

**PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA
TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN
ATAS KERUSAKAN BARANG DITINJAU DARI
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN¹**

Oleh: Rivaldo Fransiskus Kuntag²

Flora Pricilla Kalalo³

Anna S. Wahongan⁴

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi terhadap konsumen dan apa sajakah perbuatan yang dilarang untuk pelaku usaha, di mana dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif disimpulkan: 1. Berdasarkan apa yang telah dibahas, maka terdapat tiga bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yaitu *contractual liability* (yaitu tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha baik barang maupun jasa kerugian yang dialami konsumen), *product liability* (yaitu tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen) dan *criminal liability* (yaitu pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara). Berdasarkan ketentuan Pasal 19 UUPK diketahui bahwa Pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen akibat mengkonsumsi barang yang diperdagangkannya. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang setara nilainya. 2. Hal-hal yang dilarang bagi pelaku usaha di atur dalam BAB IV Pasal 8 hingga Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketentuan-ketentuan tersebut dapat di bagi dalam tiga kelompok, yaitu: pertama larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi (Pasal 8), kedua larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran (Pasal 9-16), ketiga larangan bagi pelaku usaha periklanan (Pasal 17).

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 17071101380

³ Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

Kata kunci: konsumen; pelaku usaha; kerusakan barang;

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Sejak 20 April 1999, UU no 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen atau UUPK mulai sah diberlakukan. Undang-undang ini mengatur secara rinci tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen.

Apabila konsumen menggunakan barang yang diproduksi atau diperdagangkan oleh pelaku usaha dan keadaan barang tersebut ternyata dalam kondisi rusak, cacat dan tercemar, maka konsumen akan dirugikan. Oleh karena itu ketentuan-ketentuan hukum dibuat untuk melindungi hak-hak konsumen agar dapat mencegah kerugian bagi pihak konsumen dan bagi pelaku usaha harus mempertanggung jawabkan kerugian yang dialami konsumen akibat barang yang diproduksi dan diperdagangkan tidak sesuai dengan apa yang di harapkan oleh konsumen.⁵

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi terhadap konsumen ?
2. Apa sajakah perbuatan yang dilarang untuk pelaku usaha ?

C. Metode Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini menggunakan metode penelitian hukum normatif.

PEMBAHASAN

A. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Untuk Memberikan Ganti Rugi Terhadap Konsumen

Dalam hal pelaku usaha lalai dan ingkar terhadap konsumen memberikan konsekuensi kepada pelaku usaha untuk bertanggungjawab mengganti kerugian serta memikul segala resiko akibat kelalaiannya. Berdasarkan ketentuan Pasal 19 UUPK diketahui bahwa Pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen akibat mengkonsumsi barang yang diperdagangkannya. Ganti rugi

⁵ Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang setara nilainya.⁶

Tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi terhadap konsumen mempunyai beberapa bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen antara lain berupa:

1. *Contractual Liability*, atau disebut pertanggungjawaban kontraktual, yaitu tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha baik barang maupun jasa kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang yang dihasilkan atau memanfaatkan jasa yang diberikan. Artinya dalam kontraktul ini terdapat suatu perjanjian atau kontrak langsung antara pelaku usaha dengan konsumen.
2. *Product Liability*, yaitu tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan. Pertanggungjawaban produk tersebut didasarkan pada perbuatan melawan hukum (*tortius liability*). Unsur-unsur dalam *tortius liability* antara lain adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian dan hubungan kasualitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul. Jadi, *produk liability* dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*no privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggungjawaban produk. Ketentuan ini terdapat dalam pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang yang di hasilkan atau diperdagangkan.
3. *Criminal Liability*, yaitu pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara. Dalam hal pembuktian, yang dipakai adalah

pembuktian terbalik seperti yang di atur dalam pasal 22 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana, sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang dialami konsumen merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, tanpa menutup kemungkinan dalam melakukan pembuktian. Jadi, kedudukan tanggung jawab perlu diperhatikan, karena mempersoalkan kepentingan konsumen harus disertai pula analisis mengenai siapa yang semestinya dibebani tanggung jawab dan sampai batas mana pertanggungjawaban itu dibebankan kepadanya. Tanggung jawab atas suatu barang dan/atau jasa yang di produksi oleh perusahaan atau industri, dalam pengertian yuridis lazim disebut sebagai *product liability*.⁷

Kewajiban para para pelaku usaha untuk senantiasa beretikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya sebagaimana yang diamanatkan dalam pasal 7 huruf a UUPK, dalam hal ini bertujuan untuk menjaga iklim usaha yang sehat serta tetap menjaga agar konsumen tidak dirugikan. Mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam hal ini tidak lengkapnya informasi mengenai komposisi suatu produk mengacu pada pasal 19 ayat (1) UUPK dimana apabila konsumen dirugikan dalam hal konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran, atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengonsumsi produk yang diperdagangkan produsen pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang setara dan jenis nilainya, perawatan kesehatan dan pemberian santuan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam hal konsumen menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha untuk mendapat kerugian akibat mengonsumsi produk yang tidak dilengkapi informasi

⁶ Rosa Agustina, Hans Nieuwenhuis, et.al, 2012, Hukum Perikatan (Law of Obligation),Pustaka Larasan, Jakarta, h.5

⁷ Syukni Tumi Pengata, S.H, M.H Artikel "Apa saja bentuk-bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha teradap konsumen"

mengenai komposisi secara lengkap maka konsumen harus dapat membuktikannya. Namun di dalam pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa menganut sistem pembuktian terbalik dimana beban pembuktian tersebut tidak dibebankan kepada konsumen melainkan pada pelaku usaha, artinya pelaku usaha pembuat produk atau yang dipersamakan dengannya dianggap bersalah atas terjadinya kerugian terhadap konsumen selaku pemakai produk, kecuali dia dapat membuktikan sebaliknya bahwa kerugian yang terjadi tidak dapat dipersalahkan kepadanya. Pengaturan beban pembuktian terbaik dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk mensejajarkan kedudukan antara konsumen dan produsen yang mana dalam prakteknya kedudukan konsumen lebih lemah sehingga mengakibatkan kesulitan konsumen di dalam menuntut ganti kerugian khususnya dalam hal mengkomsumsi produk yang tidak di lengkapi informasi mengenai komposisi secara lengkap. Dengan diaturnya mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan agar pelaku usaha lebih memperhatikan hak-hak konsumen terutama hak konsumen memperoleh informasi yang lengkap bukan malah menyesatkan konsumen dan menyalahgunakan kedudukan pelaku usaha yang lebih kuat dari konsumen,⁸

B. PERBUATAN-PERBUATAN YANG DILARANG UNTUK PELAKU USAHA

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha di atur dalam BAB IV Pasal 8 hingga Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketentuan-ketentuan tersebut dapat di bagi dalam tiga kelompok, yaitu:

1. Larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi (Pasal 8)
2. Larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran (Pasal 9-16)
3. Larangan bagi pelaku usaha periklanan (Pasal 17)

1. Larangan Bagi Pelaku Usaha Dalam Kegiatan Produksi

Kelompok larangan yang pertama adalah larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi yang di atur dalam Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Menurut ketentuan Pasal 8 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- 5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- 6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- 8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- 9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan

⁸ Putu Adi Nerta Jaya, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Tidak Dicontumkannya Informasi Mengenai Komposisi Produk Secara Lengkap" Hal 4

yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;

- 10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Setiap bidang usaha selain tunduk pada ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga tunduk pada peraturan lain yang lebih spesifik, misalnya kegiatan usaha di bidang makanan dan minuman tunduk pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan beserta peraturan pelaksanaannya. Seringkali kita juga menemukan bahwa tiap daerah memiliki pengaturan yang lebih spesifik yang diatur melalui Peraturan Daerah.

Pasal 8 ayat (2) dan (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga memuat larangan bagi pelaku usaha:

(2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

(3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak memberikan penjelasan mengenai rusak, cacat, bekas dan tercemar. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah-istilah tersebut diartikan sebagai berikut:

- Rusak: Sudah tidak sempurna (baik, utuh) lagi.
- Cacat: Kekurangan yang menyebabkan nilai atau mutunya kurang baik atau kurang sempurna.
- Bekas: Sudah pernah dipakai.
- Tercemar: Menjadi cemar (rusak, tidak baik lagi).

Ketentuan terakhir dari Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah ayat (4) yang berbunyi:

Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Bila diperhatikan secara seksama, ketentuan ayat (4) tersebut tidak mengatur pelanggaran ayat (3) yaitu larangan bagi pelaku usaha yang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan. Untuk kedua bidang tersebut diatur dalam peraturan yang lebih khusus yaitu Undang-Undang Nomor 7 tahun 1996 tentang Pangan dan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.

2. Larangan Bagi Pelaku Usaha Dalam Kegiatan Pemasaran

Kelompok larangan yang selanjutnya adalah larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran. Hal ini diatur dalam Pasal 9 hingga Pasal 16 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah:

- 1) Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- 2) Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- 3) Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
- 4) Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- 5) Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- 6) Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- 7) Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- 8) Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- 9) Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- 10) Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;

- 11) Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Salah satu contoh dari pelanggaran ketentuan di atas adalah perang tarif operator telepon seluler yang berimbas pada saling menyindir dan merendahkan operator lain. Di masyarakat juga sering ditemukan produk yang berlabel halal namun setelah dilakukan pengujian ternyata produk tersebut dibuat dari bahan atau melalui proses yang tidak halal. Kita juga sering menerima penawaran dari pengembang perumahan yang status lahannya masih atas nama pihak lain.

Pada Pasal 9 ayat (2) dan (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan:

(2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.

(3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Kemudian pada Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ditentukan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

1. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
2. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Selanjutnya Pasal 11 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai penjualan yang dilakukan dengan cara obral atau lelang. Ketentuan ini menentukan bahwa pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

1. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;

2. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
3. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
4. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
5. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
6. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Hal ini juga sering kita temukan di berbagai pusat perbelanjaan dimana para pelaku usaha menyelenggarakan obral atau lelang suatu barang tertentu sebagai pancingan agar konsumen membeli barang lain yang lebih mahal dari barang yang mereka obral atau lelang. Misalnya pelaku usaha memasang iklan di koran yang mempromosikan obral telepon seluler merk terkenal dengan harga yang sangat murah, namun ketika konsumen datang ke toko tersebut, pegawai toko menyatakan bahwa barang tersebut telah habis terjual dan menawarkan konsumen telepon seluler tipe atau merk lain yang harganya lebih mahal.

Ketentuan Pasal 12 dan Pasal 13 Undang-Undang Perlindungan Konsumen memuat aturan yang lebih luas dibanding pasal sebelumnya, yaitu:

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan atau diiklankan (Pasal 12).
2. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya (Pasal 13 ayat (1)).

3. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain (Pasal 13 ayat (2)).

Pasal 14 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berkaitan dengan penawaran barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dalam hal ini pelaku usaha dilarang untuk:

1. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
2. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa;
3. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
4. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pada Pasal 15 ditentukan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal terakhir berkaitan dengan perbuatan yang dilarang dalam kegiatan pemasaran adalah Pasal 16 yang menentukan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

1. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
2. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.
3. Larangan bagi pelaku usaha periklanan

Ketentuan yang menutup rangkaian perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha ini adalah Pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha periklanan. Ketentuan ini menentukan pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

1. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;

2. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
3. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
4. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
5. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
6. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Ayat (2) Pasal ini menentukan bahwa pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).⁹

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan apa yang telah dibahas, maka terdapat tiga bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yaitu *contractual liability* (yaitu tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha baik barang maupun jasa kerugian yang dialami konsumen), *product liability* (yaitu tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen) dan *criminal liability* (yaitu pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara). Berdasarkan ketentuan Pasal 19 UUPK diketahui bahwa Pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen akibat mengkonsumsi barang yang diperdagangkannya. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang setara nilainya.
2. Hal-hal yang dilarang bagi pelaku usaha di atur dalam BAB IV Pasal 8 hingga Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketentuan-ketentuan tersebut dapat di bagi dalam tiga kelompok, yaitu: pertama larangan bagi pelaku usaha dalam

⁹ Wibowo. T. Tunardy, S.H., M.Kn jurnal "Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha"

kegiatan produksi (Pasal 8), kedua larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran (Pasal 9-16), ketiga larangan bagi pelaku usaha periklanan (Pasal 17).

B. Saran

1. Sebagai pelaku usaha diharapkan dapat mengetahui hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha sehingga tidak terjadi pelanggaran yang juga bisa dikenakan sanksi.
2. Juga sebagai konsumen diharapkan dapat mengetahui hak dan kewajibannya sebagai konsumen sehingga tidak terjadi pelanggaran yang bisa dikenakan sanksi dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Anak Agung Ayu Manik Pratiwiningrat, I Wayan Wiryawan, Dewa Gde Rudy *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Produk Makanan Kadaluarsa*, 2016.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta,
- H. Mulyadi Nitisusarto, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Cetakan Kesatu. Alfabeta, CV. Bandung. 2012
- Nurmadjito, *"Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia"*, dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000,
- Rosa Agustina, Hans Nieuwenhuis, et.al, 2012, *Hukum Perikatan (Law of Obligation)*, Pustaka Larasan, Jakarta,
- Wibowo T. Tunardy, S.H, M.Kn jurnal *"Pengertian Konsumen Serta Hak dan Kewajiban Konsumen"* Tahun 2016
- Wibowo. T. Tunardy, S.H,. M.Kn jurnal *"Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha"*
- Yemima Sitepu, *Skripsi, "Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau Dari Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail)"*

Zulham, S.Hi., M.Hum. "Hukum Perlindungan Konsumen" Kencana PrenadaMedia Grup, Tahun 2013,

Sumber Lain:

- https://sinta.unud.ac.id/uploads/dokumen_dir/761ccdde4eb8e68fe8c9e423530f3b0.pdf
- <https://www.kajianpustaka.com/2018/05/pengertian-tujuan-asas-perlindungan-konsumen.html?m=1>
- <http://www.sangkoeno.com/2013/09/larangan-bagi-pelaku-usaha.html?m=1>