PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN TERKAIT PENJUALAN BARANG BERMEREK PALSU MELALUI TRANSAKSI ONLINE DITINJAU BERDASARKAN HUKUM PERDATA

A.Rahmi Ainun Kirana1, Ilham Abbas2, ΩMuhammad Rustan3,

1Mahasiswa Program Sarjana Ilmu Hukum, Universitas Muslim Indonesia

2Fakultas Hukum, Universitas Muslim Indonesia

Ωrahmi\_kirana@yahoo.com

**Abstract**:

 *This study intends to find out and explain the forms of legal protection for consumers related to the sale of counterfeit branded goods through online transactions in Indonesia. and to identify and explain efforts to resolve disputes between consumers who are harmed over counterfeit branded goods through online transactions. The research uses normative methods by reviewing library materials and secondary data and using legal material analysis techniques with a statutory approach. The results of the study show that consumer protection related to the sale of counterfeit branded goods through online transactions in Indonesia refers to several laws and regulations, namely: Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions as a form of protection for consumers, namely that business actors are required to provide correct and clear information regarding goods/services that are traded and there is a guarantee of liability for business actors for losses and all legal consequences due to violations of obligations in electronic transactions. based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, a form of legal protection for consumers, namely in 2001 the Government formed the National Consumer Protection Agency which later formed the Consumer Dispute Settlement Agency at the regional level. based on Law Number 20 of 2016 concerning Marks and Geographical Indications, a form of consumer protection with the existence of criminal threats for business actors who falsify brands or trade products resulting from criminal acts. disputing parties without involving a court or a neutral third party, Settlement through court. and Settlement outside the court through BPSK.* in the future the government needs to regulate legislation regarding online transactions specifically and consumers must be more careful in buying goods online and the need for consumer courage to ask business actors to be responsible for losses suffered by consumers.

**Keywords** : protection; consumer; counterfeit goods; online transactions;

**Abstrak**:

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu melalui transaksi online diIndonesia. dan untuk mengetahui dan menjelaskan upaya penyelesaian sengketa konsumen yang dirugikan atas barang bermerek palsu melalui transaksi online. Penelitian menggunakan metode normatif dengan mengkaji bahan Pustaka dan data sekunder dan menggunakan Teknik analisis bahan hukum secara pendekatan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan perlindungan konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu melalui transaksi online diIndonesia merujuk pada beberapa peraturan perundang-undangan yakni : Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik bentuk perlindungan terhadap konsumen yaitu diharuskannya pelaku usaha memberikan informasi yang benar dan jelas terkait barang/jasa yang diperjual belikan serta adanya jaminan pertanggung jawaban pelaku usaha atas kerugian dan segala konsekuensi hukum akibat pelanggaran kewajiban dalam transaksi elektronik. berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yakni pada tahun 2001 Pemerintah membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang kemudian membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ditingkat daerah. berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, bentuk perlindungan konsumen dengan adanya ancaman pidana bagi pelaku usaha yang memalsukan merek atau memperjual belikan produk hasil tindak pidana. mengenai penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui 3 jalur yakni Penyelesaian secara damai oleh para pihak bersengketa tanpa melibatkan pengadilan atau pihak ketiga yang netral, Penyelesaian melalui pengadilan. dan Penyelesaian diluar pengadilan melalui BPSK. kedepannya pemerintah perlu mengatur Perundang-undangan tentang transaksi online secara kshusus dan konsumen harus lebih cermat dalam membeli barang secara online serta perlunya keberanian konsumen untuk meminta pertangggung jawaban kepada pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen.

