

## **PRINSIP TANGGUNG JAWAB PRODUK (*PRODUCT LIABILITY*) DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA EKONOMI DIGITAL**

**Rivaldhy N. Muhammad**

*Universitas Terbuka, Jakarta, Indonesia*

*rivaldhy@ecampus.ac.id*

### **Abstrak**

Penulisan ini dilakukan dengan tujuan menegaskan tanggungjawab pelaku usaha terhadap produk cacat yang menyebabkan kerugian pada konsumen dalam ruang ekonomi digital. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penulisan ini berkenaan dengan bagaimana sesungguhnya perlindungan konsumen atas produk cacat yang menyebabkan kerugian pada konsumen dalam ruang ekonomi digital. Penulisan ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan yuridis normatif. Adapun temuan dalam penulisan ini menunjukkan perlindungan bagi konsumen atas produk cacat yang menyebabkan kerugian pada konsumen telah diakomodir dalam peraturan perundang-undangan, baik dalam KUHPer maupun dalam UU Perlindungan Konsumen. Adanya pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan ini, salah satu faktornya adalah aspek budaya hukum khususnya kesadaran hukum dalam ruang ekonomi digital.

Kata Kunci: Tanggungjawab Produk, Konsumen, Ekonomi Digital.

### **Abstract**

*This writing is carried out with the aim of confirming the responsibility of business actors for defective products that cause harm to consumers in the digital economy space. The problem in this paper relates to how consumer protection is actually for defective products that cause harm to consumers in the digital economy space. This writing uses a descriptive analytical method with a normative juridical approach. The findings in this paper show that consumer protection for defective products that cause harm to consumers has been accommodated in the legislation, both in the Criminal Code and in the Consumer Protection Act. There is a violation of these laws and regulations, one of the factors is the aspect of legal culture, especially legal awareness in the digital economy space.*

*Keywords: Product Responsibility, Consumer, Digital Economy.*

## A. Pendahuluan

Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur baik secara materil maupun spiritual, berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945). Oleh karena itu pembangunan perekonomian nasional harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak. Hal ini sekaligus agar mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.

Namun karena semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi, maka harus ada jaminan atas peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar. Karena itu, untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen, maka perlu ditingkatkan kesadaran, pengetahuan, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan kembangkan sikap usaha yang bertanggung jawab. Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut, maka dibentuklah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) yang bertujuan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat (vide UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen).

Begitu pentingnya perlindungan konsumen dalam perkembangan perekonomian dunia, sehingga Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) juga mengeluarkan Resolusi PBB Nomor 39/248 tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines For Consumer Protection*). Dalam resolusi itu dirumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi, yaitu (Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, 2000, hal. 27-28):

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
3. Tersediannya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;

4. Pendidikan konsumen;
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif; dan
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Senada dengan Resolusi PBB tersebut, hak konsumen ditentukan di dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen menjadi sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan / atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Namun dalam kenyataannya masih ada beberapa kasus yang berkenaan dengan hak konsumen yang dirugikan. Dalam hal ini, dikhususkan pada perlindungan konsumen dalam transaksi ekonomi digital. Disini Penulis mengambil salah satu contoh nyata yang pernah terjadi dalam transaksi ekonomi digital, dalam hal ini adalah jual beli secara daring. Yaitu sebagai contoh, adalah kasus yang dialami oleh Teja Maswardi atas cacat tersembunyi produk yang dibelinya. Dalam sumber yang Penulis ambil sebagai contoh, disampaikan bahwa:

“Saya tertipu di Bukalapak dengan pembelian hp Samsung A5 2016 dengan harga Rp1,5 juta, nomor transaksi: 180971846804. Ini transaksi pembelian saya yang ke 120 kali lebih dan ini kali pertama saya komplain barang di antara 120 kali lebih pembelian di Bukalapak ini. Setelah barang sampai ke tangan saya ternyata hp yang saya terima MATOT (mati total) dan ada beberapa bagian yang retak pada layar hp.

