berdasarkan Pasal 9 dan 10

UUPK. Tentang status dan garansi barang dan layanan, serta pedoman penggunaan, pemeliharaan, dan perbaikan yang diberikan kepada klien. Sebelum klien membeli atau memanfaatkan produk atau layanan perusahaan, mereka harus diberi tahu tentang kondisi dan jaminan produk serta pedoman penggunaan, penyimpanan dan perbaikan

Dalam pengertian ini, ketika pelaku usaha memberikan keterangan dan janji tentang suatu barang dan/atau jasa, telah terjalin hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen karena pada saat itu baik pelaku usaha maupun konsumen mempunyai hak dan kewajibannya sendiri. Pasal 1320 dan 1338 KUH Perdata yang menyebutkan bahwa para pelaku usaha telah menyepakati apa yang akan dijanjikannya ketika membuat janji dalam pamflet, iklan, atau bahan promosi, menjadi dasar hubungan hukum ini dan membuat janji tersebut dapat dilaksanakan terhadap pihak yang membuat janji tersebut. . Pertukaran produk dan jasa antara pelanggan dan pelaku usaha merupakan peristiwa yang diakui secara hukum.³⁷

³⁷ Dewa Gede Ari Yudha Brahmanta and Anak Agung Sri Utari, 'HUBUNGAN HUKUM ANTARA PELAKU USAHA DENGAN KONSUMEN', 1-5.