**Kata Kunci:** perlindungan; konsumen; barang palsu; transaksi online;

|  |  |
| --- | --- |
| Submit : hh-bb-tttt | Accept : hh-bb-tttt |
| Doi: http://~ |

**PENDAHULUAN**

 Teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang cukup pesat [[1]](#footnote-1)dan semuanya telah menjamur dalam kehidupan manusia di iringi dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dalam kehidupan yang menggunakan kecanggihan sehingga tidak dapat di pungkiri bahwa perkembangan teknologi dan informasi merupakan ujung tombak era globalisasi yang kini hampir melanda seluruh dunia. berkembangnya Teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat membawa banyak kemajuan pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia. baik sosial, budaya, ekonomi, maupun bidang lainnya. Salah satu perkembangan teknologi yang kita kenal adalah internet. internet merupakan produk teknologi yang banyak di manfaatkan oleh masyarakat[[2]](#footnote-2) serta memberikan kemudahan komunikasi secara global dan memungkinkan manusia memperoleh informasi yang cepat serta saling bertukar informasi. setelah internet mulai digunakan oleh masyarakat luas, internet juga mulai di gunakan untuk kegiatan perdagangan. teknologi informasi secara signifikan telah mengubah sistem ekonomi konvensional menjadi sistem ekonomi digital. kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini di kenal dengan istilah *electronic commerce*, atau di singkat *e-commerce.*

###  *E-commerce* merupakan suatu proses jual beli barang dan jasa yang di lakukan melalui jaringan komputer yaitu internet. Secara yuridis transaksi *e-commerce* ini di atur dalam Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang terdapat dalam Pasal 1 ayat (2) yang disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang di lakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya.

### Ada pun ayat dalam Al-Qur’an yang dapat dijadikan sandaran dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli secara *online*, antara lain Surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

### يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

### Artinya :

### *“*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.

###  Berdasarkan ayat diatas, dapat dipahami bahwa Islam sangat menganjurkan kita untuk melaksanakan kegiatan jual beli berdasarkan kesepakatan dan hukum syariat yang berlaku, jadi segala kegiatan jual beli baik secara konvensional ataupun secara *online* harus mengikuti aturan-aturan penetapan yang boleh dilakukan dan atau tidak boleh dilakukan. yang bertujuan untuk mengendalikan manusia dari kegiatan yang merugikan masyarakat. Segala transaksi jual beli *online* yang terjadi harus atas dasar kesepakatan, tidak ada unsur pemaksaan, tidak ada pihak yang di dzalimi atau mendzalimi, semua transaksi harus transparan. agar mendapatkan berkah dari Allah SWT, serta bermanfaat sehingga mencapai falah (sejahtera lahir-batin) di dunia juga di akhirat.

###  Dunia internet begitu banyak situs-situs penjualan *online* yang mewadahi masyarakat yang mengkhususkan diri dalam memperdagangkan barang-barang tertentu. salah satu situs yang sedang marak di kalangan masyarakat dalam kegiatan jual beli *online* adalah media sosial seperti *Instagram, facebook, twitter,* dan beberapa aplikasi belanja online seperti *Tokopedia, Lazada, shopee,* dan juga aplikasi belanja *online* lainnya. yang semakin memudahakan para konsumen untuk membeli barang. berbagai produk serta merek dagang juga banyak dijumpai dalam transaksi *online*. merek sendiri mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan perdagangan. untuk memperdagangkan suatu produk baik yang bermerek maupun tidak bermerek kepada konsumen tentunya juga harus memperhatikan hak-hak konsumen yang sudah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pada Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 sendiri sedah dengan jelas mengatur adanya beberapa hak yang dapat diterima konsumen setelah memperoleh barang atau jasa yang dibelinya. barang-barang yang bervariasi berasal dari merek terkenal seperti *Nike, Puma, Prada, Hermes, Huda beauty, Hugo Boss* dan merek terkenal yang lainnya itu telah mulai banyak beredar di Indonesia dengan adanya sarana pemesanan *online* yang kini sangat marak di kalangan masyarakat yang dimana hal tersebut sangat memberikan kemudahan dalam masyarakat untuk membeli barang dari luar negeri. Saat ini sangat mudah di jumpai penjual yang menjual barang bermerek palsu tanpa sepengetahuan pemilik merek asli, penjual barang bermerek palsu tersebut menjual barang bermerek palsu seperti baju, tas, celana, sepatu, jaket, kosmetik di pinggir jalan maupun melalui media sosial atau transaksi *online* dengan harga miring.