Setelah saya muat keluhan saya pada kolom diskusi komplain, admin Bukalapak lalu meminta untuk memvideokan hp yang saya keluhkan. Setelah saya muat link video, yang saya videokan dengan sangat lengkap, mulai dari men-charge hp sampai setengah jam lalu coba dihidupkan tetap tidak mau hidup sampai bagian-bagian yang retak-retak pada hp, admin Bukalapak menganggap bukti video saya sudah cukup bukti. Kemudian admin Bukalapak meminta saya untuk mengirimkan/mengembalikan barang ke pelapak. Pelapak pun sudah pasrah dengan mengatakan “Baiklah kalau memang ini keputusan dari admin bla..bla..”.

Namun setelah barang sampai ke pelapak, saya kira dana akan admin kembalikan ke BukaDompot saya, ternyata admin Bukalapak menanyakan kembali ke pelapak apakah setuju dana dikembalikan ke pembeli. Ya jelas saja pelapak menjawab tidak setuju, karena memang dari awal niat pelapak ingin menipu. Setelah itu sampai 2 hari tidak ada tindakan apa-apa dari admin Bukalapak, cuma didiamkan saja.

Tiba-tiba pelapak komentar di kolom diskusi bahwa nomor IMEI pada boks dan backdoor berbeda. Terus terang waktu hp di tangan saya, fokus saya hanya pada hp yang MATOT dan ada retak-retak pada layar, saya tidak tahu kalau pada backdoor ada nomor IMEI karena warna hp hitam pekat. Nomor IMEI kalau sepintas tidak terlihat kecuali disenter/pakai penerangan secara dekat. Yang saya videokan cuma nomor IMEI pada boks karena jelas terlihat, itu pun nomor IMEI-nya ada 2.

Mungkin sudah siasat pelapak untuk persiapannya menipu. Dan ternyata memang benar pelapak memvideokan nomor IMEI cuma 1 pada boks, sedangkan nomor IMEI yang sama pada boks dan backdoor dicopot pelapak, sehingga nomornya berbeda pada boks dan backdoor yang dipasang. Yang bikin saya benar-benar sangat heran, setelah itu admin Bukalapak meminta saya untuk memvideokan kembali nomor IMEI pada boks dan backdoor, sedangkan hp sudah di tangan pelapak.

*Saya jadi curiga ini ada permainan antara admin Bukalapak dengan pelapak. Ternyata kecurigaan saya benar, setelah 2 hari saya tidak bisa memvideokan nomor IMEI yang diminta admin Bukalapak (karena hp sudah di tangan pelapak) lalu admin Bukalapak meminta pelapak untuk kembali mengirimkan hp yang matot dan retak-retak pada saya. Setelah 2 hari hp sampai ke tangan saya, admin Bukalapak langsung meneruskan dana saya ke pelapak tanpa menanyakan apakah saya setuju dana diteruskan ke pelapak atau tidak, seperti ketika pelapak ditanya sebelumnya. Maka dapatlah saya hp yang MATOT dan retak-retak. Padahal di deskripsi barang pelapak: HP tidak ada kendala. No minus” (mediakonsumen.com).*

Kasus tersebut sesungguhnya tidak hanya terkait dengan era tatanan baru (*new normal*), namun lebih jauh daripada itu. Yaitu permasalahan hukum seperti yang dialami oleh Teja Maswardi tersebut, dapat menimpa siapa saja baik dalam era tatanan baru (*new normal*) maupun tidak. Mengingat saat ini *e-commerce* mulai tumbuh berkembang di dalam masyarakat. Sehingga apa yang akan Penulis analisis dalam tulisan ini memiliki relevansi yang tidak hanya berkaitan dengan era tatanan baru (*new normal*), melainkan lebih jauh juga terhadap era berkembangnya transaksi ekonomi digital di Indonesia.

Berdasarkan kasus tersebut, Penulis tertarik untuk mengulasnya dalam tulisan sederhana ini. Ketertarikan itu berkenaan dengan bagaimana sesungguhnya perlindungan konsumen atas produk cacat yang menyebabkan kerugian pada konsumen dalam ruang ekonomi digital. Selain itu, Penulis juga tertarik untuk membahas bagaimana seharusnya tanggungjawab pelaku usaha terhadap produk cacat yang menyebabkan kerugian pada konsumen dalam ruang ekonomi digital. Untuk kedua hal itulah penelitian singkat ini dilakukan.

