

PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN: BENTUK IMPLEMENTASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

Safitri, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,
e-mail: safitri1002@gmail.com

Richard C Adam, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,
e-mail: richard.adam@srslawyers.com

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2023.v11.i08.p19>

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi perlindungan konsumen di Indonesia. Ruang lingkup pada penelitian ini mengulas seputar implementasi, perlindungan dan konsumen. Metode yang digunakan bersifat yuridis empiris. Dalam rangka pengumpulan datanya penulis menggunakan yaitu teknik deskriptif dengan mencari dari sumber-sumber terpercaya seperti buku, jurnal, Dan sumber dari internet Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Di Indonesia, peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen sangat penting, Undang-undang ini secara tidak langsung akan meningkatkan pengetahuan dan rasa hormat konsumen dengan mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak secara etis. Selain itu, pengamanan hukum bagi konsumen yang bisa dilakukan sesaat sebelum melakukan transaksi (tidak ada konflik) antara lain sebagai berikut: Peraturan perundang-undangan atau perlindungan hukum bagi konsumen.

Kata Kunci: *Kepastian Hukum, Perlindungan Konsumen, Implementasi hukum.*

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the implementation of consumer protection in Indonesia. The scope of this research reviews implementation, protection and consumers. The method used is an empirical juridical approach. In order to collect the data, the author uses descriptive techniques by searching from trusted sources such as books, journals, and sources from the internet. The results of this study indicate that in Indonesia, consumer protection legislation is very important, this law will indirectly increase consumer knowledge and respect by requiring businesses to act ethically. In addition, legal safeguards for consumers that can be carried out immediately before making a transaction (no conflict/pre-purchase) include the following: Legislation or legal protection for consumers.

Key Words: *Legal Certainty, Consumer Protection, Law Implementation.*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

“Pelaku usaha wajib menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku,” bunyi pasal 7 huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang penjaminan dari kualitas barang. Apabila barang dan/atau jasa memenuhi persyaratan standar mutu sebuah barang, maka dikatakan telah memenuhi persyaratan tersebut sesuai dengan persyaratan yang ditentukan, seperti telah mendapat surat keterangan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan untuk memiliki petunjuk cara penggunaan atau peringatan penggunaan, dan juga sesuai dalam peraturan perundang-undangan yang memiliki tujuan untuk mencegah timbulnya kerugian oleh konsumen yang ingin

memakai barang atau jasa itu. Selain itu, sebuah produk dianggap cacat jika diperkenalkan ke pasar tanpa instruksi pengoperasian, peringatan, atau instruksi yang sangat kurang atau tidak memadai.¹

Undang-undang perlindungan konsumen saat ini cukup mendapat perhatian karena aturannya untuk kepentingan masyarakat. Selain konsumen yang dilindungi, pelaku usaha juga berhak mendapatkan perlindungan, dan masing-masing mempunyai hak dan tanggung jawab.² Pemerintah mempunyai tanggung jawab untuk mengatur, mengawasi, dan mengendalikan sistem guna mencapai tujuan sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat. Mempertimbangkan kecepatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi pendorong efisiensi dan produktivitas produsen barang atau jasa yang dihasilkan untuk mencapai tujuan bisnis, perlindungan konsumen dianggap menjadi begitu penting dalam arti material dan formal. Konsumen yang pada akhirnya merasakan dampak ketika kedua tujuan tersebut dikejar dan dicapai, baik dengan langsung maupun tidak langsung.

Produsen harus melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi barang atau jasa dengan cara yang seefektif mungkin untuk menjangkau konsumen yang sangat beragam ini, yang keberadaannya sangat tidak terbatas dan strata yang sangat berbeda. Akibatnya, setiap strategi dicoba untuk melihat apakah itu dapat memiliki efek yang beragam, termasuk keadaan yang menyebabkan niat buruk terwujud dalam tindakan yang buruk atau bahkan tidak terpuji. Menurut Sri Redjeki Hartono, dampak negatif tambahan berupa pengetahuan bersifat tidak jelas atau sampai sesat, berita palsu, dan bentuk penipuan lainnya. Pada dasarnya, memiliki potensi untuk mengubah berbagai konsep, perspektif, pendekatan, dan strategi pemasaran. Selain itu, hal ini berdampak pada perlindungan konsumen global.