###  Posisi konsumen berada pada posisi yang lemah dalam kegaiatan perdagangan dan faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya yang masih rendah[[3]](#footnote-3) dan juga jika di bandingkan dengan posisi pelaku usaha. Konsumen yang menggunakan merek yang ternyata palsu akan mengalami kekecewaan karena mengkonsumsi secara keliru barang tertentu yang kualitasnya berbeda dengan yang di harapkan. Dan barang yang menggunakan merek palsu tersebut pastinya beredar dengan tanpa di sertai izin edar sehingga di ragukan keamanannya. bukan hanya kekecewaan yang konsumen dapatkan namun juga dapat membahayakan Kesehatan dan keselamatan konsumen. karena tingkat kesadaran dan kecermatan konsumen yang masih kurang menyebabkan konsumen gampang tertipu oleh modus penjualan barang bermerek terkenal melalui transaksi *online*.

###  Oleh sebab itu perlu di ketahui bagaimana perlindungan yang di miliki konsumen apabila dirinya menjadi korban produk bermerek palsu oleh pelaku usaha jual beli *online* serta penyelesaian yang dapat di tempuh konsumen atas kerugian produk bermerek palsu, sehingga akhirnya penulis merasa perlu untuk mengkaji lebih dalam mengenai “Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Berdasarkan Hukum Perdata”

###

###  Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah adalah Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu melalui transaksi *online* berdasarkan hukum perdata dan upaya penyelesaiaan sengketa konsumen yang dirugikan atas barang bermerek palsu melalui transaksi *online.* Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis tentang bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu melalui transaksi *online* berdasarkan hukum perdata. dan untuk mengetahui upaya penyelesaian yang dapat di tempuh konsumen yang di rugikan atas barang bermerek palsu melalui transaksi *online.* hasil penelitian ini di harapkan memberikan manfaatpengembangan wawasan pemahaman terhadap ilmu hukum, khususnya perlindungan hukum terhadap konsumen atas kerugian barang bermerek palsu dalam transaksi *online.* danssebagai referensi terhadap penelitian selanjutnya dalam karya tulis ilmiah yang lebih mendalam sehubungan dengan bidang keperdataan dalam aspek perlindungan konsumen atas kerugian barang bermerek palsu dalam transaksi *online.*

**METODE**

### Artikel ini mengangkat isu tentang aspek perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu dalam *transaksi online*, sehingga penelitian ini membutuhkan kajian terhadap Peraturan Perundang-undangan dan literatur yang terkait dengan isu masalah yang diteliti. berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian hukum normatif.Penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum yang dilakukan dengan cara mengkaji bahan pustaka atau data sekunder. setelah mempelajari seluruh bahan hukum yang digunakan dalam artikel ini, dilakukan analisis deskriptif yaitu menjelaskan, menguraikan, dan menggambarkan sesuai dengan permasalahan yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

 **PEMBAHASAN**

1. **Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Berdasarkan Hukum Perdata**

Perlindungan hukum merupakan suatu perlindungan yang diberikan terhadap subjek hukum yang bersifat perventif dan bersifat represif, baik tertulis maupun tidak tertulis. Perlindungan hukum merupakan hak setiap warga negara, serta di sisi lain perlindungan hukum merupakan kewajiban bagi negara itu sendiri, oleh karena itu negara wajib memberikan perlindungan hukum kepada warga negaranya.[[4]](#footnote-4) dalam suatu proses jual beli, perlindungan hukum sangat diperlukan untuk melindungi konsumen dari resiko yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Karena beberapa tahun terakhir kegiatan jual beli *online* begitu marak terkhususnya dalam transaksi jual beli barang bermerek, maka sangat dibutuhkan suatu aturan hukum yang mengaturnya agar proses jual beli tersebut teratur, dan adil bagi semua pihak. Mekanisme transaksi elektronik tidak seperti transaksi konvensional dikarenakan setiap transaksi elektronik diawali dengan tahap penawaran melalui internet oleh pelaku usaha, tahap kesepakatan antara para pihak, tahap pembayaran melalui jasa perbankan, tahap pengiriman produk yang di pesan melalui jasa ekspedisi. serta diakhiri dengan tahap penerimaan barang oleh konsumen[[5]](#footnote-5).

 Mengingat dalam transaksi jual beli melalui media elektronik *e-commerce* kegiatan perdagangan ini dilakuakan tanpa bertatap muka secara langsung dan sebelumnya konsumen dan pelaku usaha tidak saling mengenal, hak-hak konsumen dalam transaksi ini sangat rawan dilanggar sehingga konsumen memiliki posisi tawar *(bargaining position)* yang lemah.

 Berdasarkan hasil analisis, sejumlah aspek perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu melalui transaksi online terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. yang akan di uraikan sebagai berikut :

1. **Perlindungan Hukum Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi *Online* Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.**

 Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya di sebut dengan UU ITE) merupakan dasar hukum utama bagi transaksi perdagangan yang menggunakan media elektronik. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik memiliki arti penting dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan media elektronik adalah :[[6]](#footnote-6)

1. Pengakuan transaksi, informasi, dokumen dan tanda tangan elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin.
2. Diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan teknologi informasi disertai dengan sanksi pidananya.
3. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik berlaku bagi setiap orang yang melakukan perbuatan hukum, baik yang berada diluar wilayah Indonesia. Sehingga jangakauan UU ITE ini tidak hanya bersifat lokal saja tetapi juga internasional.

 Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. terdapat aturan di dalam Pasal 17 ayat (2) Undang-undang Informasi dan Teransaksi Elektronik yang menyebutkan “Para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung”. Ketentuan transaksi elektronik diatur dalam Pasal 18 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, yaitu “Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”. Sesuai dengan bunyi Pasal 18 ayat (1) UU ITE maka perjanjian *E-commerce* harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kekuatan hukum konvensional[[7]](#footnote-7).

 Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu dalam transaksi jual beli online *e-commerce*, yang diatur dalam Pasal 9 Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah :

 Sebagai transaksi berbasis sistem elektronik, informasi yang lengkap dan akurat mengenai subjek dan objek transaksi, sangat dibutuhkan oleh para pihak dalam transaksi dagang secara elektronik. dapat diketahui bahwa bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu dalam transaksi online dengan adanya Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 dapat dibagi menjadi 3, yaitu :

1. Pemberian informasi yang jelas serta benar mengenai produk (barang dan/atau jasa), hal ini merupakan sebuah hak konsumen yang dijamin dalam Pasal 9 Undang-undang Nomor 11 tahun 2008.
2. Adanya pertanggung jawaban atas kerugian dan segala konsekuensi hukum yang ditimbulkan akibat pelanggaran kewajiban dalam transaksi elektronik (dijamin dalam Pasal 12 dan Pasal 28 Undang-undang Nomor 11 tahun 2008

Pemberian informasi yang jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal yang berkenaan dengan transaksi.

**2. Perlindungan Hukum Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi *Online* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen**

 Pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu telah diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang merupakan payung hukum *(umbrella act)* perlindungan konsumen di Indonesia. Pengaturan perlindungan konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen merupakan perlindungan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat.[[8]](#footnote-8) Dalam hal pengaturan perlindungan konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu dalam transaksi *online* yang beredar dimasyarakat terdapat hak-hak konsumen yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, diatur pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah :

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. hak unduk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual online), sesuai pada Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kepastian hukum untuk menjamin perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertangung jawab.[[9]](#footnote-9) Sebuah informasi tentang produk atau barang yang diperjual belikan oleh pelaku usaha melalui transaksi online sangat diperlukan sebelum memutuskan untuk membeli produk atau barang tersebut. Transaksi konsumen dimaksudkan diadakannya hubungan hukum (jual beli) tentang produk konsumen dengan pelaku usaha itu. Oleh sebab itu kiranya konsumen mendapatkan haknya sesuai dengan hukum yang berlaku dan dengan adanya undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen kiranya posisi konsumen dengan pelaku usaha seimbang dan tercapainya kebutuhan masing-masing pihak.

Dalam perlindungan konsumen terhadap pembelian barang melalui transaksi online lebih tegas terdapat pada Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang konsumen terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang. Selanjutnya Pasal 9 ayat (1) huruf b Undang-undang Perlindungan Konsumen menyebutkan “pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang/jasa secara tidak benar dan seolah-olah barang tersebut dalam keadaan baik atau baru”. untuk penjelasan Pasal ini bahwa pelaku usaha biasanya memberi tahu konsumen bahwa merek produk seperti tas, make up, sepatu, (bermerek terkenal) yang dijualnya berupa yang asli, maka konsumen akan dirugikan akibat informasi palsu tersebut. Akibatnya apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi: Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 Miliar ( dua miliar rupiah).

Perlindungan kepada konsumen transaksi online*,* apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, maka pihak pelaku usaha wajib untuk memberikan penggantian/pengembalian produk, dan bertanggung jawab memberikan ganti rugi atau kerusakan sesuai dengan yang telah diatur di dalam Pasal 19 UUPK.

Perlindungan kepada konsumen yang diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 19 mengenai Tanggung Jawab Pelaku Usaha, menyebutkan bahwa:

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

 Dalam Pasal 19 Undang-undang Perlindungan Konsumen, dinyatakan bahwa “pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”. Ganti rugi tersebut dapat berupa:

1. Pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara;atau
2. Perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. namun, ketentuan tersebut tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Apabila pelaku usaha menolak dan/atau tidak memberikan tanggung jawab dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tunutan konsumen, maka pelaku usaha tersebut dapat digugat. hak atas ganti kerugian ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak atau tidak seimbang, akibat adanya penggunaan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Setiap sengketa yang terjadi antar konsumen dan pelaku usaha setidaknya dapat dilakukan dengan 2 cara penyelesaian, yaitu:

1. Penyelesaian sengketa secara damai.
2. Penyelesaian melalui lembaga atau instansi yang berwenang.

Menurut Happy Susanto bahwa mengenai hak-hak dari konsumen diantaranya disebutkan mengenai hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa secara patut. Konsumen yang merasa hak-haknya telah dilanggar perlu mengadukannya kepada lembaga yang berwenang. Konsumen bisa meminta bantuan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) terlebih dahulu untuk meminta bantuan hukum atau bisa langsung menyelesaikan masalahnya ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).[[10]](#footnote-10) Menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (11), BPSK adalah “badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen”.

Di samping bertugas menyelesaikan masalah sengketa konsumen, BPSK juga bertugas memberikan konsultasi perlindungan konsumen. Bentuk konsultasinya sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan kepada konsumen atau pelaku usaha tentang hak dan kewajibannya masing-masing.
2. Memberikan penjelasan tentang bagaimana menurut ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh konsumen dan juga pelaku usaha.
3. Memberikan penjelasan tentang bagaimana memperoleh pembelaan dalam hal penyelesaian sengketa konsumen.
4. Memberikan penjelasan tentang bagaimana bentuk dan tata cara penyelesaian sengketa konsumen. BPSK dibentuk oleh pemerintah untuk menyelesaikan sengketa konsumen diluar pengadilan. Kedudukan badan ini berada di daerah tingkat II. Susunan pengurus BPSK dibentuk oleh gubernur masing-masing provinsi dan diresmikan oleh menteri perdagangan.

Dan selain itu ada juga Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merupakan lembaga swadaya masyarakat yang diakui oleh pemerintah yang dapat berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen agar hak-haknya terlindungi. faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat pemahaman dan kesadaran akan haknya yang masih rendah. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam Pasal 29 Undang-undang Perlindungan Konsumen disebutkan adanya tangung jawab pemerintah atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen untuk memberdayakan konsumen dalam memperoleh haknya. Pemberdayaan konsumen tersebut, sesuai asas keadilan dan keseimbangan, tidak boleh merugikan kepentingan pelaku usaha, namun sebaliknya melalui perlindungan konsumen tersebut diharapkan dapat mendorong iklim berusaha yang sehat dan lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

**3. Perlindungan Hukum Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi *Online* Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis**

Pemalsuan merek merupakan sebuah pelanggaran, bukan tindak kejahatan. istilah “KW” timbul untuk menunjukkan barang-barang tiruan atau palsu dari produk yang mereknya terdaftar, termasuk tas, sepatu, produk kecantikan dan produk-produk yang lainnya yang telah memiliki nama brand yang terkenal dimasyarakat. Dalam penerapan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis sendiri tidak dikenal istilah “KW” tersebut, tetapi terdapat pengaturannya didalam beberapa pasal.

1. **Penyelesaiaan Sengketa Konsumen yang Dirugikan Atas Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi *Online***

Permasalahan yang dihadapi konsumen Indonesia, seperti juga yang dialami konsumen di negara-negara berkembang lainnya, tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu, yaitu menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Kondisi yang demikian konsumen kerap menjadi objek pelaku usaha, dan kelemahan konsumen tersebut dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pelaku usaha. Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dari kelemahan yang demikian, maka perlu dilakukan upaya pemberdayaan terhadap konsumen melalui suatu lembaga yang diamanatkan oleh Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen.

 Berdasarkan pada Pasal 1 ayat (4) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional menyatakan bahwa pemerintah membuat suatu badan atau lembaga yang dikenal dengan Badan perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). dan lembaga non pemerintah yang disebut dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang ketentuannya ada didalam Pasal 1 ayat (3) Peraturan Pemerintah Tahun 2001

 Berdasarkan dengan Pasal 2 ayat (3) PP Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional menjelaskan bahwa “Dalam hal diperlukan, untuk meningkatkan kinerja, BPKN dapat membentuk perwakilan di ibukota daerah provinsi”, oleh sebab itu BPKN membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen untuk menjadi perwakilan diberbagai daerah, BPSK adalah lembaga non struktural yang berkedudukan di Kabupaten dan Kota yang mempunyai fungsi menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan.[[11]](#footnote-11) Pembentukan BPSK ini berdasarkan pada adanya kecenderungan masyarakat yang segan untuk beracara di pengadilan karena posisi konsumen yang secara sosial dan finansial tidak seimbang dengan pelaku usaha. Kehadiran BPSK diresmikan pada tahun 2001, yaitu dengan adanya Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam Pasal 1 angka (11) UU Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, pemerintah juga mengakui keberadaan lembaga perlindungan konsumen non pemerintah yang dikenal dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. lembaga non pemerintah ini yang terdaftar dan diakui oleh pemeritah yang mempunyai kegiatan mengenai perlindungan konsumen.

 Adanya kerugian yang didapatkan konsumen dapat menimbulkan sengketa konsumen, Sengketa Konsumen pada prinsipnya 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. [[12]](#footnote-12)

Mekanisme untuk meminta pertanggungjawaban pelaku usaha menurut UU Perlindungan Konsumen Pasal 45 ayat (2), “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.

Berdasarkan ketentuan ini, bisa dikatakan bahwa ada tiga bentuk penyelesaian sengketa konsumen, yaitu:[[13]](#footnote-13)

1. Penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa tanpa melibatkan pengadilan atau pihak ketiga yang netral.
2. Penyelesaian melalui pengadilan.
3. Penyelesaian di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian sengketa konsumen

 Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen Pasal 45 ayat (4), “Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa”.

 Penyelesaian sengketa di BPSK adalah persidangan tanpa bantuan pengacara. Setiap sengketa yang masuk pada Lembaga ini akan diutamakan untuk diselesaikan melalui jalur musyawarah secara kekeluargaan.[[14]](#footnote-14) kelebihan tersendiri yang dimiliki BPSK adalah tidak membutuhkan waktu yang lama dalam prosedur maupun putusan yang dikeluarkan serta murah karena biaya persidangan yang dibebankan sangat ringan dan dapat tejangkau oleh konsumen.

 Persidangan pada Badan Penyelesaian Konsumen dapat di tempuh dengan 3 (tiga) cara, yaitu :

1. Persidangan dengan cara Arbitrase

Arbitrase yaitu cara penyelesaian sengketa perdata yang dilakukan diluar peradilan umum dan didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat oleh para pihak yang bersengketa.

1. Persidangan dengan cara konsiliasi

Penyelesaian sengketa dengan konsiliasi memiliki banyak kesamaan dengan arbitrase dimana menyerahkan sengketa kepada pihak kita untuk diberikan pendapatnya kemudian disampaikan kepada para pihak. Namum pendapat konsiliator tidak mengikat sebagaimana mengikatnya putusan arbitrase.

1. Persidangan dengan cara mediasi Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa dengan prantara pihak ketiga. yakni pihak yang memberi masukan-masukan kepada para pihak untuk menyelesaikan sengketa mereka. Berbeda dengan arbitrase, pada mediasi tidak terdapat kewajiban para pihak untuk mentaati apa yang disarankan oleh mediator.

Adapun keputusan yang diambil oleh majelis BPSK bersifat final dan mengikat, sesuai dengan metode penyelesaian yang dipilih oleh konsumen, apakah mediasi, konsiliasi, atau arbitrase. Artinya, setiap pihak yang terlibat dalam persidangan atau kasus sengketa yang diajukan berhak untuk melaksanakan putusan tanpa terkecuali.

 Berdasarkan uraian diatas untuk menghindari dari barang bermerek palsu yang dijual melalui transaksi *online (e-commerce)* maka konsumen harus teliti dalam kejelasan dan kebenaran informasi dari pihak penjual. Apabila terjadi pelanggaran atau penipuan yang merugikan konsumen dalam konteks penjualan barang bermerek palsu secara *online* maka pelaku usaha berhak ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. Konsumen dapat melaporkan serta menggugat ke BPSK setempat dengan mengikuti prosedur yang telah dijelaskan sebelumnya.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Perlindungan hukum bagi konsumen toko *online* di media sosial harus dicari dari beberapa sumber hukum yang ada atau masih menggunakan aturan perlindungan hukum konsumen secara konvensional. perlindungan hukum konsumen untuk saat ini dapat merujuk pada beberapa peraturan perundang-undangan yakni Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, PP Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. walaupun sudah terdapat peraturan yang menjangkau transaksi online namun masih banyak kelemahan dalam penerapannya. Hal ini dikarenakan hukum yang ada belum spesifik dirancang untuk kebutuhan transaksi online (e-commerce) dengan klasifikasi bisnis yang berbeda-beda. Kemudian, Bentuk penyelesaian sengketa konsumen dapat dilihat dari adanya Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam Pasal 1 angka (11) UU Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. dan ada 3 bentuk penyelesaian sengketa konsumen yaitu penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa, penyelesaian melalui jalur pengadilan, dan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Mengenai pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen terkait penjualan barang bermerek palsu melalui transaksi online, kedepannya pemerintah perlu mengatur Perundang-undangan tentang transaksi online (e-commerce) secara khusus dan perlunya pengawasan yang ketat terhadap pelaku usaha jual beli online. lalu Perlunya keberanian bagi konsumen untuk meminta pertanggungjawaban kepada pelaku usaha atas kerugian yang sudah menimpa konsumen sebagai rasa tanggung jawab agar tidak ada lagi konsumen yang merasa dirugikan. Serta setiap sanksi-sanksi agar dapat dilaksanakan untuk efek jera bagi pelaku usaha.

**UNGKAPAN TERIMAKASIH**

Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam tulisan ini, Penulis ucapkan banyak terima kasih atas bantuan dan kebersamaannya. Akhirnya Penulis mengharap semoga dengan hadirnya jurnal ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan teknologi menuju yang lebih baik lagi. Semoga Allah SWT, senantiasa memberkati dan merahmati segala aktivitas keseharian sebagai suatu ibadah disisi-Nya. Aamiin.

**REFERENSI**

### AL-QUR’AN Dan Terjemahan. 1989, Semarang : CV. Toha Putra Semarang

### Adrian Sutedi, 2008 *Tangung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen,* Bogor, Ghalia Indonesia.

### Badan penelitian dan pengembangan SDM kementrian komunikasi dan informatika, 2011 *pemanfaatan* *teknologi informasi dan komunikasi pada industri kecil dan menengah di daerah ,*puslitbang APTIKA IKP

### Happy Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan,* Jakarta: Visimedia.

### Kurniawan, 2011, *hukum perlindungan konsumen*, Universitas Brawijaya Press (UB Press)

### Ni Ketut Supasti Dharmawan, 2018 *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia,* Denpasar, Swasta Nulus

### Rachmadi Usman, 2000, *Hukum Ekonomi dalam Dinamika,* Djambatan.

### Shiefti Dyah Alyusi*,* 2018 *media social interaksi,identitas dan modal social,* prenadamedia group

### Agus Suwandono,, Deviana Yuanitasari, (2016), *“Kedudukan Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”*, Jurnal Bina Mulia Hukum, Volume 1, No.1, September.

### Dahlia, (2009), *Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual-Beli Melalui Media Internet*, dalam *Jurnal Wacana Hukum*, Volume III No. 1, Agustus.

### Rahman A, (2018) *Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Serang*. Jurnal Ilmu Hukum, 2(1).

### Roberto Ranto*,* (2019)*, Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik,* *dalam jurnal Ilmu Hukum Alethea,* Volume 2 No.2, Februari.

### Rizka Syafrina, (2016), *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online*, *dalam jurnal De* *Lege Lata*, Volume 1 No.2, Desember.

### Sari, A. R, (2018)*, Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Pinjaman Dalam Penyelenggaraan Financial Technology Berbasis Peer To Peer Lending Di Indonesia.*

### Sargih, R. R, (2019) Faktor-Faktor di Batalkannya Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Pengadilan Negeri (Studi Putusan Nomor : 281/Pdt. Sus BPSK/2017/PN. Mdn), (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

### Undang-undang dasar 1945

### Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

### Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

### Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

### Undang-undang Nomor. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis.

### Undang-undang Nomor.15 Tahun 2001 Tentang Merek

###  Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

###  Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional

### Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional

1. Badan penelitian dan pengembangan SDM kementrian komunikasi dan informatika, *“pemanfaatan* *teknologi informasi dan komunikasi pada industri kecil dan menengah di daerah”,*puslitbang APTIKA IKP,2011,hal 49 [↑](#footnote-ref-1)
2. Shiefti Dyah Alyusi*, “media social interaksi,identitas dan modal social”,*prenadamedia group,2018,hal 1 [↑](#footnote-ref-2)
3. Kurniawan, *hukum perlindungan konsumen*, Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2011, Hal 6 [↑](#footnote-ref-3)
4. Sari, A. R, 2018*, “Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Pinjaman Dalam Penyelenggaraan Financial Technology Berbasis Peer To Peer Lending Di Indonesia”.* [↑](#footnote-ref-4)
5. Rizka Syafrina, *“Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online”*, *dalam jurnal De* *Lege Lata*, Volume 1 No.2, Desember 2016, hal. 20 [↑](#footnote-ref-5)
6. Roberto Ranto*, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik”,* *dalam jurnal Ilmu Hukum Alethea,* Volume 2 No.2, Februari 2019, hal 152. [↑](#footnote-ref-6)
7. Dahlia*, “Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual-Beli Melalui Media Internet”*, dalam *Jurnal Wacana Hukum*, Volume III No. 1, Agustus 2009, hal 37 [↑](#footnote-ref-7)
8. Agus Suwandono, Deviana Yuanitasari, *“Kedudukan Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”*, Jurnal Bina Mulia Hukum, Volume 1, No.1, September 2016, hlm.16. [↑](#footnote-ref-8)
9. Adrian Sutedi*, “Tangung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen”,* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hal.8. [↑](#footnote-ref-9)
10. Happy Susanto*, “Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan”,* Jakarta: Visimedia, 2008, hal. 58 [↑](#footnote-ref-10)
11. Rahman A, *“Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Serang”*. Jurnal Ilmu Hukum, 2018, 2(1). [↑](#footnote-ref-11)
12. Rachmadi Usman, *“Hukum Ekonomi dalam Dinamika”,* Djambatan, 2000, Hal. 223-224 [↑](#footnote-ref-12)
13. Happy Susanto, *Op.cit,* Hal. 76 [↑](#footnote-ref-13)
14. Sargih, R. R, “Faktor-Faktor di Batalkannya Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Pengadilan Negri (Studi Putusan Nomor : 281/Pdt. Sus BPSK/2017/PN. Mdn), 2019, (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area). [↑](#footnote-ref-14)