



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Oleh :

**BAMBANG PUJIONO, ACHMAD BAHRONI, KUSTANTO, HERY SULISTYO
NINIEK WAHYUNI**

bambangpjn33@gmail.com , achmadbahroni@unik-kadiri.ac.id , kustanto@unik-kediri.ac.id ,
herysulistyo@unik-kadiri.ac.id , [niekwahyuni@unik-kadiri.ac.id](mailto:niniekwahyuni@unik-kadiri.ac.id)

Fakultas Hukum Universitas Kadiri

ABSTRAK

Adanya kasus yang merugikan konsumen perlu dikhawatirkan bagi pemerintah, dimana kasus perlindungan konsumen yang berada di Indonesia masih banyak dijumpai. Yang tersirat dalam Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin keyakinan sah yang memberikan jaminan kepada Konsumen. Beberapa mungkin ada bagi para produsen mengabaikan hak-hak yang seharusnya dipertimbangkan sebelum memberikan jasa maupun barang terhadap konsumen, hal ini yang membuat pemerintah kita membuat sistem yang diperuntukan melindungi konsumen kita dari sebab-sebab yang bisa jadi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Tujuan penelitian ini : 1. Bagaimana kedudukan konsumen di Indonesia? 2. Bagaimana hukum perlindungan konsumen di Indonesia?.

Hasil penelitian ini menyimpulkan : 1. Kedudukan konsumen berada di dasar mutlak dalam hukum keamanan konsumen dan secara positif tidak sesuai dengan gagasan hukum. 2. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia masih terbilang belum memenuhi konsep dari hukum tersebut, dimana konsumen sebagai objek dari pokok yang dimuat dari hukum tersebut belum sesuai dengan isi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu tentang Perlindungan Konsumen.

Kata kunci : *Hak Konsumen, Perlindungan Konsumen, Kedudukan Konsumen*



PENDAHULUAN

Kemajuan ekonomi yang pesat di era globalisasi telah membuat beragam jenis produk dan / atau administrasi (jasa), dengan bantuan inovasi dan pertukaran data yang dapat diselesaikan secara efektif, perkembangan perdagangan barang atau pertukaran administrasi melintasi batas wilayah suatu wilayah. negara yang menerima pelanggan mendapatkan banyak pilihan produk atau layanan yang ditawarkan oleh produsen atau organisasi khusus. Selain itu dampak dari era globalisasi tersebut para produsen barang dan/atau penyedia jasa juga berlomba-lomba untuk merebut pasar dengan memberikan penawaran produk barang atau jasa yang kompetitif, bersaing yang prinsipnya dapat merebut pasar demi tumbuh kembangnya perusahaan.

Persaingan produk barang atau jasa tersebut sebenarnya sangat menguntungkan konsumen, di karenakan kebutuhan terhadap barang jasa yang diinginkan para konsumen mudah untuk dipenuhi, misalnya konsumen tidak perlu lagi berbelanja ke swalayan atau mall cukup belanja lewat toko-toko online, konsumen tidak perlu membawa uang tunai cukup dengan transaksi online atau e money. Disisi lain persaingan pelaku usaha dalam merebut pasar konsumen mengatur situasi konsumen terhadap pembuat menjadi miring, konsumen secara teratur ditempatkan secara menyedihkan oleh pembuat, karena pelanggan digunakan sebagai objek latihan bisnis untuk memanen dan mencari keuntungan terbesar melalui tip dan metode khusus penawaran dan penjualan yang menghalangi konsumen. Ketidakberdayaan konsumen terhadap pembuat produk atau administrasi secara teratur ditunjukkan melalui pengaturan standar, data atau penawaran khusus yang tidak sesuai dengan kebenaran barang dagangan dan / atau administrasi (jasa) yang dibeli oleh konsumen, pembuat atau pelaku bisnis mengabaikan standar kewajiban sehingga konsumen harus menanggungnya. Bahaya kemalangan untuk barang dagangan atau administrasi yang telah dibeli atau dimanfaatkan, memang setiap organisasi harus memiliki kesadaran sosial.

