

KEWAJIBAN PELAKU USAHA DALAM MENGINFORMASIKAN PRODUK INDUSTRI RUMAH TANGGA KEPADA KONSUMEN DI PASAR KOTA TABANAN

I Gede Made Agung Yudha Dharma, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:

gypsyking090@gmail.com

Anak Agung Sri Indrawati, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:

agung_indrawati@unud.ac.id

ABSTRAK

Pangan merupakan kebutuhan setiap manusia yang harus terpenuhi disetiap individunya, sehingga dalam pemenuhan kebutuhannya perlu adanya interaksi antara pelaku usaha atau penjual dan pelanggan atau konsumen, dalam melakukannya perlu ada keinginan untuk fokus dari semua peristiwa yang bersangkutan bahwa makanan yang dikonsumsi harus sehat dan aman untuk tubuh manusia. Salah satu cara agar dapat mengetahui pangan yang dikonsumsi aman adalah dengan cara mengetahui informasi yang jelas dari pelaku usaha akan produk pangan atau barang yang akan dikonsumsi. Diperlukan juga kesadaran dari pelaku usaha akan kewajibannya memberikan se jelas-jelasnya akan barang yang dipasarkannya di masyarakat sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Metode/teknik yang digunakan untuk menulis jurnal ini menggunakan metode/teknik penelitian hukum empiris yang menggunakan jenis pendekatan fakta dan perundang-undangan. Maksud dan juga tujuan penelitian ini ialah agar berikan penjelasan betapa pentingnya informasi suatu produk ke konsumen. Berlandaskan hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilaksanakan, pelaksanaan pemberian informasi ke pelanggan oleh pelaku usaha terbukti sangat kurang efektif dari segi efektivitas. Baik kemudahan secara finansial maupun immaterial yang diderita oleh mereka yang terlibat didalam terjadinya kurangnya akan informasi yang diperoleh pelanggan/konsumen. Ketika pelanggan menderita/mengalami kemudahan, mereka telah berusaha agar memperbaiki situasi dengan mengembalikan produk serta meminta penggantian atas barang yang dijual oleh pelaku usaha yang bersangkutan. Sedangkan pelaku bisnis/usaha harus wajib dan memberi tanggungan atas kemudahan yang diderita dan dialami oleh pelanggan/konsumen. Dalam hal ini pelanggan/konsumen berada dalam posisi yang kurang menguntungkan, karena hanya mengandalkan informasi suatu produk dari pelaku usaha itu sendiri.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Informasi, Produk Pangan

ABSTRACT

Everyone's demand for food must be fulfilled individually, which requires interaction between business actors and consumers, and all stakeholders must be aware that the food they eat have to be nutritious and has to be secure human body to succeed in this relationship. One way to guarantee food is safe is to obtain precise information from business actors about the food product or commodities to be ingested before eating them. Furthermore, business managers must be aware of their obligations to give the explanation as clear as possible about the goods they offer to the general public as required by Article 7 letter b of Law No. 8 of 1999 on the Protections for Consumer. The methodology used to create this article is an empirical legal research method that uses both a statutory approach and a factual approach, both described below. Based on study

results, the adoption by business actors of providing information to consumers has been proven to be extremely ineffective. It is financial and immaterial losses incurred by those involved in the occurrence of absence of customer-acquired information. When consumers incurred losses, they tried to remedy the issue by returning the merchandise and seeking compensation for the products sold by the relevant actor. Meanwhile, corporate actors must be held responsible for consumer losses. Because they can only get knowledge about a product from the actor himself, consumers are in a disadvantaged position in this scenario.

Keywords: *Consumer Protection, Information, Label, Food Products*

I. PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Oleh karena bertumbuhnya populasi manusia, maka kebutuhan akan pangan sebagai kebutuhan pokok akan meningkat, maka bertambah pesat juga persaingan bisnis dalam berbagai industri, salah satunya persaingan dalam industri pangan. Dalam proses pemenuhan kebutuhan pangan, dimana membutuhkan peran satu sama lainnya yaitu sebagai pelaku usaha dan konsumen. Oleh sebab itu produk pangan pada dasarnya wajib melalui serangkaian tahapan, mulai dari pembuatan, penyimpanan, pengangkutan, dan distribusi, sebelum bisa sampai ke tangan pelanggan/konsumen.

Berbagai upaya telah dilakukan melalui berbagai cara guna untuk mewujudkan keamanan dan kesehatan selayaknya bagi masyarakat, oleh sebab itu bahwasanya sangat penting melakukan berbagai macam upaya demi menjaga kesehatan dan rasa aman dalam mengkonsumsi suatu produk pangan, yang salah satunya ialah sebelum memilih, membeli, dan mengkonsumsi suatu barang/produk pangan, maka sangatlah penting bagi masyarakat untuk mengetahui dan memahami tentang data atau/ informasi tentang produk tersebut. Tujuan dari adanya regulasi untuk memproteksi konsumen/pelanggan diatur dalam ketentuan pasal 3 UU Perlindungan Konsumen, dimana menyatakan salah satunya bahwasanya konsumen diharapkan dapat mengedepankan kemampuannya, kesadaran, dan kemandiriannya dalam rangka untuk melindungi dirinya.¹

Penyelenggaraan dorongan dalam membina pelaku usaha agar berperilaku sesuai dengan standar yang relevan, termasuk yang diamanatkan oleh peraturan yang berlaku, serta aturan kesopanan dan kepatutan.² Adapun hak dasar konsumen yang dikenal dalam empat jenis yakni, berhak atas keamanan, berhak atas informasi, berhak atas memilih dan berhak untuk didengar.³ Menurut *The International Organization Of Consumer*

¹ Para Dyah, I.G.A.I.D., P., & Kasih, D.P.D., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Indonesia", Kertha Semaya, Vol. 04, No. 3, Tahun 2016 ojs.unud.ac.id, URL : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168>

² Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, Hal.177.

³ Ni Made Santi Adiyani Putri, I Made Sarjana dan Ni Made Dedy

Union memaparkan hak tambahan antara lain, hak mendapat ilmu tentang pelanggan/konsumen, hak mendapat kemudahan, dan berhak atas kehidupan yang layak.⁴

Menyampaikan informasi/penjelasan yang akurat perihal komposisi dan komponen yang terkandung didalam suatu produk kepada konsumen agar terdorong untuk lebih mempertimbangkan kembali pembelian barang/ produk makanan ialah salah satunya cara agar konsumen merasa terlindungi.⁵ Kewajiban tersebut dikemas dalam hukum yang memuat tanggung jawab pelaku bisnis/usaha dengan pelanggan.⁶

Ketentuan dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen), Pasal 7 huruf b menyatakan bahwasannya agar masyarakat tetap merasa aman didalam mengkonsumsi suatu produk pangan, pelaku usaha wajib memenuhi kewajibannya agar berikan informasi yang jelas mengenai produk pangan yang dipasarkannya ke masyarakat umum ataupun ke konsumen yang mengkonsumsi barang yang beredar dipasaran. Tujuan dari penulisan ini ialah agar menyadarkan masyarakat umum akan haknya agar memperoleh informasi yang jelas mengenai suatu produk sebelum membelinya dan untuk menghimbau para pelaku usaha agar memberikan informasi produk yang dipasarkannya sesuai peraturan yang berlaku dalam UU Perlindungan Konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Oleh sebab itu, jurnal ini akan membahas hal yang berkaitan dengan bagaimana pelaku usaha melaksanakan kewajibannya kepada konsumen berdasarkan Pasal 7 (b) UU Perlindungan Konsumen?

Selanjutnya membahas bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha

Priyanto, "Pelaksanaan Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Kota Denpasar", *Kertha Semaya*, Vol. 02 No.02. Tahun 2014, ojs.unud.ac.id, URL :

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/26605>.