Berikut ini adalah beberapa konsep pemasaran yang telah berkembang dari waktu ke waktu dalam hal strategi pemasaran global: Pertama, ide asli di balik pemasaran adalah untuk menekankan barang superior yang memenuhi atau melampaui kriteria kualitas tertentu Berhasil meyakinkan pelanggan untuk menyerahkan uang mereka sebagai imbalan atas barang dan jasa perusahaan adalah tugas tenaga penjual, hal ini dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan. Kedua, pemasaran mengalihkan fokusnya dari produk ke pelanggan selama tahun 1960-an. Tujuannya tetap profit, tapi cara mencapainya lebih luas memperbaharui Marketing Mix 4P (*Price, Product, Place and Promotion*), yang meliputi *Price, Product, Place and Promotion Channels*. Ketiga, sebagai konsep pemasaran segar yang mengubah konsep pemasaran menjadi strategis. Gagasan strategi pemasaran adalah mengalihkan perhatian departemen pemasaran dari konsumen dan barangnya ke pelanggan dalam konteks dunia eksternal secara keseluruhan. Oleh karena itu, departemen pemasaran harus mendapatkan keuntungan dari pelanggan saat ini, pesaing, kebijakan yang ada, dan undang-undang pemerintah, serta dari pengaruh ekonomi makro, sosial, dan politik.³

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Perlindungan Konsumen di Indonesia?

¹ Miru, Ahmad dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada (2015), hal. 57-58

² Kristiyanti, Celina T S, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika), (2014). hal. 113

³ A.I Kasih . Politik Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Kertha Semaya* Vol. 5 No.1 (2017): 1-14

2. Bagaimana Implementasi Hak Konsumen atas Informasi Lengkap dan Benar dalam Transaksi Jual Beli?
3. Bagaimana Penyelesaian Sengketa Permasalahan Konsumen?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Mengkaji secara yuridis perlindungan Konsumen di Indonesia dengan membahas definisi, dasar beberapa regulasi hukum terkait, fungsi dan tujuan serta implementasinya di masyarakat.
2. Menjelaskan implementasi dari hak konsumen khususnya mengenai urgensi informasi lengkap dan benar dalam transaksi jual beli apakah dalam pelaksanaannya terdapat kendala dan solusi penyelesaiannya berdasarkan aturan perundang-undangan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk penyelesaian apabila terjadi konflik atau sengketa konsumen baik ditinjau dari aturan undang-undang maupun praktek secara langsung di masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris. Penelitian yuridis empiris adalah penelitian yang mengacu kepada kenyataan hukum yang mencakup kenyataan-kenyataan respon atau budayanya, penelitian terhadap efektivitas hukum tertulis maupun hukum kebiasaan yang tercatat pada dasarnya merupakan kesenjangan antara norma (*das sollen*) dengan realita hukum (*das sein*).⁴ Penelitian ini bersifat deskriptif dan menggunakan data dan sumber yaitu data. Dalam rangka pengumpulan datanya penulis menggunakan yaitu teknik deskriptif dengan mencari dari sumber-sumber terpercaya seperti buku, jurnal, Dan sumber dari internet.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Implementasi Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Setiap individu pada waktu tertentu, baik dalam satu posisi, sendiri, atau dalam kelompok, pelanggan haruslah seseorang yang menggunakan layanan atau produk yang dipromosikan. Ketika pelanggan dan bisnis berinteraksi, mereka memiliki hubungan kontraktual yang mungkin memiliki konsekuensi hukum bagi kedua belah pihak. Hubungan ini dapat menimbulkan masalah, sehingga diperlukan peraturan untuk melindungi konsumen. Undang-undang ini harus menangani masalah seperti kualitas produk, metode produksi, standar responsive, aturan pengemasan, pedoman lingkungan, dan sebagainya. Pada tingkat yang lebih rendah, undang-undang ini akan memaksa produsen untuk bertindak secara etis, yang secara langsung dapat meningkatkan kesadaran dan martabat konsumen. Menurut Johanes Gunawan, konsumen dapat memperoleh perlindungan hukum baik sebelum transaksi (tidak ada konflik/pra pembelian) maupun setelah transaksi (konflik/pasca pembelian). Pengamanan hukum bagi konsumen yang bisa dilakukan sesaat sebelum melakukan transaksi (tidak ada konflik/pra-pembelian) antara lain:

1. Peraturan perundang-undangan atau perlindungan hukum bagi konsumen dilakukan Undang-undang seperti ini akan memiliki efek tetesan ke

⁴ Zainuddin, Ali. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika. (2013), hal 4

bawah, melindungi pelanggan dari bahaya sebelum transaksi terjadi, yang diharapkan akan menginspirasi produsen untuk berperilaku secara bertanggung jawab. Sudah ada peraturan dan regulasi yang berlaku yang mempengaruhi interaksi antara pelanggan dan bisnis, maka diharapkan konsumen mendapatkan perlindungan sebelum dimulainya transaksi sebagai akibat dari adanya undang-undang tersebut.

2. *Voluntary Self Regulation*, dimana dalam rangka memberikan semacam perlindungan hukum bagi pelanggan sebelum transaksi terjadi, para pelaku usaha semakin banyak diminta untuk secara sukarela menciptakan hukum bagi diri mereka sendiri agar lebih perhatian dan tekun dalam menjalankan bisnis mereka.⁵

Namun, tergantung pada preferensi para pihak yang bersengketa, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Pengadilan Negeri (PN) dapat memberikan konsumen perlindungan hukum pasca transaksi (konflik/pasca pembelian). Pemberian perlindungan hukum bagi konsumen diharapkan akan membentuk hubungan responsive antara produsen dan juga konsumen. Hal ini bisa dimaklumi mengingat lemahnya posisi konsumen dibandingkan pelaku usaha saat ini.