## **B. Metode**

Dalam penulisan ini digunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan yuridis normatif. Penggunaan pendekatan yuridis normatif dimaksudkan dalam penulisan ini dilakukan kajian terhadap teori, doktrin, konsep bahkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan ketentuan-ketentuan normatif tentang tanggungjawab pelaku usaha terhadap

produk cacat yang menyebabkan kerugian pada konsumen dalam ruang ekonomi digital.

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1. Perlindungan bagi Konsumen atas Produk Cacat dalam Ruang Ekonomi Digital

Menurut Janus Sidabalok, perlindungan konsumen mempersoalkan mengenai jaminan atau kepastian hukum tentang terpenuhinya hak-hak konsumen. Perlindungan konsumen juga merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan serta menghindarkan konsumen dari hal-hal yang dapat merugikan (Janus Sidabalok, 2006, hal. 3).

Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tujuan diselenggarakannya perlindungan terhadap konsumen di Indonesia adalah (1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya; (2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif penggunaan barang maupun jasa; (3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen; (4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; (5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; (6) Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Mengerucut pada perlindungan konsumen atas produk cacat, sesungguhnya telah diatur dalam Pasal 1504 KUHPer yang berbunyi:

*“Penjual harus menanggung barang itu terhadap cacat tersembunyi, yang sedemikian rupa sehingga barang itu tidak dapat digunakan untuk tujuan yang dimaksud, atau yang demikian mengurangi pemakaian, sehingga seandainya pembeli mengetahui cacat itu, ia*

*sama sekali tidak akan membelinya, atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang.”*

Ketentuan ini menurut analisa Penulis terkait dengan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7(tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Menurut Penulis, meskipun dalam ketentuan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen tidak menggunakan nomenklatur cacat, namun karena ketentuan ini mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha (dimana produk cacat dapat menimbulkan kerugian pada konsumen), maka ketentuan ini juga merupakan suatu bentuk tanggung jawab terhadap kerugian konsumen akibat produk cacat sebagaimana ditentukan dalam prinsip *product liability*.

Ketentuan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen kemudian berhubungan dengan Pasal 23 UU Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

*“Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.”*

Ketentuan ini kemudian diteruskan oleh Pasal 28 UU Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa “Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.”

Berdasarkan berbagai macam ketentuan itu, bagi Penulis dapat ditafsirkan bahwa sistem pembuktian dalam gugatan ganti rugi konsumen adalah sistem pembuktian terbalik. Karena pembuktian dibebankan pada pelaku usaha, bukan kepada konsumen. Sistem beban pembuktian terbalik juga digunakan bilamana kasus perlindungan konsumen diangkat sebagai kasus pidana, hal ini memberi arti bahwa meskipun ganti rugi telah diberikan, namun tidak akan menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

Pembahasan-pembahasan tersebut merupakan bentuk perlindungan bagi konsumen atas produk cacat yang merugikan konsumen, khususnya dalam ruang ekonomi digital. Sehingga sesungguhnya telah terdapat perlindungan bagi konsumen atas produk cacat. Perlindungan itu secara *generalis* terdapat dalam KUHPer, dan secara *spesialis* terdapat dalam UU Perlindungan Konsumen.

## **2. Tanggungjawab Pelaku Usaha terhadap Produk Cacat dalam Ruang Ekonomi Digital**

Menurut Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, kewajiban pelaku usaha adalah (1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; (2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; (3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; (4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan



berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; (5) 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; (6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan (7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Ketentuan itu terkait dengan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang tanggungjawab pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi atas kerusakan prodak (cacat tersembunyi) yang merugikan konsumen. Sebagaimana telah disampaikan sebelumnya, bahwa tanggungjawab pelaku usaha terhadap produk cacat itu harus sesuai dengan prinsip *product liability*. Menurut Celina Tri Siwi Kristianti dalam *product liability* terdapat beberapa kualifikasi, diantaranya adalah sebagai berikut (C. Tri Siwi Kristiani, 2011, hal. 102):

- a. Produsen dalam *product liability* adalah pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku; pembuat suku cadang; setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli pada produk tertentu; importir suatu produk dengan maksud untuk diperjual belikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; dan pemasok (*supplier*);
- b. Konsumen dalam *product liability* adalah konsumen akhir (*end consumer* atau *ultimate consumers*);
- c. Produk dalam *product liability* adalah benda bergerak, sekalipun benda bergerak tersebut telah menjadi komponen atau bagian dari benda bergerak atau benda tetap lain, dengan pengecualian produk-produk pertanian dan perburuhan;

- d. Kerugian dalam *product liability* adalah kerugian pada manusia (*death* atau *personal injury*) dan kerugian pada harta benda, selain dari produk yang bersangkutan; Produk dikualifikasikan mengandung kerusakan apabila produk tersebut tidak memenuhi keamanan (*safety*) yang diharapkan oleh seseorang dengan mempertimbangkan beberapa aspek yakni penampilan produk (*the presentation of the product*); maksud penggunaan produk (*intended use of the product*); saat ketika produk ditempatkan di pasaran (*the time when the product was put into circulation*).

Sekalipun *product liability* di Indonesia belum diatur dalam suatu peraturan perundang-undangan yang khusus, namun UU Perlindungan Konsumen sebagai peraturan yang dimaksudkan untuk melindungi konsumen sebenarnya telah mencakup mengenai *product liability*. UU Perlindungan Konsumen mengakomodasi dua prinsip penting, yakni tanggungjawab produk (*product liability*) dan tanggungjawab profesional (*professional liability*). *Product liability* merupakan tanggungjawab produsen untuk produk yang dipasarkan kepada pemakai yang menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut. Sedangkan *professional liability* berhubungan dengan jasa, yakni tanggungjawab produsen terkait dengan jasa profesional yang diberikan kepada klien (Zulham, 2013, hal. 99).

Pihak yang dianggap paling bertanggungjawab secara hukum adalah pelaku usaha, berdasarkan prinsip *product liability* (Janus Sidabalok, hal. 12). Oleh karena itu dalam beberapa kasus di Indonesia sebagaimana yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, para pelaku usaha seharusnya melakukan *recall* atas produk cacat yang mereka produksi sebagaimana dimaksud dalam prinsip *product liability*. Bahkan ketika cacat produk baru sebatas kemungkinan, produsen itu sudah melakukan *recall* atas produknya. Itulah bentuk tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen, terhadap produk cacat berdasarkan prinsip *product liability*, khususnya dalam ruang ekonomi digital.

#### **D. Simpulan**

1. Perlindungan bagi konsumen atas produk cacat yang menyebabkan kerugian pada konsumen telah diakomodir dalam peraturan perundang-undangan, baik dalam KUHPer maupun dalam UU Perlindungan Konsumen. Adanya pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan ini, salah satu faktornya adalah aspek budaya hukum khususnya kesadaran hukum dalam ruang ekonomi digital.
2. Tanggungjawab pelaku usaha terhadap produk cacat yang menyebabkan kerugian pada konsumen, sekalipun belum secara khusus diatur dalam peraturan perundang-undangan, namun telah diatur dalam KUHPer dan UU Perlindungan Konsumen. Dalam UU Perlindungan Konsumen sekalipun tidak menggunakan nomenklatur produk cacat, namun secara substantif telah melakukan perlindungan pada konsumen atas produk cacat berdasar prinsip *product liability*.

#### **Referensi**

- Kristianti, Celina Tri Siwi. (2011). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.
- Mediakonsumen.com. (2020). Mohon Bantuan Bukalapak atas Klaim Produk Cacat yang Dikirim Pelapak. <https://mediakonsumen.com>.
- Sidabalok, Janus. (2006). Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Widjaja, Gunawan, dan Ahmad Yani. (2000). Hukum tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zulham. (2013). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.