Berkaitan dengan lemahnya keberadaan konsumen maka pemerintah sangat perlu melakukan intervensi untuk melindungi konsumen agar barang dan jasa yang dijual atau ditawarkan dari para produsen atau pelaku usaha tidak merugikan konsumen, intervensi melalui kebijakan-kebijakan dan hak-hak konsumen atau peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen yang pada hakekatnya merupakan isi dari bagian implementasi Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, ini adalah sesuatu yang penting karena dalam budaya masa kini, pembuat menawarkan berbagai jenis barang yang



dikirim secara massal atau secara keseluruhan, efek samping dari manufaktur skala besar dan inovasi modern mungkin dapat terlihat. barang yang tidak sempurna dan tidak memenuhi pedoman dan tidak aman bagi pelanggan¹. selain itu intervensi atau pengaruh pemerintah dalam melindungi konsumen terutama diperlukan dalam kemajuan keuangan untuk mengatur dan menegakkan hukum dan pedoman di bidang moneter. Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, otoritas publik mengontrol hak-hak Konsumen yang harus dijaminan.⁴

RUMUSAN MASALAH

Dari penggambaran pondasi atas kesulitan yang telah disusun di atas, maka dapat direncanakan dengan sangat baik dengan beberapa hal pokok, antara lain yaitu:

1. Bagaimana kedudukan konsumen di Indonesia?
2. Bagaimana hukum perlindungan konsumen di Indonesia?

LANDASAN TEORI

Teori keadilan

Hipotesis ekuitas adalah suatu strategi atau pendekatan untuk mempelajari dan menciptakan ekuitas, ada pendekatan untuk berpikir dalam memberikan ekuitas, mentah bergantung pada dua standar, yaitu hak ekuivalen spesifik dan ekuitas moneter, menurutnya hak ekuivalen harus dikelola dalam leksikal. tingkat, khususnya berbagai standar berfungsi jika standar pertama kali berfungsi atau dalam beberapa saat, aturan kontras akan berfungsi jika tidak ada hak-hak esensial yang ditolak (tidak ada pelanggaran kebebasan umum) dan meningkatkan asumsi untuk individu yang kurang diberkati, sehingga harus ada pemenuhan hak-hak fundamental sehingga aturan disparitas dapat dilaksanakan pada akhirnya, ketimpangan finansial akan sah jika tidak menghilangkan kebebasan-kebebasan dasar yang esensial tersebut..²

¹ <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-12/20269925-T37510-Rosalita%20Chandra.pdf>⁴
<https://www.neliti.com/id/publications/323575/kedudukan-pelaku-usaha-dan-konsumendalamhukum-perlindungan-konsumen-produk-mi>

² J. Rawls, 'Justice as fairness: political not metaphysical' *Philosophy and Public Affairs*14 (1985)



Teori Kepastian Hukum

Seerti yang ditunjukkan oleh Kelsen, hukum adalah pengaturan standar, standar adalah artikulasi yang menggarisbawahi perspektif "seharusnya" atau *das sollen*, dengan memasukkan beberapa pedoman tentang apa yang harus dilakukan, standar adalah item dan aktivitas manusia yang bersifat musyawarah, hukum yang berisi aturan dan pedoman. Standar umum berfungsi sebagai aturan bagi orang-orang yang menjalankan ranah publik, baik yang terlibat dengan individu maupun yang terlibat dengan masyarakat. Standar-standar ini menjadi penghalang bagi masyarakat dalam menyusahkan dan mempersulit atau mengambil langkah melawan masyarakat karena adanya prinsip-prinsip ini dan pelaksanaan pedoman ini membuat kepastian yang sah.³

Dan menurut Utrecht, Kepastian hukum memuat dua definisi, pertama, adanya pedoman umum yang membuat masyarakat memahami kegiatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, dan kedua, sebagai jaminan yang sah bagi orang-orang dari penyalahgunaan pemerintah mengingat dengan adanya standar umum, orang bisa menyadari apa yang sedang terjadi. mungkin akan dipaksa dan diselesaikan oleh Negara terhadap orang-orang atau individu.

Teori Penemuan Hukum

Menurut Sudikno Mertokusumo, seperti dikutip Dari Penemuan Hukum ada dua macam:

- a) Penemuan Hukum Heteronomis, jika dalam penemuan hukum otoritas yang ditunjuk sepenuhnya tergantung pada hukum, juri hanya prihatin bahwa hukum dapat diterapkan pada waktu-waktu tertentu, kemudian otoritas yang ditunjuk menerapkannya sesuai dengan bunyi undang-undang.⁷
- b) Penemuan Hukum Otonomi adalah jika Hakim dalam Menjatuhkan pilihannya dipandu oleh perspektif, pemahaman, pertemuan dan persepsinya atau pertimbangannya sendiri. Jadi hakim memilih kasus di hadapannya sesuai penghargaan individu, tanpa sepenuhnya dibatasi oleh pengaturan hukum.

³ <https://suduthukum.com/2016/11/kepastian-hukum-4.html> ⁷ Sudikno Mertokusumo, Penemuan, op.cit., h. 40-42.



METODE PENELITIAN

Titik fokus pengujian dalam eksplorasi ini adalah untuk mendapatkan opsi untuk mempertimbangkan UU Perlindungan Konsumen, sedangkan strategi yang digunakan dicatat sebagai hard copy, penelitian ini adalah teknik penyusunan peraturan perundang-undangan, yaitu teknik penyusunan yang bergantung pada penyelidikan. dari beberapa standar yang sah dan spekulasi yang sah seperti halnya peraturan dan pedoman yang sesuai. diidentifikasi dengan masalah dalam penyelidikan ini. Eksplorasi sah yang membakukan ini merupakan teknik dan strategi pemeriksaan logis untuk menemukan realitas yang bergantung pada alasan logis hukum dari sudut pandang yang mengatur.

1. Sedangkan pendekatan masalah yang digunakan dalam penyusunan ujian ini terdiri dari 3 (tiga) pendekatan, yaitu: Metodologi hukum (pendekatan resolusi) digunakan untuk memeriksa dan mengecam undang-undang dan pedoman, yang dalam normalisasi masih terdapat kekurangan-kekurangan sampai dengan Perlindungan Konsumen.
2. Metodologi terapan (konseptual) digunakan untuk memahami ide dan hipotesis yang dikaitkan dengan keamanan konsumen.
3. Korelasi atau Perbandingan (pendekatan dekat) digunakan untuk memeriksa jenis pemeriksaan relatif keamanan konsumen di Indonesia.



PEMBAHASAN

Dalam dunia perdagangan atau pertukaran saat ini sangatlah cepat, terlepas dari apakah itu produk pertukaran atau administrasi, yang sejujurnya sangat memengaruhi perekonomian baik secara luas maupun global. Hal inilah yang membuatnya menarik dari kegiatan bisnis yang terjadi di masyarakat saat ini, banyak hal yang terjadi pada konsumen, khususnya ketika konsumen merasa terganggu dengan perilaku pembuat atau pelaku bisnis terhadap barang dagangan atau administrasi yang mereka tawarkan. Konsumen, oleh karena itu sangat wajar apa bila diperlukan hukum yang mengatur kedudukan konsumen agar tidak terjadi timbulnya korban keserakahan oleh produsen atau pelaku usaha.

Bahwasanya hukum dalam konteks ekonomi memiliki peranan penting dalam menciptakan ekonomi dan pasar yang kompetitif dengan hukum tersebut aktivitas produsen dan /atau pelaku usaha dapat diatur dan diawasi sehingga tidak timbul perbuatan-perbuatan yang merugikan baik itu terhadap sesama produsen dan/ atau terhadap konsumen khususnya. Oleh karena itu hukum perlindungan konsumen harus dapat diterapkan di Indonesia dikarenakan Spekulasi asing telah menjadi bagian dari perbaikan keuangan di Indonesia dan penting untuk persaingan moneter global sehingga konsekuensi yang merugikan dapat dihindari.

Law Dictionary Dark mencirikan aturan yang melindungi Konsumen dalam penggunaan barang dagangan dan administrasi (jasa). "Keamanan Konsumen adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan asuransi sah yang diberikan kepada konsumen dengan tujuan akhir untuk mengatasi masalah mereka dari hal-hal yang merugikan konsumen sendiri". Dalam hukum asuransi Konsumen disebutkan bahwa, keamanan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin jaminan yang sah untuk memberikan asuransi kepada konsumen, sedangkan penyertaan jaminan pelanggan dapat diisolasi menjadi dua sudut pandang, yaitu:

1. Jaminan terhadap peluang produk yang telah disampaikan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disetujui.
2. Jaminan terhadap beban kondisi yang tidak wajar kepada konsumen. Singkatnya bahwa setiap upaya yang direncanakan dalam keamanan pelanggan.

tidak hanya melawan tingkat keras dalam setiap aspek asuransi yang diberikan kepada konsumen, pedoman jaminan konsumen dilengkapi dengan:



1. Membuat kerangka asuransi konsumen yang berisi komponen penerimaan data secara terbuka dan memastikan kepastian yang sah.
2. Mengamankan kepentingan konsumen secara khusus dan kepentingan semua pelaku bisnis.
3. Memperbaiki sifat tenaga kerja dan produk.
4. Memberikan jaminan kepada konsumen dari pendekatan strategis yang memperdaya dan menipu.
5. Menggabungkan pelaksanaan, kemajuan dan pedoman asuransi konsumen dengan keamanan di berbagai bidang.

Karena motivasi di balik undang-undang ini adalah, untuk mengakui ekuitas, keuntungan, dan jaminan, undang-undang keamanan konsumen berisi standar dan memutuskan yang mengontrol dan memastikan konsumen dalam hubungan dan masalah dengan pengaturan dan pemanfaatan barang-barang konsumen di antara pemasok dan pemanfaatannya di wilayah public (masyarakat).

Mengingat betapa pentingnya hak pelanggan, sehingga melahirkan pemahaman bahwa hak konsumen adalah era keempat kebebasan bersama (HAM) yang merupakan slogan dari lahirnya kebebasan dasar dalam kemajuan eksistensi manusia, belum cukup untuk apa yang akan datang. . Hak konsumen dalam pengertian luas ini juga dapat dikenal sebagai komponen kebebasan bersama lainnya yang sedang berkembang dan harus dilindungi dari kemungkinan penganiayaan atau aktivitas diskresioner dalam hubungan kekuatan datar antara pembuat dan konsumen.

Sesungguhnya, hak-hak esensial konsumen pertama kali dimajukan oleh Presiden Amerika Serikat Jhon F.Kenedy saat menyampaikan wacana progresif di hadapan kongres (Kongres AS) pada tanggal 15 Maret 1962 tentang Hak Konsumen, berjudul A Special Massage of Protection the Consumer Intereset. atau lebih lagi dengan nama "Presentasi Hak Konsumen". Menurut Presiden Jhon F. Kennedy ada 4 hak konsumen yang esensial yaitu:

1. Keistimewaan sudut keamanan difokuskan pada asuransi pelanggan dari menampilkan barang dagangan dan / atau layanan berisiko keamanan pembelanja, mediasi pemerintah untuk memastikan keamanan konsumen sangat penting,



2. Opsi untuk memilih (opsi untuk memilih) opsi untuk memilih adalah hak istimewa konsumen, konsumen seharusnya tidak mendapat paksaan dari pembuat atau calon penghibur bisnis.
3. Opsi untuk dididik (opsi untuk memperoleh data) konsumen memiliki hak istimewa untuk mendapatkan data atau data yang asli dan bagus secara langsung atau secara implisit sehubungan dengan barang dagangan yang akan dibuat membeli, data dan korespondensi tergantung pada pengaturan yang jelas tidak menipu.
4. Opsi untuk didengarkan (opsi untuk diketahui tentang) hak konsumen untuk mendapatkan jaminan bahwa keuntungan mereka harus dipikirkan, keberatan tentang produk dan / atau administrasi yang telah dibeli telah didengar. Wilayah moneter lokal Eropa juga mengatur hak-hak pelanggan yang penting, termasuk:
 1. Hak istimewa atas kesejahteraan dan asuransi keamanan.
 2. Hak istimewa untuk kepentingan moneter.
 3. Hak istimewa untuk membayar.
 4. Hak atas data.
 5. Opsi untuk didengarkan.

PBB melalui Resolusi Nomor A / RES / 39/248 tanggal 16 April 1985 tentang Perasuransian konsumen membentuk intrik pelanggan yang harus diamankan, antara lain:

1. Kepastian pelanggan dari bahaya terhadap kesejahteraan dan keamanan
2. Kemajuan dan keamanan kepentingan moneter sosial konsumen.
3. Aksesibilitas data yang memuaskan bagi pelanggan untuk diberikan kapasitas mereka untuk menetapkan keputusan yang benar sesuai keinginan dan kebutuhan mereka individu
4. Pendidikan Konsumen
5. Aksesibilitas remunerasi yang sukses.
6. Kesempatan untuk membingkai asosiasi konsumen atau asosiasi yang berbeda penting dan memberikan kebebasan kepada asosiasi menyuarakan penilaiannya dalam menentukan pilihan-pilihan terkait kecenderungan mereka. Kemudian muncul beberapa hak konsumen berbeda diberitakan oleh beberapa asosiasi dunia, termasuk:
 - Perserikatan Bangsa-Bangsa pada tanggal 10 Desember 1948, menyesuaikan 4 hak istimewa konsumen, khususnya hak istimewa untuk remunerasi, hak istimewa



untuk pelatihan bagi pelanggan, hak istimewa untuk kepuasan, dan hak istimewa untuk iklim yang kokoh.

- Organisasi Internasional Serikat Konsumen menambahkan 4 hak pelanggan yang penting, untuk lebih spesifik:
 - Pilihan untuk mendapatkan kebutuhan hidup. - hak istimewa untuk membayar.
 - pilihan untuk mendapatkan instruksi pembelian.
 - hak istimewa untuk iklim hidup yang sempurna dan sehat.

Pada tanggal 15 Maret 1983, Hak Konsumen akhirnya diakui pada tingkat dasar oleh pemerintah di seluruh dunia dalam Sidang Umum PBB dan tanggal 15 Maret 1983 diproklamasikan sebagai Hari Hak Konsumen Sedunia. Keseluruhan ini dilakukan untuk meningkatkan dan memperkuat asuransi yang sah demi kelangsungan pengembangan pelanggan di planet ini.

Menyinggung UU Perlindungan Konsumen, UU No. 8 tahun 1999 pasal 4, hak konsumen adalah sebagai berikut:

1. Pilihan untuk hiburan, keamanan dan kesejahteraan dalam melahap produk / layanan.
2. Opsi untuk memilih dan mendapatkan produk / administrasi sesuai dengan skala konversi dan kondisi serta sertifikasi yang dijamin.
3. Pilihan atas data yang benar, jelas dan adil sehubungan dengan kondisi dan jaminan produk / administrasi.
4. Pilihan untuk didengar dan mengeluh tentang produk / administrasi yang digunakan.
5. Pilihan untuk mendapatkan promosi, asuransi, dan upaya untuk memastikan pertanyaan konsumen secara tepat.
6. Opsi untuk mendapatkan arahan dan instruksi konsumen.
7. Pilihan untuk ditangani atau dilayani dengan tepat dan tulus serta tidak adil.
8. Pilihan untuk mendapatkan bayaran, bayaran, atau penggantian, jika barang dagangan / administrasi yang didapat tidak sesuai pemahaman atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak diarahkan dalam pengaturan hukum dan pedoman yang berbeda. Selain hak dalam pasal 4, terdapat juga hak konsumen yang diatur dalam pasal 7 yang mengatur komitmen pelaku usaha. Komitmen dan hak antinomies dalam hukum, jadi komitmen pelaku bisnis adalah hak istimewa konsumen. Terlepas dari hak-hak yang disebutkan, ada juga opsi untuk dilindungi dari dampak buruk persaingan palsu. Hal ini dipicu oleh pemikiran bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis seringkali



dilakukan dengan cara menipu, yang dalam undang-undang disebut sebagai “false rivalry”.

Kewajiban Konsumen Sesuai dengan Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen,

Kewajiban Konsumen adalah:

1. Membaca atau mematuhi petunjuk dan strategi data untuk pemanfaatan atau penggunaan barang dagangan dan / atau administrasi, untuk keamanan dan kesejahteraan.
2. Memiliki tujuan yang tulus dalam melakukan pertukaran konsumen untuk barang dagangan dan / atau administrasi.
3. Bayar seperti yang ditunjukkan oleh skala konversi yang disetujui;- Berpartisipasi dalam penyelesaian sah dari debat keamanan konsumen dengan tepat.⁴

Untuk komitmen organisasi kepada pembeli yang bergantung pada kemungkinan bahwa pembeli dan pelanggan tidak setara, pembeli benar-benar tidak berdaya terhadap tujuan pembuat atau pelaku bisnis yang memiliki informasi dan bakat yang tidak dimiliki pembeli, jadi hampir pasti, pengaturan dibuat secara tunggal. oleh pembuat atau penghibur. organisasi yang mungkin akan merugikan pembeli, dengan cara ini hukum asuransi pembeli harus mengontrol masalah ini yang merupakan pernyataan standar. Sudaryatmo menemukan atribut yang menyertai kondisi standar:

1. Pemahaman dibuat secara khusus oleh mereka yang posisinya lebih beralasan daripada pembeli.
2. Pembeli sama sekali tidak terlibat dalam memutuskan substansi perjanjian.
3. Dibuat direkam sebagai hard copy dan massal.
4. Pembeli dipaksa untuk mengetahui substansi pengaturankarena mereka didorong oleh variabel kebutuhan.

Sebagian dari hal-hal yang dirujuk di atas penting untuk jenis bea dalam undang-undang asuransi pembeli yang diidentifikasi dengan beberapa standar kewajiban. Dalam undang-undang keamanan pembeli, pelaku bisnis harus dianggap bertanggung jawab, yaitu, jika demonstrasi mengabaikan hak dan kepentingan pelanggan, menyebabkan kerugian, atau kesejahteraan pembeli terganggu. Kewajiban barang adalah tugas sah dari individu atau elemen yang sah yang menciptakan barang (pabrikan pembuat) atau individu atau elemen yang ditempati dengan interaksi untuk mengirimkan barang (agen pembuat prosesor) atau

⁴ UU No 5 Tahun 1999 Tentang Badan Perlindungan Nasional



individu atau zat yang menjual dan beredar (dealer, grosir) barang tersebut, standar kewajiban antara lain :

1. Tanggung Jawab Berdasarkan dari Kecerobohan (Kelalaian).

Tugas yang bergantung pada kelalaian adalah aturan kewajiban yang abstrak, lebih spesifiknya tugas yang ditentukan oleh perilaku pelaku bisnis. Ide subjektivitas ini muncul karena klasifikasi di mana seseorang yang berhati-hati mencegah dan adanya kemalangan bagi konsumen. Mengingat hipotesis ini, kelalaian pembuat yang membawa kemalangan bagi konsumen adalah faktor fundamental yang memutuskan hak konsumen untuk mencatat klaim atas kemalangan terhadap pelaku bisnis. Kelalaian pembuat atau pelaku bisnis penghibur merupakan faktor yang membuat kemalangan pelanggan (hubungan kausal antara kelalaian dan kemalangan pembelanja). Dalam pedoman kewajiban ini, karena kelalaiannya juga mengalami perbaikan dengan berbagai tingkat kewajiban mengenai semua kepentingan konsumen, antara lain:

1) Pertanggung Jawaban dari Kelalaian dengan Syarat Hubungan Kontrak. Hipotesis yang tidak dipalsukan dari pedoman kelalaian adalah kewajiban yang bergantung pada komponen kesalahan dan hubungan yang mengikat secara hukum. Hipotesis ini sangat merugikan dan melemahkan konsumen karena klaim harus dicatat jika melingkupi 2 syarat, yaitu terdiri dari kesalahan atau kecerobohan (kelalaian) dan hubungan yang mengikat secara hukum antara pembuat atau pelaku bisnis dan Konsumen. Hipotesis bea barang yang bergantung pada kecerobohan (kelalaian) tidak akan menjamin keamanan pada para Konsumen, karena konsumen berhadapan dengan dua masalah yang mendokumentasikan klaim terhadap pembuat, khususnya yang utama, kasus untuk hubungan yang mengikat secara hukum antara konsumen sebagai konsumen. pihak yang tersinggung dan pembuat sebagai responden.

Kedua, anggapan dari pembuat atau pelaku bisnis bahwa ketidakberuntungan konsumen disebabkan oleh kesalahan bahan mentah untuk barang itu.

2) Kelalaian pada sedikit Pengecualian terhadap Persyaratan Hubungan Kontrak. Perbaikan di tahap yang ke 2 hipotesis kewajiban berbasis kecerobohan (kelalaian) adalah standar *responsibility* (tanggung jawab) yang konsisten tergantung pada



kelalaian, namun kadang-kadang ada kasus khusus untuk rincian hubungan otoritatif. Seperti yang diungkapkan sebelumnya, kondisi hubungan otoritatif adalah satu dari sekian halangan bagi pelanggan untuk melaksanakan pembayaran kepada pembuat.

3) Kelalaian Berdasarkan Hubungan Kontrak.

Adanya pedoman kewajiban berdasarkan kelalaian dengan beberapa kasus khusus untuk hubungan otoritatif untuk tahap yang ke 2 pada perbaikan substansi yang sah dari pertanggungjawaban item, tahapan setelahnya yaitu tahap ke 3, secara spesifik pengaturan risiko yang tetap ada. bergantung pada kelalaian, namun tidak membutuhkan hubungan yang mengikat secara hukum.

4) Prinsip dari Praduga Lalai (ceroboh) dan Bertanggung Jawab atas Pembuktian Terbaik.

Pada kemajuan akhir pada standar tugas yang bergantung pada kelalaian adalah sebagai perubahan terhadap aturan kewajiban yang bergantung pada kesalahan. Perubahan ini menyiratkan bahwa ada kelonggaran bagi konsumen dalam penggunaan obligasi tergantung pada kelalaian, namun aturan kewajiban ini masih tergantung pada kesalahan. Penyesuaian ini membahas waktu kemajuan menuju pengaturan kewajiban total.

2. Pertanggung Jawaban Berdasarkan pada Wanprestasi

Disisi lain, mencatat tuntutan atas kecerobohan pembuatnya, pelajaran hokum tersebut akan mengenalkan konsumen dengan gugatan dokumen terhadap default. Kewajiban pembuat, yang dikenal sebagai non-execution, adalah kewajiban berdasarkan perjanjian. Ketika suatu bahan pangan yang diproduksi dengan bahan mentah tidak berkualitas yang menyebabkan kerugian, konsumen terkadang melihat substansi kesepakatan atau pemahaman atau jaminan yang penting untuk kesepakatan tersebut, baik secara tertulis maupun lisan. Manfaat bagi konsumen dalam suatu klaim yang bergantung pada hipotesis ini adalah penggunaan komitmen tetap, yaitu komitmen yang tidak bergantung pada upaya yang dilakukan oleh dealer untuk memenuhi jaminannya. Ini berarti bahwa jika pembuat telah berusaha untuk memenuhi jaminannya namun konsumen benarbenar mengalami kemalangan, maka pada saat itu pembuat masih bermasalah dengan kewajiban untuk menebus



ketidakberuntungan tersebut. Namun demikian, dalam standar kewajiban yang bergantung pada gagal bayar, ada beberapa kekurangan yang dapat menurunkan jenis jaminan yang sah karena adanya kekhawatiran yang sah bagi konsumen, yaitu:

- 1) Batas waktu gugatan
- 2) Syarat pemberitahuan.
- 3) Terjadinya bantahan.
- 4) Persyaratan hubungan kontrak, baik hubungan kontrak secara horizontal maupun vertikal.

3. Tangung Jawab Mutlak.

Pedoman kewajiban diketahui sebagai tanggung jawab item. Sesuai aturan ini, pembuat harus menanggung atas kemalangan Konsumen atas konsumsi barang yang mengalir pada saat pengintai. Tanggung jawab tertinggi, risiko berat, yaitu komponen kesalahan tidak boleh ditunjukkan oleh pihak yang tersinggung sebagai alasan untuk membayar, hal ini adalah *lex specialis* (khusus) pada gugatan tentang pelanggaran hukum sebagai aturan. Pihak yang tersinggung (pembelanja) hanya perlu menunjukkan bahwa ada hubungan antara aktivitas pembuat dan kemalangan yang dialaminya. Dengan penerapan aturan tugas ini, setiap pembelanja yang merasa terhalang hasil yang tidak wajar untuk digunakan atau tidak dapat diandalkan dapat menjamin pembayaran tanpa memperhatikan adanya atau tidak hadirnya komponen kesalahan berkenaan dengan pembuatnya. Dengan mengatur / menelusuri barang dagangan di tempat, itu berarti bahwa Produsen menjamin atas produk yang di berikan dilindungi untuk digunakan, jika ini terbukti tidak dapat diandalkan.



PENUTUP

Dalam era pasar bebas dan era digital dimana lalu lintas barang ataupun jasa melampaui wilayah Internasional, segala aktivitas perdagangan produk barang maupun jasa semakin mudah, Indonesia yang memiliki jumlah penduduk terbesar kelima didunia tentunya menjadi pasar yang sangat potensial bagi para pelaku usaha dan atau produsen untuk menjaring konsumen sebanyak-banyaknya. Memang jika dibandingkan dengan negara lainnya apa lagi negara maju Indonesia termasuk terlambat dalam merumuskan dan membuat Undang-undang perlindungan konsumen, namun begitu pemerintah harus terus berkarya untuk mengejar ketertinggalan tersebut dengan menekankan fungsi dan tujuan hukum sebagai sarana ketertiban, kepastian, dan keadilan.

UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memang sementara telah menjawab banyaknya permasalahan yang dihadapi masyarakat Indonesia dari sisi Produsen juga dari sisi konsumen, namun seiring berkembangnya jaman dan teknologi yang super cepat ini tentunya melakukan kajian-kajian hukum lagi yang dapat memecahkan permasalahan konsumen yang terbaru.⁵

⁵ UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen



DAFTAR PUSTAKA

I. Buku

- Dr, Susanti Adi Nugroho.SH.MH. Mediasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa,
PT Telaga Ilmu Indonesia 2011
- Gunawan Wijaya, 2005, Seri Hukum Bisnis, Alternatif Penyelesaian Sengketa, PT Raja
Grafindo Persada Jakarta.
- Abdullah Kadir Muhammad,SH,1978 HUKUM Perjanjian
- Dr.Munir Fuady SH,MH,LLM ,Konsep Hukum Perdata ,PT Raja Grafindo Persada,2015
Badan Pembinaan Hukum Nasional ,Departemen Kehakiman ,Jakarta, November
1995
- Penulisan Karya Ilmiah Tentang Perlindungan Konsumen dan Peradilan di Indonesia

II. Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang No,8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang No.42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia
- Undang- Undang No.5 tahun 1999 tentang Badan Perlindungan Nasional
- Perma No.1 tahun 2016 Tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan

III. Internet

- <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-tepat/>
- <https://www.neliti.com/id/publications/323575/kedudukan-pelaku-usaha-dan-konsumen-dalam-hukum-perlindungan-konsumen-produk-mi>
- <https://suduthukum.com/2016/11/kepastian-hukum-4.html>
- <https://labib4.wordpress.com/hukum/penemuan-hukum/>
- [http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-12/20269925-T37510-Rosalita %20Chandra.pdf](http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2016-12/20269925-T37510-Rosalita%20Chandra.pdf)