

## **TANGGUNG JAWAB PRODUSEN TERHADAP KERUGIAN AKIBAT BARANG CACAT DAN BERBAHAYA YANG DIALAMI OLEH KONSUMEN<sup>1</sup>**

**Oleh :**  
**Verena Aurelia Katiandagho<sup>2</sup>**  
**Betsy A. Kapugu<sup>3</sup>**  
**Anastasia E. Gerungan<sup>4</sup>**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk Mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia diterapkan dan untuk mengkaji tanggung jawab produsen terhadap barang yang cacat dan berbahaya yang mengakibatkan kerugian kepada konsumen. Metode yang digunakan adalah yuridis normatif, dengan kesimpulan yaitu: 1. Perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia telah memiliki dasar yang kuat melalui UUPK dan berbagai peraturan pendukung. Namun, efektivitasnya masih terhambat oleh rendahnya kesadaran hukum, lemahnya pengawasan, dan kompleksitas proses penyelesaian sengketa. Dibutuhkan upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan lingkungan konsumsi yang lebih adil dan aman. 2. Tanggung jawab produsen terhadap produk cacat dan berbahaya merupakan pilar penting dalam perlindungan konsumen. Regulasi seperti UUPK dan KUHPerdata memberikan landasan hukum yang kuat untuk memastikan produsen bertanggung jawab atas produknya. Konsumen memiliki hak untuk menuntut ganti rugi dan perlindungan hukum, sementara produsen wajib memastikan produknya aman dan sesuai standar sebelum dipasarkan.

Kata Kunci : *barang, cacat, berbahaya, konsumen*

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pesatnya perkembangan diberbagai aspek perekonomian telah menghasilkan berbagai jenis produk barang dan/atau jasa. Nyatanya produk yang dihasilkan oleh produsen terkadang masih banyak terdapat kecacatan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Perilaku produsen yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen tersebut akan berdampak terhadap pembangunan perekonomian secara umum. Indonesia telah

memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang diundangkan pada tanggal 20 April 1999. Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut memuat beberapa ketentuan yang cukup signifikan demi menyetarakan kedudukan konsumen dan pelaku usaha. Tujuan hukum perlindungan konsumen secara langsung yakni untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. secara tidak langsung hukum ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab.<sup>5</sup>

Istilah *product liability* (tanggung jawab produk) pertama kali muncul dalam dunia peransuransi di Amerika Serikat. Apabila hendak mengajukan tuntutan atau klaim mengenai tanggung jawab produk dari pelaku usaha, dilakukan dengan berdasarkan pada hal-hal sebagai berikut: pelanggaran jaminan (*breach of warranty*); kelalaian (*negligence*); tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Tanggung Jawab Produk (*Product Liability*) adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (*producer, manufacture*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor, assembler*) atau dari orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.<sup>6</sup>

Secara umum, berdasarkan pada ketentuan hukum perdata yang berlaku pihak konsumen yang mengalami kerugian atas produk atau barang yang cacat dapat menuntut ganti kerugian secara langsung, tuntutan dapat diajukan berdasarkan telah terjadinya perbuatan melawan hukum yang berdasar pada Pasal 1365 KUHPerdata.

Namun apabila seorang konsumen yang mengalami kerugian akibat produk cacat, apabila berdasarkan tuntutan perbuatan melanggar hukum atas kesalahan, terdapat kelemahan dalam penerapan Pasal 1365 KUHPerdata dalam bidang pembuktian kesalahan, sementara pada kenyataannya konsumen sebagai penggugat tidak mudah untuk membuktikannya.

Permasalahan konsumen selalu menjadi bahan perbincangan di masyarakat, selama masih banyak konsumen yang dirugikan. Idealnya Pelaku usaha menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen dengan

<sup>5</sup> Nikma, 2022, "Tanggung Jawab Hukum Produsen Otomotif Terhadap Cacat Produk (Product Liability) Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", Hangoluan Law Review, Vol. 1 No. 2, hal. 298.

<sup>6</sup> Celine Tri Siwi Kristiyanti, 2014, "Hukum Perlindungan Konsumen", Cet.-4, Sinar Grafika, Jakarta, hal. 101.

<sup>1</sup> Artikel Skripsi

<sup>2</sup> Mahasiswa Pascasarjana Unsrat, NIM 210711010118

<sup>3</sup> Dosen Pascasarjana Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

<sup>4</sup> Dosen Pascasarjana Unsrat, Magsiter Ilmu Hukum

memproduksi barang dan jasa berkualitas, aman dimakan atau digunakan, mengikuti standar yang berlaku, serta harga yang sesuai.<sup>7</sup>

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang atau pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran barang secara langsung. Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang atau jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang atau jasa yang dikonsumsinya. Berbagai bentuk kesalahan dan pelanggaran hak-hak konsumen sudah banyak terjadi dan ini begitu meresahkan dan merugikan masyarakat.

Banyak pelaku usaha yang kurang menyadari tanggung jawabnya untuk melindungi konsumen atau menjamin keselamatan dan keamanan dalam mengkonsumsi produk yang dihasilkannya.

Berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 pada pasal 1 angka 1 disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Kerugian yang dialami konsumen akibat barang cacat diatur dalam ketentuan pasal 1367 KUHPerdata. Apabila seseorang menimbulkan kerugian tersebut mirip perbuatan melawan Hukum dan kerugian itu ditimbulkan oleh benda tanpa perbuatan manusia maka, pertanggungjawabannya terletak pada pihak yang mengawasi benda tersebut serta bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang terjadi.

Konsumen yang merasa haknya dilanggar bisa mengadukan dan memproses perkaranya secara hukum di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dasar hukum tersebut bisa menjadi landasan hukum yang sah dalam soal pengaturan perlindungan konsumen atau dalam mengajukan gugatan perdata ke pengadilan. Proses jual beli daring pada dasarnya tidak berbeda dengan jual beli pada umumnya. Media utama dalam jual beli daring adalah internet. Saat ini telah banyak bermunculan toko-toko online dan sebagai implikasinya masyarakat banyak yang beralih yang melakukan jual beli daring. Melalui toko online, pengusaha atau penjual yang menawarkan barang dengan mengandalkan

deskripsi barang dengan video atau foto, dan konsumen tidak dapat melakukan pengecekan secara langsung atas barang yang akan dibelinya. Hal ini membuat banyak konsumen sering kali dirugikan, karena barang yang dibeli tidak sesuai antara deskripsi dengan kondisi nyata barang.

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

Melalui internet, produk dapat dipasarkan dalam dunia maya dengan jangkauan yang lebih luas dibandingkan melalui media massa, hanya saja tidak semua jejaring (*social networking*) seperti facebook dapat menjangkau konsumen (*merchant*) di seluruh dunia. Kemajuan *technology* dalam era globalisasi amat kuat dan cepat seperti TI (*information technology*) yang mempengaruhi segala lini kehidupan pada sektor perekonomian, sosial budaya dan sektor lain. Pada bidang ekonomi perkembangan ini menghasilkan ide baru bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produknya kepada masyarakat luas melalui perdagangan elektronik atau *e-commerce*.<sup>8</sup> Teknologi tersebut membantu konsumen atau pelanggan serta produsen dalam berinteraksi guna memberikan pelayanan berupa informasi terkait produk. Perdagangan melalui ecommerce memiliki dampak yang sangat signifikan yaitu meningkatnya profitabilitas para pelaku usaha, mudahnya konsumen memperoleh produk yang diinginkan dan banyaknya produk yang terjual.

Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih, karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia dan dalam dunia perdagangan internasional perlindungan konsumen diperlukan karena merupakan suatu cara untuk menangkis implikasi negatif bagi perlindungan konsumen Indonesia.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Ica Aprilia Rahim dan I Gusti Ngurah Dharma Laksana, 2024, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Cacatnya Produk Yang Diterimanya Dalam Perdagangan E-Commerce", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 12 No. 2, hal. 16.

<sup>9</sup> Erman Rajaguguk, 2000, "Hukum Perlindungan Konsumen", *Mandar Maju*, Bandung, hal. 2.

Pelanggaran terhadap hak-hak konsumen tersebut perlu diatasi dengan peraturan perundang-undangan guna meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta meningkatkan kesadaran, kepedulian, kemampuan, pengetahuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi haknya, serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.<sup>10</sup> Suatu perkembangan baru dalam masyarakat dewasa ini melihat pesatnya pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dan dunia usaha baik secara nasional maupun internasional khususnya di negara-negara maju adalah mengenai perhatian terhadap masalah perlindungan konsumen. Apabila di masa yang lain pihak produsen atau industriawan tetap dipandang sangat berjasa bagi perkembangan perekonomian negara yang mendapat perhatian lebih besar, maka dewasa ini perlindungan terhadap konsumen lebih mendapat perhatian sejalan dengan makin meningkatnya perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia. Pihak konsumen yang dipandang lebih lemah perlu mendapat perlindungan lebih besar dibanding masa-masa yang lalu.

Perkembangannya hukum tentang tanggung jawab produsen (*product liability*) yang berlaku pada setiap negara berbeda-beda. Dengan makin berkembangnya perdagangan internasional maka persoalan tanggung jawab produsen (*product liability*) menjadi masalah yang melampaui batas-batas maju di dunia internasional. Sehingga diperlukan penambahan penambahan terutama dalam rangka mempermudah pemberian kompensasi bagi konsumen yang menderita kerugian akibat produk yang diedarkan di masyarakat.<sup>11</sup> Kurangnya kesadaran dan tanggung jawab sebagai produsen akan berakibat fatal dan menghadapi resiko bagi kelangsungan hidup dan kredibilitas usahanya. Rendahnya kualitas produk atau adanya cacat pada produk yang dipasarkan akan menyebabkan kerugian bagi konsumen, di samping produsen itu juga akan menghadapi tuntutan kompensasi yang pada akhirnya akan bermuara pada kalah bersaingnya produk tersebut dalam merebut pangsa pasar. Permasalahan tersebut akan terasa semakin penting dalam era perdagangan bebas atau era globalisasi.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia diterapkan ?

<sup>10</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2002, "Hukum Tentang Perlindungan Konsumen", Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 2.

<sup>11</sup> Agnes M. Toar, 1988, "Tanggung Jawab Produk sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara", Alumni, Bandung, hal. 105.

2. Bagaimana tanggung jawab produsen terhadap barang yang cacat dan berbahaya yang mengakibatkan kerugian kepada konsumen ?

## C. Metode Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif.

## PEMBAHASAN

### A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen di Indonesia

Pembangunan dan perkembangan perekonomian khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang/jasa yang dapat dikonsumsi. Selain itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan /atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi dalam negeri maupun produksi dalam negeri.<sup>12</sup> Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kuantitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.<sup>13</sup>

Pandangan lain kondisi dan fenomena tersebut diatas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi perintah dan lembaga konsumen swadaya mayarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat

<sup>12</sup> Penjelasan Umun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>13</sup> Ibid.

potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>14</sup>

Tujuan perlindungan konsumen adalah memberi perlindungan kepada konsumen agar terhindar dari hal-hal yang dapat menimbulkan kerugian dalam penggunaan barang dan/atau manfaat jasa. Namun pada kenyataan banyak kelalaian-kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Banyak masalah mengenai barang cacat terjadi di Indonesia. Perdagangan barang yang kedaluarsa, pemakaian bahan pewarna yang tidak diperuntukkan bagi makanan, makanan berformalin, makanan mengandung bahan pengawet, atau perbuatan-perbuatan lain yang akibatnya sangat merugikan masyarakat, bahkan dapat mengancam kesehatan dan keselamatan jiwa manusia, terutama bagi anak-anak pada umumnya dilakukan melalui penipuan pada label barang. label yang tidak jujur dan atau menyesatkan berakibat buruk terhadap perkembangan kesehatan manusia.

Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Karena itu, kepada produsen dibebankan tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku di kalangan dunia usaha. Etika bisnis merupakan salah satu pedoman bagi setiap pelaku usaha. Prinsip *business is business*, tidak dapat diterapkan, tetapi harus dengan pemahaman atas prinsip bisnis untuk pembangunan. Jadi, sejauh mungkin, pelaku usaha harus bekerja keras untuk menjadikan usahanya memberi kontribusi pada peningkatan pembangunan nasional secara keseluruhan.

Kewajiban pelaku usaha untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan kegiatannya (pasal 7 angka 1) berarti bahwa pelaku usaha ikut bertanggungjawab untuk menciptakan iklim yang sehat dalam berusaha demi menunjang pembangunan nasional. Jelas ini adalah tanggung jawab publik yang diimbau oleh seorang pelaku usaha. Banyak ketentuan di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini yang bermaksud mengarahkan pelaku usaha untuk berperilaku sedemikian rupa dalam rangka menyukseskan pembangunan ekonomi nasional, khususnya di bidang usaha.

Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha maka kepadanya dikenakan sanksi sebagai akibat hukum dari pelanggaran tersebut. Pemberian sanksi sebagai akibat hukum pelanggaran ini penting, mengingat bahwa menciptakan iklim berusaha yang sehat membutuhkan keseriusan dan ketegasan. Untuk ini sanksi merupakan salah satu alat untuk mengembalikan keadaan pada keadaan semula manakala telah terjadi pelanggaran (rehabilitasi) sekaligus sebagai alat preventif bagi pengusaha lainnya sehingga tidak terulang lagi perbuatan yang sama.

Konsep dan strategi dalam menjalankan bisnis/usaha bisa diperbandingkan secara bebas dan universal, tergantung dari pelaku usaha dan pemangku kebutuhan, Namun dalam hal ini tidak luput dari dasar hukum, tata kelola, pengawasan serta perlindungan hukum yang harus dipertimbangkan oleh pemerintah untuk mempertegas aturan/undang-undang yang sudah di buat, Khususnya aturan hukum di negara Indonesia dengan ketentuan yang dimaksudkan untuk memberi kepastian hukum. Bentuk promosi dan iklan yang digunakan untuk suatu produk tertentu dalam konsep marketplace didesain dengan kreatif sedemikian rupa, sehingga mampu memikat dan menarik perhatian konsumen secara langsung dan cepat.<sup>15</sup>

Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian, karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, masingmasing ada hak dan kewajibannya. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan lain dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai. Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada akhirnya merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya

<sup>14</sup> Ayuni Nilam Cahya dan Amoury Adi Sudiro, 2024, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen (Studi Kasus Informasi Flash Sale Menyesatkan Bagi Konsumen)", UNES LAW REVIEW, Vol. 6 No. 3, hal. 7841.

untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyengkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.<sup>16</sup>

Konsumen yang keberadaannya sangat tidak terbatas dengan strata yang sangat bervariasi menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang atau jasa dengan cara seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen yang sangat majemuk tersebut. Untuk itu semua cara pendekatan diupayakan sehingga mungkin menimbulkan berbagai dampak, termasuk keadaan yang menjurus pada tindakan yang bersifat negative bahkan tidak terpuji yang berawal dari itikad buruk. Dampak buruk yang lain terjadi antara lain menyengkut kualitas atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan, pemalsuan dan sebagainya.

Pada situasi ekonomi global dan menuju era perdagangan bebas, upaya mempertahankan pelanggan/konsumen merupakan dambaan bagi setiap produsen, mengingat makin ketatnya persaingan untuk berusaha. Persaingan yang makin ketat juga memberikan dampak negative terhadap konsumen pada umumnya. Sasaran setiap negara dan pengusaha saat ini adalah menuju pemasaran global. Pada dasarnya dapat mengubah berbagai konsep atau cara pandang dan cara pendekatan mengenai banyak hal atau strategi pemasaran, hal ini mempengaruhi juga perlindungan konsumen secara global. Perlindungan konsumen dalam era globalisasi menjadi sangat penting terhadap haknya yang bersifat universal dan yang bersifat sangat spesifik.

Era perdagangan bebas merupakan suatu era kemanan pemasaran merupakan suatu disiplin universal. Konsep-konsep pemasaran dipandang dari strategi pemasaran global telah berubah dari waktu kewaktu, sebagaimana tahapan berikut:<sup>17</sup> Pertama, konsep pemasaran pada awalnya adalah memfokuskan pada produk yang lebih baik yang berdasarkan pada standard dan nilai internal. Hal ini dilakukan dengan tujuan memperoleh laba, dengan menjual atau membujuk pelanggan potensial untuk menukar uangnya dengan produk perusahaan. Kedua, pada decade enam puluhan focus pemasaran dari produk kepada pelanggan. Sasaran masih tetap pada laba, tetapi cara

pencapaian menjadi luas, yaitu dengan pembaharuan pemasaran marketing mix atau 4P (*Product, Price, Promotion, And Place*) Produk, Harga, Promosi, dan Saluran distribusi. Ketiga, sebagai konsep baru pemasaran dengan pembaharuan dari konsep pemasaran menjadi konsep strategi. Konsep strategi pemasaran pada dasarnya mengubah focus pemasaran dari pelanggan atau produk kepada pelanggan dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas. Untuk itu harus memanfaatkan pelanggan yang ada termasuk pesaing, kebijakan yang berlaku, peraturan pemerintah serta kekuatan makro, ekonomi, social, politik secara luas.

Bertolak dari rangkaian perubahan konsep pemasaran tersebut, perlindungan terhadap konsumen juga membutuhkan pemikiran yang luas pula. Pemikiran konsep secara luas dan kajian dari aspek hukum pun juga membutuhkan wawasan hukum yang luas, sehingga tidaklah dapat dikaji dari suatu aspek hukum semata-mata. Hal ini sangat penting mengingat kepentingan konsumen pada dasarnya sudah ada sejak awal sebelum barang/jasa diproduksi selama dalam produksi sampai pada saat distribusi sehingga sampai ditangan konsumen untuk dimanfaatkan secara maksimal.<sup>18</sup>

Organisasi dunia seperti PBB pun tidak kurang perhatiannya terhadap masalah Perlindungan Konsumen, Hal ini terbukti dengan dikeluarkannya Resolusi PBB No. 39/248 Tahun 1985. Dalam resolusi ini kepentingan konsumen yang harus dilindungi meliputi<sup>19</sup>:

- a. perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya
- b. promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen
- c. tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka dalam melakukan pilihan yang tepat sesuai dengan kehendak dan kebutuhan pribadi
- d. pendidikan konsumen
- e. tersedianya upaya ganti rugi yang efektif
- f. kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan aspek penting dalam sistem hukum Indonesia. Konsumen seringkali berada dalam posisi yang rentan terhadap praktik-praktik bisnis yang tidak adil, seperti penipuan, produk cacat, atau layanan yang tidak memenuhi standar. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia telah menetapkan berbagai regulasi untuk melindungi

<sup>16</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, op.cit. hal. 1.

<sup>17</sup> Ibid. hal. 6.

<sup>18</sup> Ibid. hal. 7.

<sup>19</sup> Ibid. hal. 3.

hak-hak konsumen, terutama melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Selain UUPK, perlindungan konsumen juga diatur dalam berbagai peraturan turunan serta instrumen hukum lainnya, seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP). Namun, implementasi dari perlindungan hukum ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya kesadaran hukum konsumen, lemahnya pengawasan, dan panjangnya proses penyelesaian sengketa.<sup>20</sup>

Perlindungan konsumen di Indonesia secara khusus diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UU ini menjadi landasan utama dalam menjamin hak-hak konsumen, termasuk hak atas informasi yang jelas, hak untuk mendapatkan produk yang aman, serta hak untuk mengajukan gugatan apabila terjadi kerugian. Selain UUPK, beberapa peraturan lain yang mendukung perlindungan konsumen antara lain Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) yang mengatur hubungan kontraktual antara konsumen dan pelaku usaha, termasuk ganti rugi akibat wanprestasi. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) memuat sanksi pidana bagi pelaku usaha yang melakukan penipuan atau pemalsuan produk. Selain itu, Peraturan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) berfungsi sebagai lembaga yang memberikan masukan dan pengawasan terkait kebijakan perlindungan konsumen. Dengan adanya payung hukum ini, konsumen di Indonesia seharusnya dapat merasa lebih aman dalam bertransaksi. Namun, efektivitasnya masih perlu ditingkatkan mengingat masih banyaknya kasus pelanggaran hak konsumen yang tidak terselesaikan dengan baik.<sup>21</sup>

UUPK secara tegas mengatur hak dan kewajiban konsumen. Hak-hak konsumen meliputi hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang/jasa. Konsumen juga berhak memilih barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan. Selain itu, konsumen memiliki hak untuk didengar pendapat dan keluhannya terhadap produk/jasa. Mereka juga berhak mendapatkan advokasi, perlindungan, serta upaya penyelesaian sengketa. Di sisi lain, kewajiban konsumen antara lain membaca dan mengikuti petunjuk penggunaan produk, membayar sesuai

kesepakatan, serta mengikuti proses penyelesaian sengketa secara hukum jika diperlukan. Dengan memahami hak dan kewajiban ini, konsumen dapat lebih waspada dan proaktif dalam melindungi diri dari praktik bisnis yang merugikan. Namun, sosialisasi tentang hak dan kewajiban ini masih perlu ditingkatkan agar lebih banyak konsumen yang menyadarnya.

Terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, UUPK menyediakan beberapa mekanisme penyelesaian. Pertama adalah negosiasi langsung antara kedua belah pihak untuk menyelesaikan masalah secara kekeluargaan. Jika negosiasi tidak berhasil, pihak dapat beralih ke mediasi melalui BPKN atau Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang melibatkan pihak ketiga netral untuk membantu mencapai kesepakatan. Apabila mediasi gagal, konsumen dapat mengajukan gugatan ke pengadilan sebagai upaya terakhir. Selain itu, terdapat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dibentuk khusus untuk menangani sengketa konsumen secara lebih cepat dan informal. Namun, masih banyak konsumen yang tidak mengetahui keberadaan BPSK, sehingga banyak kasus tidak terselesaikan secara optimal.

Konsumen sudah ada regulasi yang jelas, implementasi perlindungan konsumen di Indonesia masih menghadapi beberapa tantangan. Rendahnya kesadaran hukum konsumen menjadi masalah utama dimana banyak konsumen tidak mengetahui hak-haknya sehingga mudah menjadi korban penipuan. Lemahnya pengawasan pemerintah juga menjadi masalah serius. Masih banyak produk ilegal atau berbahaya yang beredar di pasar karena kurang ketatnya pengawasan dari instansi terkait. Selain itu, proses hukum yang berbelit-belit dengan biaya tinggi membuat banyak konsumen enggan menempuh jalur hukum formal. Perkembangan bisnis digital menambah kompleksitas masalah dengan maraknya penipuan online dan kesulitan dalam penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang berbasis di luar negeri. Hal ini memerlukan penanganan khusus dari pemerintah.

Perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia telah memiliki dasar yang kuat melalui UUPK dan berbagai peraturan pendukung. Namun, efektivitasnya masih terhambat oleh rendahnya kesadaran hukum, lemahnya pengawasan, dan kompleksitas proses penyelesaian sengketa. Dibutuhkan upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan lingkungan konsumsi yang lebih adil dan aman. Dengan implementasi saran-saran perbaikan yang tepat, sistem perlindungan konsumen di Indonesia dapat

<sup>20</sup> Nurul Barizah, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Malang: Setara Press, 2018), hlm. 45–47.

<sup>21</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), Staatsblad Tahun 1847 Nomor 23.

menjadi lebih optimal dan mampu menghadapi tantangan di era digital.<sup>22</sup>

### **B. Tanggung jawab Produsen Terhadap Barang Yang Cacat Dan Berbahaya Yang Mengakibatkan Kerugian Kepada Konsumen**

Era globalisasi dan perkembangan industri yang pesat, produk-produk baru terus bermunculan di pasaran. Namun, di balik kemajuan ini, terdapat risiko bahwa produk yang dipasarkan mungkin mengandung cacat atau bahaya yang dapat merugikan konsumen. Tanggung jawab produsen (*product liability*) menjadi isu krusial dalam hukum konsumen karena menyangkut keselamatan dan hak-hak konsumen. Produsen memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa produk yang mereka hasilkan aman untuk digunakan. Jika produk tersebut ternyata cacat atau berbahaya sehingga menyebabkan kerugian, produsen dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum. Esai ini akan membahas konsep tanggung jawab produsen, dasar hukumnya, bentuk pertanggungjawaban, mekanisme perlindungan konsumen di Indonesia, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan perlindungan konsumen.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di berbagai tingkatan, baik dalam skala nasional maupun internasional, terjadi pergeseran fokus dalam masyarakat dewasa ini. Perhatian yang semakin meningkat terhadap perlindungan konsumen menjadi suatu aspek penting dalam menghadapi dinamika ekonomi dan dunia usaha. Berbeda dengan masa lalu di mana produsen dan industriawan dianggap sebagai pilar utama dalam pembangunan ekonomi dan menerima perhatian lebih besar, saat ini, perhatian terhadap hak-hak konsumen menjadi perhatian utama sejalan dengan peningkatan kesadaran terhadap hak asasi manusia. Pengakuan bahwa konsumen seringkali berada dalam posisi yang lebih lemah menegaskan kebutuhan akan perlindungan yang lebih substansial bagi mereka, menggantikan paradigma masa lalu yang mungkin kurang memprioritaskan aspek ini.<sup>23</sup>

Perihal perlindungan konsumen memiliki awalan terkait dengan kewajiban produsen terhadap dampak kerugian yang mungkin timbul akibat produk yang dihasilkannya. Sejarah

menunjukkan bahwa konsep tanggung jawab produsen muncul karena ketidakseimbangan peran dan kewajiban antara produsen dan konsumen. Kurangnya kesadaran dan tanggung jawab pada pihak produsen dapat mengakibatkan konsekuensi serius, merugikan tidak hanya konsumen tetapi juga menimbulkan risiko terhadap kelangsungan hidup dan reputasi bisnisnya. Kualitas rendah atau adanya cacat pada produk yang dipasarkan tidak hanya menimbulkan kerugian bagi konsumen, namun juga dapat berujung pada tuntutan kompensasi terhadap produsen, yang pada gilirannya dapat merugikan daya saing produk tersebut dalam persaingan pasar. Permasalahan semacam ini menjadi semakin krusial di era perdagangan bebas atau globalisasi.

Kerugian yang dialami oleh konsumen akibat barang yang cacat diatur dalam ketentuan Pasal 1367 KUHPerdata. Menurut pandangan para sarjana pertanggung jawaban untuk kerugian yang ditimbulkan oleh benda didasarkan pada ajaran resiko sedangkan yurisprudensi Belanda berpendapat bahwa tanggung jawab timbul apabila kerugian yang terjadi merupakan akibat dari kelalaian dalam mengawasi benda yang berada pada pengawasannya. Pada ayat (3) ini menunjukkan pada kerusakan akan sesuatu benda atau lukanya seseorang yang ditimbulkan dengan perantaraan sesuatu benda.<sup>24</sup>

Apabila seseorang menimbulkan kerugian tersebut mirip perbuatan melawan hukum dan kerugian itu ditimbulkan oleh benda tanpa perbuatan manusia maka pertanggung jawabannya terletak pada pihak yang mengawasi benda tersebut serta bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang terjadi. Transaksi yang dilakukan konsumen, konsumen menghadapi permasalahan yang sulit diatasi oleh konsumen dengan sendiri. Perangkat peraturan perundang-undangan yang pelaksanaan wewenang administratif aparat pemerintah masih belum mendukung dalam memenuhi kebutuhan hidup konsumen.

Tanggung jawab produsen (*product liability*) merujuk pada kewajiban hukum produsen terhadap produk yang cacat atau berbahaya yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Konsep ini mencakup tiga jenis cacat produk. Pertama, cacat desain (*design defect*), yaitu kesalahan dalam perancangan produk yang membuatnya berbahaya sejak awal. Contohnya adalah desain kursi mobil anak yang tidak stabil sehingga berisiko menyebabkan cedera.

<sup>22</sup> Nurul Barizah, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Malang: Setara Press, 2018), hlm. 98–100.

<sup>23</sup> Sigit Licardi, Marshanda Juwita Ezter Limpong dan Muhammad Najib, 2023, “Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Produk Cacat yang Merugikan Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999”, *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol. 7 No. 2, hal. 2251.

<sup>24</sup> A.Z. Nasution, 1995, “Hukum dan Konsumen Indonesia”, *Citra Aditya Bakti*, Bandung, hal. 39.

Kedua, cacat manufaktur (*manufacturing defect*), yang terjadi akibat kesalahan dalam proses produksi, seperti penggunaan material tidak standar atau kesalahan perakitan. Ketiga, cacat peringatan (*failure to warn*), yakni ketiadaan petunjuk atau peringatan yang memadai tentang risiko penggunaan produk, misalnya tidak mencantumkan label "hati-hati panas" pada kemasan makanan cepat saji. Prinsip ini menekankan bahwa produsen tidak hanya bertanggung jawab atas kualitas fisik produk, tetapi juga atas informasi yang diberikan kepada konsumen. Jika salah satu dari ketiga aspek ini dilanggar, produsen dapat dikenai sanksi hukum.

Tanggung jawab produsen terhadap produk yang cacat menjadi suatu isu penting dalam konteks perlindungan konsumen. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha, termasuk produsen, memiliki tanggung jawab tegas terhadap kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dalam undang-undang tersebut, prinsip *caveat emptor* (konsumen bertanggung jawab) telah ditinggalkan, dan berlaku *caveat vendor* (pelaku bertanggung jawab). Pasal 19 menjelaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi dalam berbagai bentuk seperti pengembalian uang, penggantian barang, atau perawatan kesehatan. Ganti rugi harus diberikan dalam waktu tujuh hari setelah transaksi, namun tidak menghapuskan kemungkinan tuntutan pidana jika terbukti ada unsur kesalahan. Lebih lanjut, pasal 21 menetapkan tanggung jawab importir, di mana importir barang atau jasa menjadi bertanggung jawab seperti pembuat jika importasi tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri. Pasal 22 membahas pembuktian unsur kesalahan dalam kasus pidana, di mana produsen atau pelaku usaha harus membuktikan tanpa menutup kemungkinan jaksa melakukan pembuktian. Selanjutnya, pasal 23 memberikan opsi kepada konsumen untuk mengajukan tuntutan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau pengadilan jika pelaku usaha menolak tanggung jawab. Pasal 24 hingga 28 membahas tanggung jawab perantara, pembuat barang tak habis pakai, pembuat barang habis pakai, penyedia jasa, dan penyedia informasi.<sup>25</sup>

Di Indonesia, tanggung jawab produsen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kitab Undang-Undang Hukum

Perdata (KUHPerdata). Menurut Pasal 19 UUPK, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi jika produk yang diperdagangkan cacat atau tidak memenuhi standar keselamatan. Pasal ini juga mengatur bahwa produsen harus menarik produk cacat dari peredaran (Pasal 28 UUPK). Selain itu, konsumen berhak mengajukan gugatan melalui lembaga perlindungan konsumen atau pengadilan. Dasar hukum lain adalah Pasal 1365 KUHPerdata tentang perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*). Pasal ini menjadi landasan gugatan jika produsen dianggap lalai dalam memenuhi kewajiban, seperti tidak melakukan uji keamanan produk. Dalam beberapa kasus, tanggung jawab produsen juga bersifat *strict liability*, di mana konsumen tidak perlu membuktikan kesalahan produsen, cukup menunjukkan hubungan sebab-akibat antara produk cacat dan kerugian yang dialami. Konsep ini diadopsi dari hukum AS (*Restatement (Second) of Torts §402A*) dan telah diterapkan dalam beberapa putusan pengadilan Indonesia.<sup>26</sup>

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur secara rinci dan menyeluruh tanggung jawab produsen-pelaku usaha terhadap produk yang cacat, menegaskan hak dan kewajiban dalam memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan. Sebuah produk dianggap mengalami cacat jika dalam penggunaannya tidak aman, tidak memenuhi standar keamanan yang diharapkan mengingat berbagai kondisi, terutama sehubungan dengan: Penampilan produk; Kegunaan yang seharusnya diharapkan dari produk; Waktu produk tersebut diedarkan. Dasar dari tanggung jawab produk dapat bersumber dari perjanjian antara pihak-pihak atau tindakan melawan hukum. Dalam konteks hukum Indonesia, regulasi terkait, seperti Pasal 1338 dst. dan Pasal 1365 dst., harus menjadi pedoman utama dalam menyelesaikan isu-isu terkait. Meskipun demikian, seperti di negara lain, disadari bahwa ketentuan-ketentuan dalam perundang-undangan ini seiring waktu mungkin tidak lagi memadai untuk menangani permasalahan yang muncul. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat hukum tertulis tidak dapat mengikuti perkembangan zaman. Oleh karena itu, kekurangan ini perlu dicari solusinya dengan melihat perkembangan doktrin dan putusan pengadilan.<sup>27</sup>

Tanggungjawab kontraktual (*contractual liability*) melibatkan tanggungjawab perdata berdasarkan perjanjian/kontrak dari pelaku usaha (baik barang maupun jasa) atas kerugian yang diderita konsumen akibat penggunaan barang atau

<sup>25</sup> C.T.S. Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet. 4 (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 122.

<sup>26</sup> Ibid. hlm 123

<sup>27</sup> Ibid. hal. 2256.

jasa tersebut. Dalam kerangka *contractual liability*, terdapat perjanjian atau kontrak antara pelaku usaha dan konsumen. Saat ini, perjanjian atau kontrak semacam itu umumnya bersifat standar atau baku. Dalam hukum perjanjian, istilah perjanjian baku digunakan untuk merujuk pada perjanjian tertulis yang telah distandarisasi oleh pelaku usaha dan ditawarkan secara massal tanpa mempertimbangkan kondisi individu konsumen. Perjanjian baku seringkali menguntungkan pelaku usaha lebih banyak daripada konsumen, terutama karena isi kontrak baku cenderung memuat hak-hak dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha. Dalam beberapa kasus, pelaku usaha bahkan dapat memindahkan kewajiban-kewajiban yang seharusnya menjadi tanggungjawab mereka kepada konsumen. Praktek ini sering disebut dengan *exoneration clause* atau *exemption clause*, yang umumnya memberatkan atau merugikan konsumen. Akibatnya, asas kebebasan berkontrak yang digunakan oleh pelaku usaha untuk melindungi hak-haknya terhadap konsumen dapat mengakibatkan penerapan klausula baku (*one-sided standard form contract*) dan klausula pengecualian (*exemption clauses*) yang tidak seimbang.

Tanggung jawab yang jelas dikenakan pada pelaku usaha, baik itu importir produk, distributor, atau pedagang pengecer. Oleh karena itu, tanggung jawab terkait produk yang cacat ini memiliki perbedaan dengan tanggung jawab umum yang diberlakukan pada pelaku usaha secara keseluruhan. Tanggung jawab terkait produk yang cacat fokus pada kewajiban terkait cacatnya produk yang dapat berdampak pada individu (konsumen) atau barang yang dibeli dan dikonsumsi.

Jika produk terbukti cacat dan merugikan konsumen, bentuk pertanggungjawaban produsen meliputi tiga aspek utama. Pertama, ganti rugi (*compensation*), yang mencakup biaya medis, kerugian materi (seperti kerusakan properti), dan immateri (misalnya trauma psikologis). Kedua, penarikan produk (*product recall*), di mana produsen wajib menarik produk cacat dari pasaran untuk mencegah kerugian lebih luas. Ketiga, sanksi administratif dan pidana, seperti denda atau hukuman penjara berdasarkan Pasal 62 UUPK jika pelanggaran dianggap serius.<sup>28</sup>

Pada awal tahun 2024, Indonesia kembali dikejutkan oleh kasus kontaminasi susu formula bayi yang memicu penarikan massal oleh BPOM. Kasus ini mencuat setelah pengujian rutin

menemukan beberapa merek susu formula, baik impor maupun lokal, mengandung bakteri E. sakazakii dan cemaran mikroba lain dalam kadar yang melebihi batas aman sebesar  $10^4$  CFU/g. Yang lebih mengkhawatirkan, beberapa sampel bahkan menunjukkan jejak logam berat seperti timbal dan kadmium meskipun dalam kadar rendah.<sup>29</sup>

Dampak kesehatan dari kasus ini cukup serius, dengan laporan 17 kasus gangguan pencernaan pada bayi di Jawa Barat dan Sumatera Utara, tiga di antaranya memerlukan perawatan intensif akibat dehidrasi berat. Temuan ini memunculkan pertanyaan besar tentang sistem pengawasan mutu produk pangan bayi di Indonesia. Analisis menunjukkan bahwa produsen telah melakukan beberapa pelanggaran hukum, termasuk melanggar UU No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018. Kelalaian utama terletak pada pengendalian mutu produksi yang kurang ketat, pengujian mikrobiologi yang tidak memadai, serta pengawasan rantai pasok bahan baku yang lemah.

Respons produsen dalam menangani kasus ini pun beragam. Hanya dua dari lima produsen yang secara proaktif melakukan recall produk, sementara tiga produsen lainnya baru bertindak setelah intervensi tegas dari BPOM. Hal ini menunjukkan perbedaan kesadaran akan tanggung jawab produsen terhadap keamanan produk mereka. Kasus ini telah menimbulkan efek domino yang signifikan, mulai dari menurunnya kepercayaan konsumen terhadap produk susu formula secara umum, hingga dampak ekonomi berupa penurunan penjualan susu formula sebesar 15% pada triwulan pertama 2024. Dari sisi regulasi, kasus ini mendorong BPOM untuk mengeluarkan kebijakan baru yang lebih ketat, termasuk kewajiban pengujian cemaran mikroba yang lebih rutin dan peningkatan frekuensi inspeksi ke pabrik produksi. Bagi industri, insiden ini menjadi pelajaran berharga tentang pentingnya menerapkan sistem Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) secara konsisten dan meningkatkan pengujian produk sebelum didistribusikan. Sementara bagi konsumen, kasus ini menyadarkan akan pentingnya kewaspadaan dan pemantauan aktif terhadap informasi recall produk.

Kasus susu formula terkontaminasi 2024 ini mengungkap beberapa kelemahan sistemik dalam pengawasan produk pangan bayi di Indonesia,

<sup>28</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), 58.

<sup>29</sup> <https://www.kompasiana.com/mohamadramadhana/64e3561c18333e357f5b8d74/menyikapi-kasus-susu-formula-terkontaminasi-bakteri-e-sakazakii-dan-the-true-stella-awards> diakses 25 April 2025, Pukul 17.00 WITA.

terutama dalam hal ketepatan waktu deteksi masalah, koordinasi antar pemangku kepentingan, dan transparansi informasi. Meskipun telah ada perbaikan regulasi, implementasi di lapangan masih perlu ditingkatkan untuk mencegah terulangnya kasus serupa di masa depan.

Konsumen yang dirugikan memiliki beberapa jalur untuk memperjuangkan haknya. Pertama, mereka dapat mengajukan gugatan perdata melalui pengadilan. Proses ini memungkinkan konsumen menuntut ganti rugi langsung kepada produsen. Kedua, melaporkan produk berbahaya ke instansi seperti BPOM atau Kementerian Perdagangan. BPOM berwenang melakukan investigasi dan memaksa penarikan produk. Ketiga, memanfaatkan lembaga advokasi seperti YLKI untuk mendapatkan pendampingan hukum. Sayangnya, kesadaran konsumen Indonesia tentang hak-hak ini masih rendah. Banyak korban enggan melapor karena proses hukum yang rumit atau ketidaktahuan tentang mekanisme yang tersedia.

Tanggung jawab produsen terhadap produk cacat dan berbahaya merupakan pilar penting dalam perlindungan konsumen. Regulasi seperti UUPK dan KUHPerdata memberikan landasan hukum yang kuat untuk memastikan produsen bertanggung jawab atas produknya. Namun, efektivitasnya bergantung pada kesadaran konsumen dan ketegasan aparat penegak hukum. Tanpa sinergi antara pemerintah, produsen, dan masyarakat, perlindungan konsumen tidak akan optimal.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia telah memiliki dasar yang kuat melalui UUPK dan berbagai peraturan pendukung. Namun, efektivitasnya masih terhambat oleh rendahnya kesadaran hukum, lemahnya pengawasan, dan kompleksitas proses penyelesaian sengketa. Dibutuhkan upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menciptakan lingkungan konsumsi yang lebih adil dan aman. Dengan implementasi saran-saran perbaikan yang tepat, sistem perlindungan konsumen di Indonesia dapat menjadi lebih optimal dan mampu menghadapi tantangan di era digital. Perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia diterapkan melalui kerangka hukum yang kuat, pengawasan oleh lembaga khusus, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas. Perlindungan ini berlaku untuk seluruh transaksi, baik konvensional maupun digital,

guna memastikan hak-hak konsumen tetap terjamin dan pelaku usaha bertanggung jawab atas produk dan jasa yang ditawarkan.

2. Tanggung jawab produsen terhadap produk cacat dan berbahaya merupakan pilar penting dalam perlindungan konsumen. Regulasi seperti UUPK dan KUHPerdata memberikan landasan hukum yang kuat untuk memastikan produsen bertanggung jawab atas produknya. Namun, efektivitasnya bergantung pada kesadaran konsumen dan ketegasan aparat penegak hukum. Tanpa sinergi antara pemerintah, produsen, dan masyarakat, perlindungan konsumen tidak akan optimal. Produsen bertanggung jawab penuh atas kerugian yang dialami konsumen akibat barang cacat atau berbahaya, baik secara perdata, pidana, maupun administratif. Konsumen memiliki hak untuk menuntut ganti rugi dan perlindungan hukum, sementara produsen wajib memastikan produknya aman dan sesuai standar sebelum dipasarkan.

### B. Saran

1. Untuk memperkuat perlindungan konsumen di Indonesia, beberapa langkah perbaikan perlu dilakukan. Pertama, edukasi hukum kepada masyarakat harus digencarkan melalui berbagai media agar konsumen lebih *aware* dengan hak-haknya. Kedua, penguatan peran BPSK dan BPKN perlu dilakukan dengan meningkatkan aksesibilitas dan sosialisasi tentang lembaga-lembaga ini. Ketiga, pengawasan produk harus lebih ketat dengan meningkatkan koordinasi antara BPOM, Kementerian Perdagangan, dan aparat penegak hukum. Keempat, penyederhanaan proses hukum diperlukan agar penyelesaian sengketa konsumen bisa lebih cepat dan terjangkau. Terakhir, adaptasi terhadap bisnis digital mutlak diperlukan dengan membuat regulasi khusus *e-commerce* dan kerja sama internasional untuk penegakan hukum.
2. Untuk memperkuat sistem perlindungan konsumen, berikut rekomendasi yang dapat dipertimbangkan. Pemerintah dan NGO perlu menggalakkan kampanye tentang hak-hak konsumen, termasuk cara melaporkan produk cacat melalui media sosial atau platform digital. BPOM dan Kementerian Perdagangan harus memperketat pengawasan produk impor dan lokal, dengan menerapkan sanksi berat bagi produsen nakal. Mempermudah mekanisme gugatan kelompok (*class action*) agar korban massal dapat mengajukan tuntutan secara kolektif, mengurangi beban

biaya dan waktu. Produsen perlu mengadopsi sistem *blockchain* atau QR Code untuk memudahkan pelacakan produk cacat hingga ke rantai pasok. Indonesia dapat belajar dari praktik terbaik negara lain, seperti sistem *product recall* di Uni Eropa yang terintegrasi dengan database publik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Barizah, Nurul. 2018. *"Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia"*. Malang: Setara Press.

Kristiyanti, C.T.S. 2014. *"Hukum Perlindungan Konsumen"*, Cet-4, Sinar Grafika, Jakarta.

Marzuki, P.M. 2011. *"Penelitian Hukum"*, Prenada Media Grup, Jakarta.

Muhammad, A. 2010. *"Hukum Perusahaan Indonesia"*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Nasution, A.Z. 1995. *"Hukum dan Konsumen Indonesia"*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Nasution, A.Z. 2007. *"Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar"*, Diadit Media, Jakarta.

Rajaguguk, E. 2000. *"Hukum Perlindungan Konsumen"*, Mandar Maju, Bandung.

Ridwan, H.R. 2006. *"Hukum Administrasi Negara"*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Shidarta. 2000. *"Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia"*, Grasindo, Jakarta.

Sidabalok, J. 2006. *"Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia"*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Soekanto, S. 1986. *"Pengantar Penelitian Hukum"*, UI-Press, Jakarta.

Sutedi, A. 2009. *"Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen"*, Bandung; Ghalia Indonesia.

Toar, A.M. 1988. *"Tanggung Jawab Produk sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara"*, Alumni, Bandung.

Triwulan, T. & Febrian, S. 2010. *"Perlindungan Hukum bagi Pasien"*, Prestasi Pustaka, Jakarta.

Widjaja, G. & Yani, A. 2002. *"Hukum Tentang Perlindungan Konsumen"*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

### Peraturan Perundang - Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

### Jurnal

Bustomi, A. 2018. *"Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen"*, Jurnal Hukum, Vol. 16 No. 2.

Cahya, A.N. & Sudiro, A.A. 2024. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen (Studi Kasus Informasi Flash Sale Menyesatkan Bagi Konsumen)", UNES LAW REVIEW, Vol. 6 No. 3.

Kuntag, R.F. 2021. "Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Atas Kerusakan Barang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", Lex Privatum, Vol. 9 No 4.

Nikma. 2022. "Tanggung Jawab Hukum Produsen Otomotif Terhadap Cacat Produk (Product Liability) Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", Hangoluan Law Review, Vol. 1 No. 2.

Licardi, S. dkk. 2023. "Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Produk Cacat yang Merugikan Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999", Jurnal Kewarganegaraan, Vol. 7 No. 2.

Rahim, I.A. & Laksana, I.G.N.D. 2024. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Cacatnya Produk Yang Diterimanya Dalam Perdagangan E-Commerce", Jurnal Kertha Semaya, Vol. 12 No. 2.

Nurhazana. dkk. 2022. "Analisis Perlakuan Produk Rusak Dan Produk Cacat Dalam Penentuan Harga Jual Produk (Studi Kasus Pada Bumdesa Langgam Sako Desa Teluk Latak)", Seminar Nasional Industri dan Teknologi, Riau.

### Sumber-Sumber Lain

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online.  
<http://www.scribd.com/doc/35914052/>  
<https://id.scribd.com/doc/230389314/Pengertian-Tanggung-Jawab>  
<https://www.kompasiana.com/mohamadramadhan/a/64e3561c18333e357f5b8d74/menyikapi-kasus-susu-formula-terkontaminasi-bakteri-e-sakazakii-dan-the-true-stella-awards>