Menurut pasal 3 UUPK, perlindungan konsumen mempunyai tujuan sebagai berikut: UU No. 8 Tahun 1999:

- a. meningkatkan kesadaran konsumen dan kapasitas untuk membela diri;
- b. menjaga martabat konsumen dengan mencegah mereka dari akses yang tidak menguntungkan ke produk atau layanan;
- c. pemberdayaan konsumen dalam hal keterbukaan informasi;
- d. akses terhadap informasi, dan aspek kepastian hukum;
- e. serta kesadaran pelaku usaha akan perlunya perlindungan konsumen yang mengarah pada kegiatan usaha yang lebih beretika dan bertanggung jawab;
- f. menambah standar produk serta jasa untuk mengamankan kesejahteraan konsumen dan kelancaran kegiatan usaha.⁶

Berikut ini adalah empat hak mendasar dari konsumen yang sepatutnya dilindungi yaitu hak untuk mendapat informasi, hak untuk didengarkan (*the right to be heard*), hak untuk memilih, dan responsi keselamatan. Perjanjian tentang Aspek Terkait Perdagangan Hak Kekayaan Intelektual (*TRIPs Agreement*), yang di dalamnya termasuk Perjanjian Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia, telah diratifikasi oleh Indonesia, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁷ Tentunya dengan komitmen implementasinya, perlindungan konsumen akan selalu menjadi prioritas. Namun dalam pelaksanaannya, perlindungan hukum

⁵ Hertanto, A.W, Pencantuman Batasan Tanggung Jawab Pemilik/Pengelola Situs Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online Dan Dampaknya Bagi Konsumen, *Jurnal Hukum Dan Pembangunan* Vol. 45 No.1 (2015): 106-145

⁶ Dewi, N. P. S. K., & Gatrawan, I. N., Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Informasi Suatu Produk Melalui Iklan Yang Mengelabui Konsumen, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 1, No. 09 (2013): 1-5

⁷ Perjaka Purba, I. K. Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Kabupaten Buleleng. *E-Journal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha* (2019):119-147

akan konsumen tetap juga memunculkan berbagai masalah. Berbagai respon, termasuk yang terkait dengan budaya hukum, substansi hukum dan respons birokrasi, mempengaruhi persoalan ini. Secara umum, hambatan pelaksanaan UUPK adalah sebagai berikut: karena konsumen masih memiliki kesadaran yang rendah akan hak-haknya; responsive klien yang tidak memadai; Bagaimana cara menyiapkan konsumen di Indonesia untuk pasar bebas belum dibahas oleh pihak manapun; pengawasan yang tidak memadai di bidang standarisasi mutu produk; legislasi yang tidak memadai; Kerugian akan diakibatkan oleh ketidaktepatan persepsi pelaku usaha perlindungan konsumen.⁸

Berikut beberapa respons yang dilakukan:

1. Gagasan bahwa konsumen dan pelaku sebuah usaha sama-sama membutuhkan dan bergantung satu dengan lainnya dalam jangka waktu pendek dan respons adalah dasar dari perdagangan. Oleh karena itu, diperlukan perlindungan hukum yang berimbang.
2. UUPK ini disusun berdasarkan falsafah pembangunan nasional yang menitikberatkan pada mewujudkan manusia Indonesia seutuhnya berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
3. Merevisi UUPK yang ada dengan selalu menyeimbangkan kepentingan konsumen dan pelaku usaha dengan kepentingan nasional dan internasional. Undang-undang tentang perlindungan konsumen tidak ditunjukkan agar membunuh pelaku bisnis; sebaliknya, mereka dapat menumbuhkan lingkungan bisnis yang sehat dan mendorong terciptanya perusahaan yang dapat bersaing dengan menyediakan barang dan/atau jasa berkualitas mumpuni.
4. Untuk memberikan efek jera bagi para pelaku pelanggaran, Kewaspadaan yang konstan dari pihak penegak hukum diperlukan untuk mendeteksi, menyelidiki, dan menyelesaikan setiap pelanggaran yang mungkin timbul, dengan menggunakan hukuman yang tepat dan berat.

Peraturan perundang-undangan yang dibuat bersifat responsive karena mampu mengakomodasi kesulitan-kesulitan yang berkembang, masukan dari masyarakat tentang perlindungan hukum, dan kepastian tentang luasnya perlindungan konsumen.