⁴ Ida Ayu Imasz Casabana dan Desak Putu Dewi Kasih, "Politik Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Kertha Semaya*, Vol. 05 No. 01 Tahun 2017, ojs.unud.ac.id, URL :

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/36696>.

⁵ Bagus Putu Mandala W, I Nyoman Bagiastra, 2020, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Label Komposisi Produk Makanan Yang Tidak Benar", *Jurnal Hukum Udayana Kertha Semaya*, Vol. 8 No. 2, Januari 2020, h. 66-67, ojs.unud.ac.id, URL:

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/56920/33396>

⁶ Ni Made Arini, I Gusti Ngurah Wairocana, dan I Wayan Wiryawan, 2017, " Penyelesaian Permasalahan Kredit Tanpa Agunan (UMKM) di Denpasar", *Acta Comitas*, Vol. II No.

01, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/ActaComitas/article/view/34263/20637>

atas kemudaran terhadap konsumen yang timbul akibat produk pelaku usaha itu ?

1.3. Tujuan Penulisan

Akan halnya tujuan dari jurnal ini adalah demi menyampaikan persepsi/pemahaman kepada pelaku bisnis/usaha untuk memenuhi kewajibannya yang berlandaskan dari ketentuan Pasal 7 (b) ketentuan peraturan yang berlaku dalam rangka menyampaikan penjelasan/informasi dengan sejelas-jelasnya kepada masyarakat. Mengetahui bentuk ganti kerugian pelaku usaha terhadap konsumen terhadap produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha.

II. Metode Penelitian

2.1. Metode Penelitian

Merujuk atas masalah yang diangkat maka timbul dari jurnal ini menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan cara menganalisis ketimpangan/kesenjangan antara kejadian dan peristiwa yang terjadi di Pasar Tradisional Kota Tabanan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan lalu meninjau dan mengkaji dengan literatur yang terkait menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan fakta.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. PELAKSANAAN PELAKU USAHA TERHADAP PASAL 7 HURUF B UNDANG-UNDANG PERLINDUGAN KONSUMEN

Komposisi, kandungan gizi, beserta bahan baku yang dimanfaatkan dalam proses pengerjaan, meracik/mengolah, cara pembuatan, serta alat yang digunakan untuk memproduksi makanan yang akan dikonsumsi serta cara penggunaannya merupakan hal yang sangat berpengaruh bagi pelanggan/konsumen dalam menjaga keamanan jasmannya.⁷

Ini menyoroti pentingnya menyediakan informasi yang akurat ke pelanggan mengenai suatu produk sehingga mereka tidak membuat asumsi yang salah mengenai deskripsi produk tertentu. Konsumen bisa diberikan informasi didalam bentuk representasi, peringatan, ataupun bahkan arahan, tergantung pada situasi mereka.⁸ Oleh karena itu hak untuk mendapatkan rasa nyaman, aman dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, dapat dilihat di ketentuan pasal 4 UU Perlindungan Konsumen.⁹

⁷ Ni Putu Ria Dewi, 2017, "Perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan komposisi produk makanan dalam bahasa asing" Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 01, No. 02, Desember 2017, h. 8, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/36859/6849>,

⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, Hal. 44

⁹ Sulistiawati, Ni Luh Putu Siska, Ida Bagus Putra Atmadja dan

Disebutkan didalam Pasal 7 (b) UU Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwasannya pemilik dagang/jasa memiliki tanggung jawab mendasar agar berikan keakuratan dalam informasi, akurat, juga benar ke pelanggan berkenan atas komoditas ataupun bahan baku dari barang yang mereka jual. Meskipun tidak terbatas pada kontak langsung antara pelaku usaha dan pelanggan, informasi yang diberikan juga dapat mencakup nama barang, berat/isi bersih ataupun bersih, ukuran, komposisi, kemungkinan efek samping, petunjuk pemakaian, tanggal produksi dan kedaluwarsa bahan.

Meskipun pada prinsipnya wajib demikian, namun masih ada saja pelaku usaha yang tidak berikan informasi yang jelas ke pelanggan, baik dengan memberi label pada barang yang dijual maupun dengan menyebarkan informasi dari mulut ke mulut antara pelaku usaha dengan konsumen di Pasar Tradisional Tabanan. Jelas kondisi ini menyebabkan kerugian materiil maupun immateriil yang ditanggung oleh konsumen yang dikarenakan dari perilaku pelaku usaha. Kemudharatan materiil konsumen yang dapat ditimbulkan karena kurangnya informasi yaitu dapat berupa kerugian, penurunan, dan kehilangan beberapa jumlah dana/uang yang dibayarkan dan dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk. Sedangkan kemudharatan immateriil bisa dapat berupa gangguan kesehatan yang ditimbulkan oleh produk yang dikonsumsi oleh konsumen itu sendiri.

3.2. BENTUK TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ATAS KEMUDARATAN YANG TERJADI PADA KONSUMEN

Mengulas mengenai keamanan pelanggan tentu tidak dapat terlepas dari membicarakan tentang tanggung jawab pelaku bisnis/usaha, dikarenakan pada hakekatnya tanggung jawab dari produsen bahwasanya bermaksud untuk menyediakan perlindungan kepada konsumen. Tanggung jawab produsen dapat digambarkan sebagai tugas hukum bagi seseorang/badan yang berkaitan dan mempunyai peranan dalam menghasilkan, merakit/ mengolah, dan mendistribusikan/ mengedarkan suatu produk/barang.

Tanggung jawab tidak dapat dipisahkan dari prinsip-prinsip, dikarenakan prinsip tanggung jawab ialah kewajiban yang sangat esensial didalam perlindungan konsumen. Konsep tanggung jawab secara umum dapat dibedakan didalam hukum, yakni:

- a. Prinsip tanggung jawab berlandaskan kelalaian (liability based of fault), yakni setiap individu semata-mata dapat dimintai pertanggung jawaban secara hukum terdapat aspek kesalahannya.
- b. Prinsip praduga senantiasa bertanggung jawab (presumption of liability), yakni bahwasannya terdakwa terbebani dengan menjustikan

A.A. Sagung Wiratni Darmadi, "Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Apabila Terjadi Wanprestasi Yang Dilakukan Oleh Pemberi Jasa Endorse di Kota Denpasar", *Kertha Semaya*, Vol. 7 No. 4 Tahun 2019, URL:<https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168>.

pembuktian bahwasanya ia tidak melakukan kesalahan sehingga dimintai pertanggung jawaban, sebelum dapat membuktikannya maka terdakwa senantiasa dianggap bertanggung jawab.

- c. Prinsip praduga agar tiada acap bertanggung jawab (presump of nonliability), yakni konsep bertolak belakang dengan prinsip praduga senantiasa bertanggung jawab bahwasannya sebelum terbukti/dinilai bersalah, terdakwa tidak mungkin dimintai pertanggung jawaban.
- d. Prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability), kesalahan tidak diidentifikasi sebagai elemen penentu konsep ini, namun ada kemungkinan untuk terbebas dari keharusan untuk bertanggung jawab, seperti didalam peristiwa force majeure.
- e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (limitation of liability), untuk konsep tersebut, pemeran bisnis tiada dapat, satu sisi hal menyebabkan kerugian pelanggan, dalam menentukan tindakan bertanggung jawab, walaupun ada maka seharusnya wajib didasarkan pada hukum yang relevan.¹⁰

Tanggung Jawab Produk ialah kewajiban hukum langsung pelaku bisnis akan kemudharatan yang diakibatkan oleh konsumsi pelanggan atas produk yang dihasilkan. Inti dari pertanggung jawaban produk ialah pertanggung jawaban berlandaskan tindakan ilegal (toritious liability), yang ditegaskan sebagai pertanggung jawaban ketat. Konsumen akan memanfaatkan perihal ini agar mencari kompensasi langsung dari produsen meskipun pelanggan/konsumen tidak memiliki kontak tual untuk melakukan suatu perjanjian dengan pelaku bisnis/usaha.¹¹ Saat ini tidak jarang pelaku bisnis untuk melakukan tanggung jawabnya seperti yang diatur dalam Undang-Undang.¹² Kelalaian yang dilakukan oleh pelaku bisnis yang telah menyebabkan kemudharatan pada pelanggan memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan respon oleh pihak pelaku bisnis yang bersangkutan.¹³ Oleh karena prinsip tanggung jawab

¹⁰ Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Gramedia, Jakarta, h.58

¹¹ Gusti Agung Sagung Istri Dianita, A.A Sri Indrawati, I Made Dedy Priyanto, 2018, "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha SPBU Pertamina Terhadap Kerugian Konsumen Pada Pembelian BBM Dengan Jumlah Takaran Yang Tidak Sesuai Di Kecamatan Kerambitan Tabanan*", *Jurnal Hukum Udayana Kertha Semaya*, Vol. 01 No.09, September 2013, h.10-11, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/41802>

¹² I Made Yoga Pratama Putra, A.A. Sri Indrawati, 2018, "*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Beredarnya Air Mineral Kemasan Hasil Eksploitasi*", *Jurnal Hukum Udayana Kertha Semaya*, Vol. 01, No.10, Oktober 2013, h.9, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/3825>

¹³ Ni Komang Ayu Nira Relies Rianti, 2017, "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Hal Terjadinya Hortweighting Ditinjau dari Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*", *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol. 06 No.04, Agustus 2018, h. 5, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/37177/23057>

mutlak sering disamakan juga oleh tanggung jawab absolut bahwa pemilik usaha harus menanggung kerugian atas yang dialami oleh konsumen terhadap hasil produksinya.¹⁴

Pembelian suatu produk pangan tanpa mengetahui informasi dari produk, akan berakibat pada gejala yang berbeda pada setiap pelanggan yang mengkonsumsinya, efek tersebut timbul karena adanya kemungkinan kandungan yang berbahaya pada kandungan produk tersebut sehingga dapat menyebabkan keracunan, maupun alergi yang tentunya sangat merugikan konsumen. Kurangnya informasi ini menyebabkan rasa ketidak amannya dan sulitnya bagi konsumen dalam memilih produk pangan yang akan dikonsumsi. Tanggung jawab ialah konsep kunci didalam UU Perlindungan Konsumen. Pelaku bisnis/usaha telah jadi suatu keharusan dan kewajiban agar beritikad baik didalam menjalankan usahanya sebagaimana diatur didalam Pasal 7 (a) UU Perlindungan Konsumen. Mengenai tanggung jawab pelaku usaha atas ketidak jelasan serta kelengkapan informasi produk, mengacu pada Pasal 19 (1) UU Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwasannya apabila pelaku bisnis merugikan konsumen, pelaku bisnis wajib untuk mengganti kemalangan serta ketidak utuhan. Dikaitkan pada prinsip tanggung jawab yang beralaskan unsur kesalahan/*liability based on fault*.¹⁵

Kemudharatan bisa dilihat sebagai penurunan aset pihak lain yang diakibatkan oleh tindakan melanggar standar pihak lain. Secara garis besar ada dua jenis kemudharatan yang mungkin dialami oleh konsumen, yang pertama ialah kemudharatan yang bisa beri dampak tubuh (fisik) ataupun dirinya sendiri, sedangkan yang kedua ialah kemudharatan yang terjadi pada uang ataupun hartanya sendiri. Kemudharatan yang terjadi pada diri sendiri umumnya berupa gangguan kesehatan, baik alergi maupun keracunan yang diakibatkan oleh barang ataupun produk yang tertelan, sedangkan kemudharatan terhadap uang ataupun harta benda sendiri dapat berupa hilangnya pendapatan yang diharapkan. Namun jikalau dilihat dari kedua jenis kemudharatan tersebut, jikalau dikaitkan dengan ganti rugi, dikompensasikan ataupun dievaluasi secara finansial ataupun dengan uang. Agar mengetahui bagaimana bentuk tanggung jawab keduanya dapat pelaku usaha akibat kemudharatan konsumen bisa berupa pengembalian barang ataupun penggantian barang sejenis ataupun tidak sejenis, tetapi nilai ataupun harga barang tersebut setara dengan barang yang

¹⁴ Nugraha, P. B. S., Sarjana, I. M., & Darmadha, I. N. 2017, "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Penggunaan Bahan Tambahan Pangan Pada Jajanan Anak Sekolah Dasar Di Kota Denpasar*", *Jurna Hukum Udayana Kertha Semaya*, Vol. 05, No. 01. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168>.

¹⁵ Dewi, N. P. S. K., & Gatrawan, I. N., 2013, "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Informasi Suatu Produk Melalui Iklan Yang Mengelabui Konsumen*", *Kertha Semaya*, Vol. 1, No. 09. [ojs.unud.ac.id,URL:https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168](https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168).

dikonsumsi konsumen dan wajib mendapat persetujuan dari kedua belah pihak, tetapi apabila ada masalah kesehatan bagi konsumen, berlandaskan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha wajib menanggung semua beban administrasi :

1. Pelaku usaha bertanggung jawab agar mengganti kerugian, pencemaran dan/ataupun kerugian yang diakibatkan oleh konsumsi produk dan/ataupun jasa yang dibuat ataupun dijual.
2. Kompensasi seperti yang dimaksud pada ayat (1) bisa penggantian produk dan/ataupun jasa yang sebanding ataupun setara, ataupun perawatan, dan/ataupun kompensasi kesehatan yang sesuai persyaratan ketentuan terkait.
3. Kompensasi diberikan didalam (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Ganti kerugian yang diberikan pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menutup kemungkinan proses pidana berlandaskan bukti tambahan adanya unsur kelalaian.
5. Persyaratan pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku jika pelaku bisnis dapat mempertunjukkan bahwasannya kelalaian itu ialah kesalahankonsumen.

Namun dalam menentukan besar kecilnya harga yang harus dibayar atas kemudahan konsumen, pada hakekatnya harus memerhatikan bahwa kemudahan yang harus dibayar sebisa mungkin harus menjadikan konsumen yang merasa dirugikan kembali pada keadaannya semula, apabila ganti kerugian kurang ataupun lebih dari kerugian yang diderita konsumen maka seharusnya terjadi perjanjian baik terjadi atau tidaknya pelanggaran hukum akibat perbuatannya. Oleh karena itu, ganti atas kemudahan harus sama atau setara yang dialami tidak melihat hal-hal tiada kaitannya kelonggaran tersebut, contohnya kelebihan atau kemampuan financial dari pihak-pihak yang terkait.

IV. Kesimpulan

Dimana pelaku bisnis/usaha masih belum maksimal dalam memberikan penjelasan/informasi yang jelas yang berkaitan dengan suatu produk yang dipasarkannya kepada pelanggan/konsumen. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kesadar dari pelaku bisnis/ usaha akan keharusannya dalam memberikan penjelasan/informasi yang jelas kepada pelanggan/konsumen. Disamping hal tersebut konsumen juga kurang memahami hak mereka untuk mendapatkan informasi yang jelas akan suatu produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha, yang dimana menyebabkan kemudahan materiil maupun immateriil yang dialami oleh konsumen. Tindakan ganti rugi dan bertanggung jawab pelaku bisnis/ usaha terhadap timbulnya kemudahan pada pelanggan/konsumen terhadap produk yang diedarkannya dengan menyerahkan ganti rugi sesuai dengan ketentuan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Gramedia, Jakarta
- Sidabalok, Janus, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

JURNAL

- Arini, Ni Made, I Gusti Ngurah Wairocana, dan I Wayan Wiryawan, 2017, "Penyelesaian Permasalahan Kredit Tanpa Agunan (UMKM) di Denpasar", *Acta Comitas*, Vol.II No.01, URL:<https://ojs.unud.ac.id/index.php/ActaComitas/article/view/34263/20637>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 21.42
- Casabana, Ida Ayu Imasz dan Desak Putu Dewi Kasih, "Politik Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Kertha Semaya*, Vol. 05 No. 01 Tahun 2017, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/36696>, diakses pada tanggal 22 Juni 2021, pukul 22.00
- Dewi, Ni Putu Ria, 2017, "Perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan komposisi produk makanan dalam bahasa asing" *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol. 01, No. 02, Desember 2017, h. 8, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/36859/6849>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 22.15
- Dewi, N. P. S. K., & Gatrawan, I. N., 2013, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Informasi Suatu Produk Melalui Iklan Yang Mengelabui Konsumen", *Kertha Semaya*, Vol. 1, No. 09, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 22.27
- Dianita, Gusti Agung Sagung Istri, A.A Sri Indrawati, I Made Dedy Priyanto, 2018, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha SPBU Pertamina Terhadap Kerugian Konsumen Pada Pembelian BBM Dengan Jumlah Takaran Yang Tidak Sesuai Di Kecamatan Kerambitan Tabanan", *Jurnal Hukum Udayana Kertha Semaya*, Vol. 01 No.09, September 2013, h.10-11, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/41802>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 22.39
- Dyah, I. G. A. I. D., Para, P., & Kasih, D. P. D. 2016, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Kode Etik Periklanan Indonesia*, *Kertha Semaya*, Vol. 04, No. 3. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 22.53
- Nugraha, P. B. S., Sarjana, I. M., & Darmadha, I. N. 2017, "Tanggung

- Jawab Pelaku Usaha Terhadap Penggunaan Bahan Tambahan Pangan Pada Jajanan Anak Sekolah Dasar Di Kota Denpasar*”, *Kertha Semaya*, Vol. 05, No. 01. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 23.06
- Rianti, Ni Komang Ayu Nira Relies, 2017, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Hal Terjadinya Hortweighting Ditinjau dari Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol. 06 No.04, Agustus 2018, h. 5, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/37177/23057>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 23.18
- Sulistiawati, Ni Luh Putu Siska, Ida Bagus Putra Atmadja dan A.A. Sagung Wiratni Darmadi, *Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop Apabila Terjadi Wanprestasi Yang Dilakukan Oleh Pemberi Jasa Endorsedi Kota Denpasar*, *Kertha Semaya*, Vol. 7 No. 4 Tahun 2019, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 23.29
- Putra, I Made Yoga Pratama, A.A. Sri Indrawati, 2018, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Beredarnya Air Mineral Kemasan Hasil Eksploitasi*”, *Jurnal Hukum Udayana Kertha Semaya*, Vol. 01, No.10, Oktober 2013, h.9, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/3825>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 23.41
- Putri, Ni Made Santi Adiyani, I Made Sarjana dan Ni Made Dedy Priyanto, “Pelaksanaan Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Kota Denpasar”, *Kertha Semaya*, Vol. 02 No.02 Tahun 2014, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/26605>, diakses tanggal 22 Juni 2021, pukul 00.16
- W, Bagus Putu Mandala, I Nyoman Bagiastra, 2020, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Label Komposisi Produk Makanan Yang Tidak Benar*”, *Jurnal Hukum Udayana Kertha Semaya*, Vol. 8 No. 2, Januari 2020, h. 66-67, ojs.unud.ac.id, URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/56920/3396>, diakses pada tanggal 22 Juni 2021, pukul 00.39

PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen