

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di perkembangan zaman ini pertumbuhan ekonomi yang pesat menghasilkan berbagai jenis dan variasi yang berbeda dari setiap barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi selayaknya produk elektronik, fashion, barang rumah tangga, makanan, maupun obat - obatan, Peredaran barang dan/atau jasa saat ini tidak lagi dapat dibatasi dalam satu negara tertentu, tetapi telah melintasi batas-batas negara, perbedaan sosial, budaya, ras, agama dan ideologi. Selain itu, globalisasi bisnis dan teknologi informasi telah memperluas ruang transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Kemajuan teknologi berdampak pada kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, selayaknya kebutuhan rumah tangga saat ini telah dilengkapi dengan berbagai macam sistem canggih yang memudahkan konsumen. Sehingga hal tersebut menjadi acuan bagi produsen untuk bersaing dalam memproduksi berbagai macam produk yang menjadi kebutuhan masyarakat.

Dengan keanekaragaman produk yang sedemikian luasnya dan dengan dukungan kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi, dimana terjadi perluasan ruang gerak arus transaksi barang/dan atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif, baik yang berasal dari produk domestik maupun yang

berasal dan luar negeri.¹ Hal ini tentunya juga berpengaruh dalam peningkatan kualitas pada produk yang dibuat, dengan meningkatnya minat konsumen tentunya produsen juga memiliki kewajiban untuk meningkatkan bahan baku, mutu, serta alat produksi.

Namun sayangnya, tidak sedikit produsen yang justru mengurangi kualitas dengan tujuan untuk menyesuaikan harga pasar, dengan alasan tersebut seringkali berdampak pada produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan deskripsi *marketing* maupun standar kualitas produk. Hal tersebut yang seringkali berdampak pada minat konsumen dalam membeli suatu produk, karena kualitas yang menurun maupun cacat produk yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya dipandang sangat perlu memperoleh prioritas perlindungan yang utama, khususnya hak untuk mendapatkan ganti kerugian apabila memperoleh produk cacat (*defect*) yang dipasarkan oleh produsen, maka produsen dituntut untuk dapat berdaya saing tinggi menciptakan produk yang semakin bermutu, bernilai tambah yang tinggi, serta menuntut produsen untuk sadar terhadap tanggung jawabnya secara hukum.

Maka atas dasar tersebut hubungan antara pelaku usaha dan konsumen sangat penting bagi keberlangsungan bisnis. Pelaku usaha harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat memenuhi harapan mereka dan mempertahankan

¹ Siti Nurbaiti, "Aspek Yuridis Mengenai Product Liability Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi Perbandinga Indonesia-Turki)", Jurnal Hukum Prioris, Vol. 3 No. 2, Tahun 2013, hlm. 70

kepercayaan konsumen. Konsumen harus merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima agar mereka tetap setia dan melakukan pembelian kembali.²

Namun, di lain sisi fenomena ini juga dapat menimbulkan masalah atau kerugian bagi konsumen dimana pelaku usaha menjadikan konsumen sebagai objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui melalui promosi, metode penjualan dan pelaksanaan kerja. Permasalahan ini kerap terjadi, bukan hanya secara regional tetapi menjadi permasalahan yang dialami oleh konsumen secara global, terutama negara-negara berkembang seperti Indonesia dan Filipina. Menurut laporan "*Doing Business 2020*" yang diterbitkan oleh Bank Dunia, baik Indonesia maupun Filipina memiliki sektor perdagangan yang penting dan berkembang. Laporan tersebut menyebutkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-73 dari 190 negara dalam hal kemudahan berbisnis, sedangkan Filipina menempati peringkat ke-95. Kedua negara tersebut memiliki beberapa persamaan dalam sifat dan preferensi konsumen, dimana masyarakat cenderung membeli produk-produk seperti pakaian, makanan, dan barang elektronik serta konsumen di kedua negara cenderung mencari produk yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka serta menilai kualitas dan harga dari produk tersebut.³

² A. Jackson, "*The Importance of Consumer-Business Relationships*", *Journal of Marketing Management* Vol. 28, No. 13-14, 2012.

³ Nielsen, 2017 *ASEAN Consumer Insights Survey* <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/nielsen-2017-asean-consumer-insights-survey.pdf> diakses pada tanggal 21 Juni 2023

Pada tahun 1985, Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) mengeluarkan seperangkat prinsip yang berharga untuk menetapkan karakteristik utama undang-undang perlindungan konsumen yang efektif, lembaga penegakan dan sistem ganti rugi dan untuk membantu Negara-Negara Anggota yang berkepentingan dalam merumuskan dan menegakkan undang-undang, aturan dan peraturan domestik dan regional yang sesuai dengan ekonomi dan sosial mereka sendiri dan keadaan lingkungan, serta mempromosikan kerjasama penegakan internasional diantara Negara-Negara Anggota dan mendorong berbagi pengalaman dalam perlindungan konsumen.⁴

Hal ini disebut sebagai *Guidelines for Consumer Protection of 1985*, yang mendorong semua anggotanya untuk menegakkan hak-hak konsumen di negara mereka sendiri. Berdasarkan dorongan tersebut dari PBB, Indonesia dan Filipina telah memberlakukan perlindungan konsumen dalam undang-undang mereka. Sebagaimana yang dicantumkan dalam rumusan Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines For Consumer Protection*) yang tertulis mengenai kepentingan konsumen yang harus dipenuhi sebagai berikut :

1. “Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;

⁴ *United Nations Conference on Trade and Development “United Nations Guidelines for Consumer Protection”* <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/un-guidelines-for-consumer-protection> diakses pada tanggal 3 Feb 2023.

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”.⁵

Atas dasar tersebut, terbentuknya lah undang-undang di Indonesia yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Indonesia mengatur undang-undang mengenai perlindungan konsumen dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disebut UUPK) dengan tujuan berdasarkan Pasal 3 UUPK untuk: “

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau 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

⁵ Halimah Humayrah Tuanaya, “Prinsip Tanggung Jawab Produk (Product Liability) Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Pal Rev Journal of Law*, Vol 4 No 2, November 2021, hal. 148

- keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
 6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.”

Sedangkan Filipina mengatur undang-undangnya terkait perlindungan konsumen dalam *Republic Act No. 7394 Consumer Act of The Philippines* (selanjutnya disebut *Republic Act No. 7394*) dengan tujuan berdasarkan Pasal 2 *Republic Act No. 7394* yang berbunyi:

“to protect the interests of the consumer, promote his general welfare and to establish standards of conduct for business and industry. Towards this end, the State shall implement measures to achieve the following objectives:

- a) protection against hazards to health and safety;*
- b) protection against deceptive, unfair and unconscionable sales acts and practices;*
- c) provision of information and education to facilitate sound choice and the proper exercise of rights by the consumer;*
- d) provision of adequate rights and means of redress;*
and
- e) involvement of consumer representatives in the formulation of social and economic policies.”*

Secara singkat, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya untuk memberdayakan konsumen

memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang/jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku-pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.

Namun, walaupun Hukum Perlindungan Konsumen di kedua negara telah menyatakan bahwa hak-hak konsumen terlindungi dalam UUPK maupun Republic Act No. 7394, pada kenyataannya, hak konsumen sering diabaikan bagi pelaku usaha di bidang produksi barang dan/atau jasa. Masih ditemukan para pelaku usaha yang dalam memproduksi barang dan/atau jasa tidak memperhatikan hak konsumen tersebut sehingga konsumen dirugikan dengan produk yang cacat. Produk cacat merupakan barang atau jasa yang dibuat dalam proses produksi namun memiliki kekurangan yang menyebabkan nilai atau kualitasnya kurang baik atau kurang sempurna.⁶ Suatu produk dapat disebut cacat atau tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya dikarenakan:

- a. cacat produk atau manufaktur yaitu keadaan produk yang umumnya berada di bawah tingkat harapan konsumen,
- b. cacat desain, yaitu keadaan produk dibawah tingkat harapan konsumen yang disebabkan oleh desain barang, dan
- c. cacat peringatan atau cacat instruksi, yaitu cacat produk yang tidak dilengkapi dengan peringatan-peringatan tertentu atau instruksi penggunaan produk.⁷

⁶ Hansen & Mowen, *Manajemen Biaya*. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001) hal. 633

⁷ Mamengko, Rudolf S. "Product Liability dan Professional Liability Di Indonesia", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 3 (9) hal. 4

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa pihak yang bertanggung jawab adalah pelaku usaha yang membuat produk tersebut. Dengan banyaknya beredar produk yang cacat tentunya konsumen merasa dirugikan, karena salah satu hak konsumen adalah untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Oleh sebab itu pelaku usaha yang nakal dalam menjalankan kegiatan usahanya harus diberikan hukuman yang sesuai.

Berdasarkan hukum perdata saat ini baik di Indonesia maupun Filipina, konsumen yang mengalami kerugian akibat produk cacat dapat menuntut pelaku usaha yang memperjualkannya. Di Indonesia tuntutan tersebut dapat diajukan berdasarkan telah terjadinya perbuatan melawan hukum, yang tertera dalam Pasal 1365 yang berbunyi: “setiap orang yang melakukan perbuatan melanggar hukum diwajibkan untuk mengganti kerugian yang timbul dari kesalahannya tersebut.”

Kemudian Pasal 1865 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata) yang berbunyi:

“Setiap orang yang mengaku mempunyai suatu hak, atau menunjuk suatu peristiwa untuk meneguhkan haknya itu atau untuk membantah suatu hak orang lain, wajib membuktikan adanya hak itu atau kejadian yang dikemukakan itu.”

Yang sama halnya dengan di Filipina berdasarkan *Article 2176 of the Civil Code*. Namun di sisi lain, konsumen yang mengalami kerugian dan ingin menuntut pelaku usaha terkadang kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi. Hal ini disebabkan karena agar dapat dikabulkannya tuntutan materil dan immateril maka harus memenuhi syarat-syarat sebagaimana berikut:

1. Perbuatan tersebut melawan hukum
2. Harus ada kesalahan pada pelaku
3. Harus ada kerugian, dan
4. Harus ada hubungan kausal antara perbuatan dan kerugian.

Lebih lanjut, pemenuhan tuntutan ganti kerugian immateriil akan mengalami kendala yang tidak mudah dalam pemenuhannya. Hal ini karena pemohon harus membuktikan dalilnya tersebut yang sudah barang tentu tidak semudah membuktikan kerugian materil. Hal ini sangat bergantung kepada subjektifitas Hakim dalam memutus perkara berdasarkan prinsip *ex aequo et bono*. Selain itu, tuntutan melalui pengadilan biasanya memerlukan waktu yang lama, dan konsumen yang dirugikan memerlukan biaya yang cukup besar untuk keperluan-keperluan dalam persidangan seperti pengacara, tenaga ahli dan biaya persidangan itu sendiri.

Untuk mengatasi kesulitan tersebut, muncul pertanggungjawaban produk (*product liability*) dengan sistem tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) yang berarti bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas produk yang diterima oleh konsumen dan harus memperbaiki atau membayar ganti rugi jika produk tersebut menyebabkan kerusakan atau cedera. Sistem *strict liability* ini diterapkan untuk mengurangi beban pada konsumen dan meningkatkan perlindungan bagi konsumen. Ini memastikan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas produk yang mereka jual dan memastikan bahwa konsumen memperoleh ganti rugi jika produk

tersebut menyebabkan kerusakan atau cedera.⁸ Tanggung jawab produk dengan tanggung jawab mutlak dari pelaku usaha ini merupakan hal baru, namun sesuai dengan kondisi Indonesia saat ini sudah seharusnya diterapkan terkait dengan fungsi dan tujuan negara untuk mewujudkan kesejahteraan. Permasalahan tanggungjawab produk yang berkaitan dengan masalah tanggung jawab pelaku usaha tidak hanya berdasarkan pada hukum nasional, akan tetapi berhadapan dengan sistem hukum asing. Dalam kondisi ekonomi masyarakat yang tidak se-imbang saat ini, maka hukum harus memperhatikan kepada kelompok masyarakat yang “paling tidak beruntung”, selaras dengan prinsip keadilan adalah untuk mewujudkan keseimbangan sosial ekonomi dalam masyarakat.⁹

Ketentuan mengenai *product liability* yang dapat menimbulkan kerugian atau membahayakan konsumen di Indonesia diatur di dalam Pasal 4, 5, 7-17, 19-21, dan 21-28 di UUPK, sedangkan dalam *Republic Act No. 7394* diatur dalam Bab 5 Pasal 96-107. Apakah ada perbedaan atau persamaan diantara pengaturan *product liability* terhadap produk cacat yang dapat menimbulkan kerugian kepada konsumen, khususnya mengenai hal tanggung jawab maupun prosedur ganti rugi yang diatur dalam UUPK dengan *Republic Act No. 7394*, itulah yang akan menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini. Maka dari itu penulis mengangkatnya dalam penelitian yang berjudul **“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP *PRODUCT***

⁸ N. Watson "*Product Liability and Strict Liability: An Overview*" *Journal of Business Law*, Vol. 34, No. 3, 2009

⁹Holijah, “Pengintergrasian Urgensi Dan Eksistensi Tanggung Jawab Mutlak Produk Barang Cacat Tersembunyi Oleh Pelaku Usaha Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Di Era Globalisasi” Vol 14, No 1 (2014) hal. 181

***LIABILITY* PRODUK CACAT YANG DAPAT MENIMBULKAN KERUGIAN
MENURUT UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI
BANDING INDONESIA - FILIPINA)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan mengenai tanggung jawab pelaku usaha (*product liability*) terhadap konsumen atas produk cacat menurut ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia dan di Filipina?
2. Bagaimana implementasi aturan hukum terkait prosedur penyelesaian ganti rugi produk cacat berdasarkan asas *product liability* menurut ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia dan di Filipina?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa dan mengetahui mengenai *product liability* terhadap produk cacat yang merugikan konsumen menurut ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia dan di Filipina.
2. Untuk menganalisa dan mengetahui implementasi aturan hukum terkait penyelesaian ganti rugi dari pihak pelaku usaha dalam hal *product liability* terhadap produk cacat berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia dan di Filipina.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penulis berharap melalui hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan penelitian ilmu terkait dengan *product liability* terhadap produk cacat yang merugikan konsumen menurut ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia dan di Filipina.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan upaya penulis sebagai tambahan acuan mengenai prosedur penyelesaian ganti rugi dari pihak pelaku usaha dalam hal *product liability* terhadap produk cacat berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia dan di Filipina.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang tinjauan teori yaitu pendekatan teori untuk menganalisis pembahasan yang relevan dengan permasalahan penelitian dan tinjauan konseptual yaitu konsep berisikan variabel-variabel yang relevan dengan permasalahan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang metode penelitian yang dipergunakan, baik yang berhubungan dengan jenis penelitian, jenis data, cara perolehan data, jenis pendekatan, serta analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Menguraikan tentang pembahasan serta hasil penelitian dari penelitian yang dilakukan sesuai dengan rumusan masalah yang telah penulis tentukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan kesimpulan berdasarkan pada pembahasan penelitian dan saran yang berdasarkan pada hasil penelitian.