3.2. Implementasi Hak Konsumen atas Informasi Lengkap dan Benar dalam Transaksi Jual Beli

Salah satu hak terpenting konsumen adalah hak untuk mendapat informasi yang lengkap dan benar, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen merupakan salah satu bentuk cacat produk (cacat informasi) yang dapat merugikan konsumen. Lebih lanjut lagi ditegaskan pada Pasal 7 huruf (b) UUPK yaitu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur

⁸ P.I. Purwanto, Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Dalam Menjamin Keselamatan Konsumen Pada Perusahaan Gumuh Sari Waterpark. *Jurnal Kertha Semaya* Vol.8 No.2 (2020): 146-160

mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan⁹.

Adanya UU ITE dan PP PSTE, maka hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan benar telah dijamin melalui ketentuan Pasal 9 dan Pasal 49 ayat (1) UU ITE dan (2) PP PSTE mengenai kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang lengkap dan benar. Informasi yang lengkap dan benar terkait identitas pelaku usaha, barang dan/atau jasa yang ditawarkan, serta syarat dan ketentuan berlaku.

Pedoman yang perlu diperhatikan dalam penerapan hak konsumen atas informasi lengkap dan benar dalam transaksi jual beli online yaitu:¹⁰

Dari sisi pelaku usaha kedudukan pelaku usaha dalam hubungan transaksi perdagangan relatif lebih kuat apabila dibandingkan dengan konsumen. Kuatnya kedudukan pelaku usaha sedapat mungkin harus diawasi karena tanpa pengawasan maka dapat menimbulkan kerugian pada konsumen. Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *ecommerce*, maka perlindungan terhadap konsumen dapat diberikan dalam bentuk:¹¹

- a. Pemberitahuan identitas pelaku usaha secara jelas. Apabila seller hendak berjualan terlebih dahulu harus melakukan verifikasi, seperti mencantumkan tipe toko apa berbentuk perorangan atau perusahaan, nama toko, alamat dan domisili, serta kontak-kontak yang dapat dihubungi.
- b. Memiliki izin yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang untuk menyelenggarakan bisnisnya. Begitupun juga seller yang wajib menyertakan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan dokumen-dokumen terkait usaha yang telah dikeluarkan oleh instansi yang berwenang.

Dari sisi produk Informasi produk sangat penting diketahui oleh konsumen karena melalui informasi ini konsumen dapat mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Salah satu cara penyampaian informasi mengenai suatu produk kepada konsumen, yaitu dengan representasi. Representasi yang benar terhadap suatu produk sangat diperlukan, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu¹², sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar.¹³ Secara garis besar larangan yang berkaitan dengan representasi tersebut dinyatakan

⁹ Muryati, Dewi Tuti. Pengaturan Dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Non Litigasi Di Bidang Perdagangan,. *Jurnal Dinamika Sosbud* Vol 13 Nomor 1 (2013) : 49-65

¹⁰ Rusli, T. *Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen Yang Berkeadilan di Indonesia.*(Bandar Lampung: Aura Publishing,) (2014) hal 38- 40

¹¹ Suyatna, R. A. Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online. *Jurnal Hukum.* (2020). 173-183

¹² Satory, Agus. Perjanjian Baku dan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Nisnis Sektor Jasa Keuangan: Penerapan Dan Implementasinya Di Indonesia. *PJIH: Padjajaran Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 2 No.2 (2015): 269-290

¹³ Dyah, I. G. A. I. D., Para, 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. 4(3) (2016), 1-5
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/48168>

dalam Pasal 9 ayat (1) UUPK bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan kualitas/kondisi barang, harga, kegunaan, jaminan atas barang, serta pemberian hadiah secara tidak benar kepada konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka dalam menawarkan produknya, pelaku usaha diwajibkan untuk:

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas, lengkap, dan jujur mengenai produk yang ditawarkan mengenai kualitas/kondisi, harga, kegunaan, jaminan atas produk tersebut, serta pemberian hadiah kepada konsumen.
- b. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran secara berlainan dalam memberikan deskripsi terhadap suatu produk.

Dari sisi transaksi Konsumen tidak semuanya paham dalam melakukan transaksi melalui media internet, sehingga pelaku usaha perlu mencantumkan dalam website maupun aplikasi mobile informasi yang jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal yang berkenaan dengan transaksi, seperti syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh konsumen dalam melakukan transaksi. Seller hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima konsumen. Selama barang belum sampai, uang akan disimpan di rekening pihak ketiga. Apabila transaksi gagal, maka uang akan dikembalikan ke tangan konsumen. Ketentuan-ketentuan yang biasanya harus diperhatikan oleh konsumen dalam bertransaksi, yaitu:

- a. Mengkaji ulang transaksi yang akan dia lakukan sebelum mengambil keputusan. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya kesalahan yang dibuat konsumen.
- b. Harga produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk pajak atau belum, apakah sudah termasuk ongkos kirim atau belum.
- c. Mekanisme pengiriman barang dengan menggunakan beberapa jasa pengiriman barang. Pengiriman barang wajib menggunakan kurir logistik yang bisa melacak lokasi dan status pengiriman barang berdasarkan nomor resi.
- d. Risiko kehilangan dan kerusakan akibat pengiriman dan atau deskripsi barang yang tidak sesuai dengan isi ketika dikirim menjadi tanggung jawab penjual dan kurir logistik yang dipakai ketika mengirim barang tersebut.

Pembatalan transaksi Pembatalan transaksi dengan alasan apapun baik oleh konsumen maupun penjual harus dengan konfirmasi kedua belah pihak tersebut sehingga refund dana dapat dilakukan oleh pemilik rekening pihak ketiga. Pihak marketplace berhak untuk menolak transaksi yang akan dilakukan dengan alasan dan pertimbangannya sendiri¹⁴

Karakteristik yang dimiliki oleh situs marketplace ialah *Business to Consumer* (B2C). Transaksi B2C ini konsumen dapat memasuki internet dan melakukan pencarian terhadap apa saja yang akan dibeli, menemukan website, dan melakukan transaksi. Selain itu, konsumen memperoleh informasi yang beragam dan detail/terperinci

¹⁴ Triana, Cahaya Setia Nurida. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya". Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, (2015): 27- 28

untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan keinginan serta kemampuan finansial konsumen dalam waktu yang relatif efisien¹⁵.

Dalam hal ini, sekali lagi terlihat bahwa betapa pentingnya suatu informasi yang lengkap dan benar bagi seorang konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Marketplace maupun *seller* belum memenuhi kesemua pedoman tersebut di atas dalam hal pemberian informasi. Permasalahan yang seringkali terjadi terkait dengan pemberian informasi barang yang ditawarkan serta syarat dan ketentuan bertransaksi, kecuali informasi terkait dengan identitas pelaku usaha tersebut. Marketplace seharusnya sudah memberikan identitas yang terpercaya karena sebagai penyelenggara sistem elektronik yang sudah mengantongi beberapa izin dari instansi yang berwenang dalam kegiatan usahanya. Adapun *seller* yang terlebih dahulu harus melakukan verifikasi terkait dengan identitasnya sebelum masuk dalam situs marketplace untuk menawarkan produknya. Jadi, pedoman terkait informasi dari sisi pelaku sudah terpenuhi oleh keduanya. Pedoman terkait informasi dari sisi produk yang ditawarkan masih belum dapat diterapkan. Seperti pada kasus pertama tersebut di atas terdapat kelalaian pencantuman nominal harga pada produk yang ditawarkan dikarenakan banyaknya item yang akan dipromosikan¹⁶

Representasi yang benar terhadap suatu produk sangat diperlukan, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar.¹⁷ Pedoman informasi terkait syarat dan ketentuan bertransaksi yang dituangkan dalam sebuah kontrak elektronik juga sudah diterapkan. Konsumen hanya *take it or leave it* terhadap suatu kontrak tersebut. Marketplace berhak untuk membatalkan transaksi apabila terdapat kesalahan dalam pencantuman suatu informasi terkait dengan produk yang ditawarkan berdasarkan syarat dan ketentuan yang tertera pada *website* maupun mobile aplikasi. Pasal 18 ayat (1) UU ITE mengatur bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Seperti halnya perjanjian jual beli pada umumnya, perjanjian jual beli berbasis *ecommerce* berlaku dan mengikat para pihak apabila memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Pasal 1266 KUHPerdata menyatakan bahwa salah satu syarat mengenai pembatalan suatu perjanjian adalah harus dengan putusan hakim, tetapi berdasarkan syarat dan ketentuan yang diberlakukan oleh pihak marketplace pasal tersebut telah dikesampingkan sehingga pembatalan transaksi dapat dilakukan tanpa memerlukan keputusan dari pengadilan.¹⁸

¹⁵ Barkatullah, A.H. *Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*. Disertasi Universitas Islam Indonesia Program Doktor Ilmu Hukum Yogyakarta (2016): 281-321

¹⁶ Priowirjanto, E. S. Pengaturan Transaksi Indonesia Dikaitkan Dengan Perlindungan E-Konsumen. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*. Vol 1-No.2 (2014): 286-300

¹⁷ 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, *E-Jurnal Kertha Semaya* Vol. 02 No. 02 (2014): 1 -18

¹⁸ Suyatna, R. A. Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online. *Jurnal Hukum*. (2020). 173-183

3.3. Penyelesaian Sengketa

Dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen disebutkan mengenai hak-hak konsumen diantaranya sebagai berikut :

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

Dari sekian hak-hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen disebutkan secara spesifik mengenai penyelesaian sengketa pada huruf e yang menyatakan bahwa “setiap konsumen memiliki untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut” sehingga apabila konsumen mengalami ingin menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha dapat memilih penyelesaian sengketa yang menurutnya tepat dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Kemudian dalam Pasal 45 UU Perlindungan Konsumen menyatakan tentang penjelasan mengenai penyelesaian sengketa konsumen sebagai berikut sebagai berikut : (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana yang diatur dalam undang-undang. (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya Selain penjelasan mengenai penyelesaian sengketa, dalam UU Perlindungan Konsumen juga menjelaskan mengenai penyelesaian sengketa di luar pengadilan dan melalui pengadilan pada Pasal 47 dan 48 UU Perlindungan konsumen yang dimana pada Pasal 47 menyatakan “penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”. Selanjutnya pada Pasal 48 yang menyatakan mengenai penyelesaian sengketa melalui pengadilan yaitu “penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan

peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45". Perdagangan merupakan salah satu sektor jasa yang menunjang kegiatan ekonomi antar anggota masyarakat dan antar bangsa. Indonesia dengan ekonominya yang bersifat terbuka, kegiatan perdagangan sangat vital bagi upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi sekaligus memelihara stabilitas nasional. Timbulnya sengketa pada kegiatan perdagangan dalam perkembangannya dapat diselesaikan melalui mekanisme litigasi (pengadilan) maupun non litigasi atau penyelesaian sengketa diluar pengadilan. Dalam penyelesaian sengketa di luar pengadilan, pihak yang bersengketa tidak melalui proses hukum formal yang seringkali mahal dan memakan waktu. Para pihak cukup mengajukan perkaranya pada pihak ketiga untuk menyelesaikan persengketaan. Dalam upaya mewujudkan hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen perlu ditingkatkan suatu penyelenggaraan perlindungan konsumen dalam suatu produk hukum. Hal ini sangat penting karena hanya hukum yang memiliki kekuatan untuk memaksa pelaku usaha untuk mentaatinya. Selain itu hukum juga memiliki sanksi yang tegas. Apabila dilihat dari dampak penting yang ditimbulkan akibat tindakan pelaku usaha yang sewenang-wenang dan hanya mengutamakan keuntungan dari bisnisnya sendiri sehingga pemerintah memiliki kewajiban untuk melindungi konsumen yang posisinya memang lemah di samping ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen belum memadai (penjelasan UU Perlindungan Konsumen) hal ini menunjukkan bagaimana keterbatasan kemampuan hukum dalam melindungi kepentingan konsumen. Dalam Pasal 45 Ayat (4) UU Perlindungan Konsumen membagi penyelesaian sengketa konsumen menjadi 2 bagian yaitu :

1. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan: a. Penyelesaian sengketa secara damai, oleh para pihak sendiri, konsumen dan pelaku usaha/produsen b. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa (BPSK) dengan menggunakan mekanisme alternative dispute resolution yaitu konsiliasi, mediasi dan arbitrase.
2. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan Penyelesaian sengketa melalui pengadilan umum yang memiliki kompetensi relatif di kawasan tersebut.

Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besaran ganti kerugian atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Pola-pola penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan yang dikehendaki UU Perlindungan Konsumen merupakan pilihan yang tepat karena jalan keluar yang dirumuskan berisikan penyelesaian yang memuaskan pihak yang sedang bersengketa. Gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan melalui BPSK tidak berhasil. Ini berarti penyelesaian sengketa melalui pengadilan tetap dibuka setelah para pihak gagal menyelesaikan sengketa mereka di luar pengadilan (Pasal 45 Ayat (2) UU Perlindungan Konsumen). BPSK sebagaimana dimaksudkan dalam UU Perlindungan Konsumen yang dibentuk oleh pemerintah, adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, tetapi bukanlah merupakan bagian dari institusi kekuasaan kehakiman tetapi BPSK bukanlah lembaga pengadilan (Pasal 1 Ayat (1) dan Pasal 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 350/MPP/Kep/12/2001). Konsep dasar pembentukan lembaga BPSK ini adalah untuk menangani penyelesaian sengketa yang pada umumnya meliputi jumlah nilai yang

kecil, tetapi dalam pelaksanaannya tidak ada batasan nilai pengajuan gugatan sehingga dimungkinkan gugatan konsumen meliputi jumlah nilai yang kecil sampai nilai yang besar. Keberadaan BPSK yang lebih penting adalah melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku oleh pelaku usaha dan untuk mendorong kepatuhan pelaku usaha pada UU Perlindungan Konsumen (Pasal 1 Ayat (1) dan Pasal 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 350/MPP/Kep/12/2001).

Menurut ketentuan Pasal 54 ayat (3) UUPK, putusan BPSK sebagai hasil dari penyelesaian sengketa konsumen secara konsiliasi, mediasi atau arbitrase, bersifat final dan mengikat. Pengertian final berarti bahwa penyelesaian sengketa telah selesai dan berakhir. Sedangkan kata mengikat mengandung arti memaksa dan sebagai sesuatu yang harus dijalankan. Namun jika pasal tersebut dihubungkan dengan Pasal 56 Ayat (2) UUPK para pihak ternyata dapat mengajukan keberatan kepada pengadilan negeri paling lambat 14 hari kerja setelah pemberitahuan putusan BPSK. Hal ini bertentangan dengan pengertian putusan BPSK yang bersifat final dan mengikat tersebut, sehingga dengan demikian ketentuan pasal-pasal tersebut saling kontradiktif dan menjadi tidak efisien. Agar putusan BPSK mempunyai kekuatan eksekusi, putusan tersebut harus dimintakan penetapan eksekusi (fiat eksekusi) pada pengadilan negeri di tempat tinggal konsumen yang dirugikan. (Pasal 57 UUPK jo Pasal 42 Ayat (2) Keputusan Menperindag No. 350/MPP/ Kep/12/2001). UU Perlindungan Konsumen menjelaskan mengenai penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagai berikut : a) Penyelesaian sengketa konsumen secara damai Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada Pasal 43 Ayat (2) UU Perlindungan Konsumen pada Pasal 43 Ayat (2) UUPK, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa, yaitu pelaku usaha dan umumnya meliputi jumlah nilai yang kecil, tetapi dalam pelaksanaannya tidak ada batasan nilai pengajuan gugatan sehingga dimungkinkan gugatan konsumen meliputi jumlah nilai yang kecil sampai nilai yang besar. Keberadaan BPSK yang lebih penting adalah melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku oleh pelaku usaha dan untuk mendorong kepatuhan pelaku usaha pada UU Perlindungan Konsumen (Pasal 1 Ayat (1) dan Pasal 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 350/MPP/Kep/12/2001). Menurut ketentuan Pasal 54 ayat (3) UUPK, putusan BPSK sebagai hasil dari penyelesaian sengketa konsumen secara konsiliasi, mediasi atau arbitrase, bersifat final dan mengikat. Pengertian final berarti bahwa penyelesaian sengketa telah selesai dan berakhir. Sedangkan kata mengikat mengandung arti memaksa dan sebagai sesuatu yang harus dijalankan. Namun jika pasal tersebut dihubungkan dengan Pasal 56 Ayat (2) UUPK para pihak ternyata dapat mengajukan keberatan kepada pengadilan negeri paling lambat 14 hari kerja setelah pemberitahuan putusan BPSK. Hal ini bertentangan dengan pengertian putusan BPSK yang bersifat final dan mengikat tersebut, sehingga dengan demikian ketentuan pasal-pasal tersebut saling kontradiktif dan menjadi tidak efisien. Agar putusan BPSK mempunyai kekuatan eksekusi, putusan tersebut harus dimintakan penetapan eksekusi (fiat eksekusi) pada pengadilan negeri di tempat tinggal konsumen yang dirugikan. (Pasal 57 UUPK jo Pasal 42 Ayat (2) Keputusan Menperindag No. 350/MPP/ Kep/12/2001).

UU Perlindungan Konsumen menjelaskan mengenai penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagai berikut : a) Penyelesaian sengketa konsumen secara damai Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada Pasal 43 Ayat (2) UU Perlindungan Konsumen pada Pasal 43 Ayat (2) UUPK, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa, yaitu

pelaku usaha. Dalam penjelasan Pasal 45 Ayat (2) UUPK dapat diketahui bahwa UUPK menghendaki agar penyelesaian damai, merupakan upaya hukum yang justru harus terlebih dahulu diusahakan oleh para pihak yang bersengketa, sebelum para pihak memilih untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui BPSK atau badan peradilan. b) Penyelesaian sengketa melalui BPSK Pemerintah membentuk suatu badan baru, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/ BPSK, untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara cepat, mudah dan murah. Cepat karena undang-undang menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja BPSK wajib memberikan putusannya (Pasal 55 UUPK). Mudah karena prosedur administratif dan prosedur pengambilan putusan yang sangat sederhana, Murah karena biaya perkara yang terjangkau. (Yusuf Shofie dan Somi Awan, 2004: 17). Bentuk-bentuk Alternatif Penyelesaian Sengketa (selanjutnya disingkat APS) dapat dibagi dalam alternative to adjudikasi yang terdiri atas negosiasi dan mediasi, kemudian alternatif to litigasi yang terdiri atas negosiasi, mediasi dan arbitrase.¹⁹

Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (selanjutnya disingkat APS) pada Pasal 1 butir 10 menyebutkan bahwa Alternatif penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi atau penilaian ahli. Adapun arbitrase dipersepsikan oleh pembuat undang-undang seolah-olah bukan termasuk APS, padahal sebetulnya arbitrase juga termasuk ke dalam APS Non litigasi atau penyelesaian sengketa diluar pengadilan melalui perdamaian dan penangkalan sengketa dalam perancangan-perancangan kontrak yang baik. Penyelesaian sengketa secara non litigasi meliputi bidang yang sangat luas bahkan mencakup seluruh aspek kehidupan yang dapat diselesaikan secara hukum.

Penyelesaian sengketa secara non litigasi adalah penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang didasarkan kepada hukum dan penyelesaian tersebut dapat digolongkan kepada penyelesaian yang berkualitas tinggi. Hal ini dikarenakan sengketa yang diselesaikan secara non litigasi akan dapat selesai tuntas tanpa meninggalkan sisa kebencian dan dendam. Dengan demikian penyelesaian sengketa secara nonlitigasi adalah penyelesaian masalah hukum secara hukum dan nurani sehingga hukum dapat dimenangkan dan nurani orang juga tunduk untuk mentaati kesepakatan/perdamaian secara sukarela tanpa ada yang merasa kalah. Penyelesaian sengketa non litigasi menghasilkan kesepakatan yang bersifat win-win solution dijamin kerahasiaan sengketa para pihak, dihindari keterlambatan yang diakibatkan karena hal prosedural dan administratif, menyelesaikan masalah secara komprehensif dalam kebersamaan dan tetap menjaga hubungan baik. Satu-satunya kelebihan proses non litigasi ini sifat kerahasiaannya karena proses persidangan dan bahkan hasil keputusannya pun tidak dipublikasikan.

4. KESIMPULAN

Di Indonesia, peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen sangat penting, Undang-undang ini secara tidak langsung akan meningkatkan pengetahuan dan rasa hormat konsumen dengan mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak secara

¹⁹ Barkatullah, A.H. *Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*. Disertasi Universitas Islam Indonesia Program Doktor Ilmu Hukum Yogyakarta (2016): 281-321

etis. Secara khusus, empat hak konsumen berikut ini harus dilindungi: memiliki akses terhadap informasi dan suara dalam pengambilan keputusan, hak untuk memilih, dan hak atas keselamatan. Konsumen dapat memperoleh perlindungan hukum baik sebelum transaksi (tidak ada konflik/pra pembelian) maupun setelah transaksi (konflik/pasca pembelian). Pengamanan hukum bagi konsumen yang bisa dilakukan sesaat sebelum melakukan transaksi (tidak ada konflik/pra pembelian) antara lain sebagai berikut: Peraturan perundang-undangan atau perlindungan hukum bagi konsumen. Pemerintah dan masyarakat harus berperan secara aktif untuk melindungi konsumen. Beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memperhatikan hak dan kewajiban konsumen yang terdapat dalam UUPK kemudian melaksanakannya sesuai dengan peraturan-perundang undangan yang berlaku agar dapat terciptanya perlindungan hukum yang berimbang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafik. (2013).
- Barkatullah, A. H. *Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*. Disertasi Universitas Islam Indonesia Program Doktor Ilmu Hukum Yogyakarta. (2016).
- Kristiyati, Celina, Tri, Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika. (2014).
- Miru, Ahmad dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. (2015).
- Rusli, T. *Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen Yang Berkeadilan di Indonesia*. Bandar Lampung: Aura Publishing. (2016).

Jurnal

- Dewi, N. P. S. K., & Gatrawan, I. N. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Informasi Suatu Produk Melalui Iklan Yang Mengelabui Konsumen. *Kertha Semaya* 1 no. 9 (2013).
- Dyah, I. G. A. I. D., Para, 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* 4 no. (2016).
- Hertanto, Ari Wahyudi. "Pencantuman Batasan Tanggung Jawab Pemilik/Pengelola Situs dalam Transaksi Jual Beli Secara Online dan Dampaknya Bagi Konsumen." *Jurnal Hukum & Pembangunan* 45, no. 1 (2016): 106-145.
- Kasih, I. A. Politik Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Kertha Semaya*. (2017).
- Muryati, Dewi Tuti, and B. Rini Heryanti. "Pengaturan dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Nonlitigasi di Bidang Perdagangan." *Jurnal Dinamika Sosbud* 3, no. 1 (2011): 49-65.
- Purba, Perjaka, Ketut Sudiarmaka, and Dewa Gede Sudika Mangku. "Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Kabupaten Buleleng." *Jurnal Komunitas Yustisia* 2, no. 3 (2019): 156-167.
- Priowirjanto, Enni Soerjati. "Pengaturan transaksi elektronik dan pelaksanaannya di Indonesia dikaitkan dengan perlindungan e-konsumen." *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)* 1, no. 2 (2014).

- Purwanto, I. P. Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dalam Menjamin Keselamatan Konsumen Pada Perusahaan Gumuh Sari Waterpark. *Jurnal Kertha Semaya*. (2020): 146-160.
- 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* 2 no. 2 (2014).
- Satory, Agus. "Perjanjian Baku dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Bisnis Sektor Jasa Keuangan: Penerapan dan Implementasinya di Indonesia." *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum (Journal Of Law)* 2, no. 2 (2015).
- Suyatna, R. A. Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online. *Jurnal Hukum*. (2020): 173-183
- Triana, Cahaya Setia Nurida. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman. (2015).

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Penjaminan Dari Kualitas Barang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen