Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang ditimbulkan oleh Pelaku Usaha yang tidak Berbadan Hukum

Lalu Samsu Rizan[1], Jumawal[2], Firzhal Arzhi Jiwantara[3]
[1,2]Mahasiswa Magister Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram
Nusa Tenggara Barat, Indonesia
[3]Dosen Magister Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram
Nusa Tenggara Barat, Indonesia
Email: *lalusamsurizan@gmail.com*, *lalusamsurizan@gmail.com*, *firzhal@yahoo.com*

Article Info
Article History
Received: 2022-04-20
Revised: 2022-05-28
Published: 2022-06-05

Keywords:
Losses;
Costumer Protection;
UUPK.

Abstract
Indonesia is one of the countries where many business actors are engaged in various sectors. Protection of consumers seen both materially and formally is increasingly felt very important, given the increasing pace of science and technology which is the driving force for productivity and producer efficiency for goods or services produced in order to achieve business goals, in order to pursue and achieve both of these, finally either directly or indirectly, it is consumers who ultimately see firsthand. This research uses normative legal research method is a process to find a rule of law, legal principles and legal doctrines in order to answer the legal issues faced. Based on the results of the research, the liability of business actors who are not legal entities related to consumer losses incurred is that business actors who are not legal entities must be held responsible in accordance with Article 19 paragraph (1) of the UUPK and Settlement of responsibilities between business actors who are not legal entities by means of deliberation in order to reach an agreement. consensus agreed by business actors who are not legal entities as well as consumers and can be assisted by third parties.

Artikel Info
Sejarah Artikel
Diterima: 2022-04-20
Direvisi: 2022-05-28
Dipublikasi: 2022-06-05

Kata kunci:
Perlindungan Konsumen;
Kerugian;
UUPK.

Abstrak
Indonesia merupakan salah satu Negara yang banyak melahirkan pelaku usaha yang bergerak dalam berbagai sektor. Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha, dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada akhirnya merasakan dampaknya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi. Berdasarkan hasil penelitian Pertanggungjawaban pelaku usaha yang tidak berbadan hukum terkait kerugian konsumen yang ditimbulkan adalah pelaku usaha yang tidak berbadan hukum harus bertanggung jawab sesuai dengan UUPK Pasal 19 ayat (1) dan Penyelesaian masalah pertanggungjawaban antara pelaku usaha yang tidak berbadan hukum dengan cara musyawarah agar mencapai suatu mufakat yang disepakati oleh pelaku usaha yang tidak berbadan hukum dan juga konsumen dan dapat juga dibantu oleh pihak ketiga.

I. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk individu memiliki kehidupan menyendiri namun manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat melepaskan dirinya dari kelompok masayarakat, sebagai individu manusia tidak dapat melakukan sesuatu yang diinginkannya hanya dalam perseorangan, perubahan perilaku masyarakat tersebut dapat dilihat dalam berbagai sektor-sektor perkembangan yang ada, masyarakat Indonesia tidak akan pernah lepas dengan kebutuhan sehari- harinya. Sehingga manusia disebut dengan makhluk *Economicus* yang berarti manusia tidak akan pernah puas dengan apa yang mereka beli dan akan terus melakukannya demi memenuhi segala kebutuhan sehari-harinya tersebut, seiring perkembangan zaman kebutuhan manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-hari semakin kompleks, melihat akan hal itu manusiapun semakin cepat dalam berinovasi dari segala sektor untuk menciptakan penemuan baru guna memenuhi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Melihat fenomena tesebut dapat kita sadari bersama bahwa semakin

banyak manusia yang berhasil memanfaatkan situasi dan menjadikan itu sebagai peluang usaha yang dimana selain dapat memenuhi kebutuhan kehidupan manusia juga dapat medatangkan keuntungan bagi setiap pelaku usaha yang menekuni bidang dengan secara konsisten mereka lakukan. Akan tetapi tidak sedikit para Pelaku Usaha yang tidak memperhatikan kualitas dari produk/jasa yang mereka tawarkan yang dimana Konsumen pasti akan menjadi pihak yang dirugikan atas kelalaian Para Pelaku Usaha yang tidak menjaga kualitas dari Produk/Jasa yang mereka tawarkan. Indonesia merupakan salah satu Negara yang banyak melahirkan pelaku usaha yang bergerak dalam berbagai sektor. Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha, dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada akhirnya merasakan dampaknya, dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang bervariasi menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang atau jasa dengan cara seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen yang sangat majemuk tersebut. Untuk itu semua cara pendekatan diupayakan sehingga mungkin menimbulkan berbagai dampak, termasuk keadaan yang menjurus pada tindakan yang bersifat negative bahkan tidak terpuji yang berawal dari itikad buruk. Dampak buruk yang lain terjadi antara lain menyangkut kualitas atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan, pemalsuan dan sebagainya.

Pada situasi ekonomi global dan menuju era perdagangan bebas, upaya mempertahankan pelanggan/konsumen merupakan dambaan bagi setiap produsen, mengingat makin ketatnya persaingan untuk berusaha. Persaingan yang makin ketat juga memberikan dampak negative terhadap konsumen pada umumnya. Sasaran setiap negara dan pengusaha saat ini adalah menuju pemasaran global. Pada dasarnya dapat mengubah berbagai konsep atau cara pandang dan cara pendekatan mengenai banyak hal atau strategi pemasaran, hal ini mempengaruhi juga perlindungan konsumen secara global. Perlindungan konsumen dalam era globalisasi menjadi sangat penting terhadap haknya yang bersifat universal dan yang bersifat sangat spesifik. Era perdagangan bebas merupakan suatu era kemana pemasaran merupakan suatau disiplin universal. Konsep-konsep pemasaran dipandang dari strategi pemasaran global telah berubah dari waktu kewaktu, sebagaimana tahapan berikut: *Pertama,* konsep pemasaran pada awalnya adalah memfokuskan pada produk yang lebih baik yang berdasarkan pada standard dan nilai internal. Hal ini dilakukan dengan tujuan memperoleh laba, dengan menjual atau membujuk pelanggan potensial untuk menukar uangnya dengan produk perusahan. *Kedua*, pada decade enam puluhan focus pemasaran dari produk kepada pelanggan. Sasaran masih tetap pada laba, tetapi cara pencapaian menjadi luas, yaitu dengan pembaharuan pemasaran marketing mix atau 4P (*Product, Price, Promotion, And Place)* Produk, Harga, Promosi, dan Saluran distribusi. *Ketiga,* sebagai konsep baru pemasaran dengan pembaharuan dari konsep pemasaran menjadi konsep strategi.

Konsep strategi pemasaran pada fokoknya mengubah tujuan pemasaran dari pelanggan atau peroduk kepada pelanggan dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas. Untuk itu harus memanfaatkan pelanggan yang ada termasuk pesaing, kebijakan yang berlaku, peraturan pemerintah serta kekuatan makro, ekonomi, social, politik secara luas. Berangkat dari pandangan rangkaian perubahan konsep pemasaran tersebut konsumen pada dasarnya harus diberikan pekirian yang luas pula. Pemikiran yang dimaksud adalah pemikiran konsep secara luas dan kajian dari pandangan hukum pun membutuhkan kajian yang luas, sehingga tidaklah dapat dikaji dari suatu aspek hukum semata-mata. Hal ini sangat penting mengingat kepentingan konsumen pada dasarnya sudah ada sejak awal sebelum barang/jasa diproduksi selama dalam produksi sampai pada saat distribus sehingga sampai ditangan konsumen untuk dimanfaatkan secara maksimal.

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen

2. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka dalam melakukan pilihan yang tepat sesuai dengan kehendak dan kebutuhan pribadi
3. Pendidikan konsumen
4. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif
5. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen

Tanggung jawab sosial lebih menekankan kepada pemenuhan hak dan kewajiban baik dan harus dilakukan oleh produsen maupun yang harus dilakukan oleh konsumen khususnya dan masyarakat luas pada umumnya, hak bagi konsumen merupakan kewajiban bagi produsen, kewajiban bagi konsumen merupakan hak bagi prosuden, demikian pula sebaliknya, produsen dalam melakukan komunikasi, selain memperkenalkan dan mempromosikan nama perusahaan dan produk-produk yang ditawarkan, juga mempunyai kewajiban mendidik masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatan komunikasi produsen harus menyatakan kondisi yang sebenarnya, baik tentang perusahaan maupun tentang produk yang ditawarkannya, demikian pula produsen mempunyai kewajiban untuk mendidik konsumen, dari penjelasan terkait dengan perlindungan konsumen tersebut tampaknya tidak membuat semua masyarakat pahamakan keberadaan suatu aturan yang mengatur hal tersebut, terutama dalam dalam kalangan konsumen yang melakukan transaksi jual beli kepada pelaku usaha yang bersifat perorangan atau tidak memiliki badan hukum sering terjadi penyelengan kewajiban yang diakukan oleh pelaku usaha tersebut dan menimbulkan kerugian terhadap konsumen itu sendiri. Namun pada kenyataanya masih banyak masyarakat yang tidak memahami konsepdari aturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen ini cenderung menganggap yan bisa diselesaikan dengan aturan tersebut adalah pelaku-pelaku usaha yang memiliki badan hukum saja tanpa di ketahui bahwa pelaku usaha yang bersifat perorangan juga bisa menjadi objek dari pada UUPK ini.

Untuk membahas bagaimanakah upaya hukum untuk melindungi hak-hak konsumen dari pelaku usaha yang tidak memiliki badan hukum atau yang bersifat perorangan, maka diperlukan pemahaman secara normatif mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha baik sacara perorangan maupun yang berbadan hukum, dengan mengetahui larangan bagi pelaku usaha dapat dipahami bagaimana perlindungan hukum dilakukan terhadap konsumen agar tidak dirugikan karena peneyelengan kewajiban sebagai pelakuusaha untuk berbuat dengan itikad baik dalam menalankan usaha kepada konsumenya.

II. METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi, adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan Jurnal ini adalah penelitian hukum yuridis normatif yaitu penelitian yang mengkaji ketentuan-ketentuan hukum positif maupun asas-asas hukum. Untuk menjawab permasalahan hukum dalam penelitian hukum ini akan dipergunakan beberapa pendekatan masalah adalah Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) yaitu suatu pendekatan dengan menggunakan peraturan perundang-undangan sebagai bahan hukum primer. Menurut Peter Mahmud Marzuki yang dimaksud dengan pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi dan Pendekatan konseptual (*conseptual approach*) diperlukan untuk mengkaji kejelasan yang berkaitan dengan konsep tentang suatu pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum yaitu pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tentang bagaimana Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang Ditimbulkan oleh Pelaku Usaha Yang Tidak Berbadan Hukum, sebagaimana pendapat Peter Mahmud Marzuki, bahwa di dalam menggunakan pendekatan konseptual perlu merujuk prinsip-prinsip hukum. Prinsip-prinsip ini dapat diketemukan dalam pandangan-pandangan sarjana ataupun doktrin-doktrin hukum, meskipun tidak secara eksplisit, konsep hukum dapat juga ditemukan di dalam Undang-undang, sumber Bahan Hukum penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer (*primary legal resourse*), bahan hukum sekunder (*secondary legal resourse*) dan bahan hukum tersier (*tertiary legal resource*), bahan hukum primer (*primary legal resourse*) yakni bahan hukum yang mengikat yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas, seperti perundang-undangan, catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan yang berkaitan dengan per-kembangan peradilan administrasi pasca lahirnya Undang-Undang Administrasi Peme-

rintahan. Bahan hukum sekunder (*secondary legal resourse*) yakni bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer seperti buku-buku, hasil penelitian, jurnal ilmiah, artikel, pendapat dari para ahli, pendapat dari para sarjana, hasil karya ilmiah bidang hukum, surat kabar, dan bahan-bahan hukum pendukung lainnya. Bahan hukum tersier (*tertiary legal resource*) yakni bahan hukum yang dapat memberikan petunjuk maupun penjelasan teriadap bahan hukum primer dan sekunder seperti ensiklopedia dan kamus hukum, Kamur Besar Bahasa Indonesia, dan berbagai kamus lainnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pertanggungjawaban pelaku usaha yang tidak Berbadan Hukum ditinjau dari Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

   Didalam Pasal 1 angka (1) UUPK menyatakan definisi dari perlindungan konsumen tersebut yaitu "Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hkum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Berdasarkan tersebut konsumen mendapatkan perlindungan hukum dalam melakukan transaksi perdagangan barang atau jasa yang diketahui didalam melakukan transaksi jual beli perdagangan maupun perniagaan dibutuhkan setidaknya 2 (dua) pihak yang melakukannya, 2 (dua) pihak yang dimaksud adalah pihak pertama yaitu peyelenggara perdagangan dan perniagaan tersebut yang menyajikan barang atau jasa, dan pihak kedua yang dimaksudkan adalah para pengguna barang atau jasa yang disediakan oleh penyelengara perdagangan dan perngiaan tersebut, pertanggung jawaban yang didapatkan oleh konsumen seharusnya dibebankan oleh pelaku usaha yang menyebabkan suatu kerugian akibat kesalahan maupun kelalaian yang diakibatkan oleh pelaku usaha tersebut, perlindungan konsumen memiliki istilah yang berkaitan dengan perlindungan hukum, oleh karena itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Perlindungan hukum merupakan perlindungan yang diberikan hukum terkait mengenai hak dan kewajiban manusia, didalam Pasal 4 UUPK yaitu mengenai suatu hak atas kenyamanan, maupun keamanan yang didapatkan oleh para konsumen yang dilanggar oleh para pelaku usaha harus secara tegas dipertanggung jawabkan oleh pelaku usaha tersebut. Adapun Pelaku Usaha yang di maksudkan adalah seperti apa yang sudah dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (3) UUPK yang berbunyi:

   "Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi", dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah di atur tentang tanggung jawab pelaku usaha yang berbunyi:

   a) Pasal 19
      1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusa-kan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
      2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengem-balian LAang atau penggantian barang dan/ atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan keschatan dan/ atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan yang berlaku.
      3) Pemberian gantinugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
      4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
      5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat mem-buktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

   b) Pasal 22

      Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pem-buktian.

c) Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan atau tidak memberi tanggapan dan atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

d) Pasal 24

Pelaku usaha yang menjual barang dan atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen apabila:

a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/ atau jasa tersebut;
b. Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.
c. Pelaku usaba sebagaimana di-maksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

e) Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagang-kan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/ atau yang diperjanjikan.

f) Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimans dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tunggungjawab pelaku usaha. Sebagaimana yang sudah di jelaskan di atas mengenai tanggung jawab pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha yang berbentuk badan hukum Maupun yang tidak berbentuk badan hukum harus mematuhi dan dapat menerapkan bentuk tanggung jawab seperti apa yang sudah di atur di dalam Undang-Undang.

2. Penyelesaian pertanggungjawaban kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha yang tidak berbadan hukum terhadap konsumen

Kerugian yang ditimbulkan dari adanya kecurangan dari pelaku usaha yang tidak berbadan hukum tersebut akhirnya akan menimbulkan wanprestasi yang didalam UUPK pada Pasal 19 menjelaskan mengenai pertanggung jawaban dari pelaku usaha yang tidak berbadan hukum tersebut apabila diketahui adanya identifikasi wanprestasi. Wanprestasi merupakan tidak dipenuhinya suatu prestasi atau kewajiban yang telah ditetapkan terhadap pihak-pihak yang ada dalam suatu perjanjian tersebut, menurut Pasal 1234 KUHPerdata, prestasi itu dapat berupa member sesuatu hal, berbuat suatu, dan tidak berbuat sesuatu. Wanprestasi sendiri diatur didalam buku ke III Pasal 1234-1252 KUHPerdata, ganti rugi wanprestasi adalah segala bentuk ganti rugi yang dibebankan oleh debitur yang tidak memenuhi isi dari suatu perjanjian yang telah dibuat dan disepakati oleh kreditur dan debitur, didalam Pasal 1249 ditentukan cara membayar ganti rugi yang ditimbulkan oleh wanprestasi tersebut, didalam pasal ini dikatakan bahwa bentuk ganti rugi yang dapat digunaknanya adalah dalam bentuk uang, menurut para ahli bahwa uang merupakan hal yang sangat praktis dan paling sedikit dalam hal menimbulkan suatu keselisihan. Pengaturan dalam penyelesaian pertanggung-jawaban produsen terhadap konsumen terdapat dalam KUHPerdata dalam Pasal 1365 yang menjelaskan bahwa setiap perbuatan yang melanggar hukum dan mengakibatkan kerugian terhadap orang lain maka dapat dituntut untuk mengganti kerugian tersebut.

Dalam Pasal 23 UUPK mengatur mengenai gugatan melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau badan peradilan ditempat kedudukan konsumen, pasal 28 UUPK mengatur mengenai unsur-unsur kesalahan yang ditimbulkan oleh pelaku usaha tersebut dan pertanggungjawabannya serta beban pembuktiannya, beban pembuktian tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam hal dapat atau tidaknya penuntutan perkara perdata dikabulkan. Dalam Pasal 1865 KUHPerdata ditegaskan bahwa apabila seseorang memiliki hak untuk mendapatkan untuk menyangkal hak orang lain mewajibkan untuk membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut. Penyelesaian pertanggu-

ngjawaban kerugian yang ditimbul-kan oleh pelaku usaha yang tidak berbadan hukum terhadap konsumen juga dapat dilakukan dengan cara musyawarah, yaitu musyawarah antara dua belah pihak, dalam musyawarah tersebut dapat dilakukan penggantirugian oleh pelaku usaha yang tidak berbadan hukum ke konsumen dalam bentuk pertan-ggungjawaban dalam bentuk barang maupun uang, apabila tidak terjadi mufakat dalam musyawarah tersebut maka dapat dituangkan dalam bentuk tertulis yang dituangkan dalam bentuk BPSK yang selambat-lambatnya 21 hari kerja sejak permohonan yang diajukan kepada seketariat BPSK.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Pertanggungjawaban pelaku usaha yang tidak berbadan hukum terkait kerugian konsumen yang ditimbulkan adalah pelaku usaha yang tidak berbadan hukum harus bertanggung jawab sesuai dengan UUPK Pasal 19 ayat (1).
2. Penyelesaian masalah pertanggung-jawaban antara pelaku usaha yang tidak berbadan hukum dengan cara musya-warah agar mencapai suatu mufakat yang disepakati oleh pelaku usaha yang tidak berbadan hukum dan juga konsumen dan dapat juga dibantu oleh pihak ketiga.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Akibat Kerug-ian yang Ditimbulkan oleh Pelaku Usaha yang tidak Berbadan Hukum.

DAFTAR RUJUKAN

Anak Agung Adi Lestari, *"Perjanjian baku dalam jual beli kredit sepeda motor ditinjau dari undang-undang Nomor 8 tahun 1999"*, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 5, No. 2. URL. https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/22445/15663, diakses tanggal 4 April 2019. h.344.

C.S.T. Kasil, 1986, *Pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka**,** h. 29.

H. Mulyadi Nitisusastro, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan, Cetakan Kesatu. Alfabeta, CV. Bandung. 2012, hal. 252.

I Ketut Oka Setiawan, 2017, *Hukum Perikatan*, Jakarta, Sinar Grafika, h. 19.

Indonesia, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999, LN No. 42

kosmetik impor yang tidak terdaftar di BBPOM Denpasar, Jurnal Magister Hukum Udayana, Vol. 6, No. 1. URL. https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmhu/article/view/22288/20922. diakses tanggal 4 april 2019. h.18.

Ni Putu Januaryanti Pande, *"Perlindungan konsumen terhadap produk*

Peter Mahmud Marzuki. *Op. Cit.* h.35.

Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum,* Kencana, Jakarta, 2009. h.35.

Philipus M. Hadjon. *Pengkajian Ilmu Hukum, Makalah Penelitian Metode Penelitian Hukum Normatif,* Universitas Airlangga, Surabaya, 1997. h.20.

Sri Redjki Hartono, makalah *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen* dalam buku *Hukum Perlindungan Konsumen, Ibid* Hal. 34 dalam buku Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum PerlindunganKonsumen,* Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hal. 6.