

DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>

Received: 9 Juni 2023, Revised: 8 September 2023, Publish: 10 September 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Kewenangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Menangani Sengketa Wanprestasi Antara Konsumen dengan Pelaku Usaha

Demak Setio Laksono<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

Email: [demak.setio11@ui.ac.id](mailto:demak.setio11@ui.ac.id)

Corresponding Author: [demak.setio11@ui.ac.id](mailto:demak.setio11@ui.ac.id)

**Abstract:** *Technology sustainability and industrial revolution create numerous of changes which one is commerce or trading especially on mechanism or scheme of sale-purchase between consumer and producer (entrepreneur). Effect of it is also make an impact to convenience for entrepreneur or seller for their trading and marketing. To avoid entrepreneur that exploit the circumstance and protecting consumer, Government regulate and legalize regulation number 8 1999 concerning Consumer Protection. By regulation and legalization, Government restricts entrepreneur act in order to not do faulty and bad faith that can damage consumer direct or indirectly. If there are any loss of consumer, Regulation number 8 1999 concerning Consumer Protection provide forum of dispute settlement through Consumer Dispute Settlement Body (BPSK). In civil law, civil dispute divides to be Act Against Law (PMH) and Breach of Contract, it means BPSK can settle PMH and Breach of Contract. In fact, there are exist any awards of state district court in Indonesia that stipulates BPSK is not have authority to hearing and deciding Breach of Contract. In conclusion, arises assumption or opinion that ambiguity of BPSK authority for hearing and deciding Breach of Contract.*

**Keyword:** *BPSK, Consumer, Entrepreneur, Breach of Contract.*

**Abstrak:** Perkembangan teknologi dan revolusi industri menimbulkan banyak perubahan-perubahan yang salah satunya bidang perdagangan terutama pada rangkaian atau skema jual-beli antara konsumen dengan produsen (pelaku usaha). Pengaruh tersebut juga berdampak kepada kemudahan bagi pelaku usaha atau penjual untuk melakukan perdagangan dan melaksanakan proses penjualan mereka. Untuk menghindari pelaku usaha yang memanfaatkan keadaan tersebut dan melindungi konsumen, Pemerintah mengundang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pemerintah membatasi tindakan pelaku usaha agar tidak melakukan kecurangan atau itikad buruk yang dapat merugikan konsumen secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam hal terjadi kerugian, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan forum penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dalam hukum keperdataan, sengketa perdata terbagi menjadi Perbuatan Melawan Hukum dan

Wanprestasi, artinya BPSK dapat menyelesaikan sengketa PMH dan Wanprestasi. Faktanya, masih terdapat putusan pengadilan negeri di Indonesia yang menyatakan bahwa BPSK tidak berwenang dalam memeriksa dan mengadili sengketa Wanprestasi. Dengan demikian muncul anggapan adanya ketidak-jelasan mengenai kewenangan BPSK dalam memeriksa dan mengadili sengketa wanprestasi.

**Kata Kunci:** BPSK, Konsumen, Pelaku Usaha, Wanprestasi.

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan revolusi Industri menimbulkan banyak perubahan-perubahan yang terjadi dari sisi perdagangan. Perubahan tersebut dikarenakan sistem perdagangan saat ini sudah berkembang yang terutama dilandasi dengan kemajuan teknologi terkhusus internet dan lain sebagainya. Tercatat jumlah konsumen belanja online di Indonesia menggeunakan *e-commerce* mencapai 32 juta orang pada tahun 2021 yang mana jumlah ini melesat 88 persen dibandingkan tahun 2020 yang hanya 17 juta orang.<sup>1</sup> Faktor yang utama sudah sewajarnya karena proses kemudahan berbelanja dan melakukan transaksi melalui jejaring internet yang semakin mudah diakses dan dipahami setiap generasi. Selain itu pesatnya pertumbuhan pembangunan ekonomi suatu negara dalam bidang perindustrian dan perdagangan, khususnya di negara Indonesia telah menghasilkan diversifikasi barang dan/atau jasa yang beredar dan dapat dikonsumsi masyarakat Indonesia.<sup>2</sup> Artinya kemajuan teknologi, pesatnya pertumbuhan pembangunan ekonomi negara Indonesia dapat memajukan perdagangan barang dan/atau jasa. Tidak hanya itu dengan kemudahan akses dan banyaknya produk barang dan/atau jasa yang mulai bermunculan membuat banyak pilihan kepada masyarakat untuk membeli atau menggunakan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan pelaku usaha.

Walaupun pertumbuhan pembangunan ekonomi dan kemajuan teknologi mempunyai dampak positif bagi masyarakat, tidak terlepas juga terdapat sisi negatif di dalamnya. Mudahnya akses bagi masyarakat sebagai konsumen dilihat pelaku usaha sebagai bentuk pasar yang terbuka dan bebas. Pelaku-pelaku usaha mulai mencari tahu permintaan atau kebutuhan masyarakat dan mulai membuat berbagai macam inovasi baik dari hasil perkembangan produknya yang lama atau membuat produk baru guna melihat ketertarikan barang dan/atau jasa yang mereka baru keluarkan. Dengan melihat peluang-peluang ini, pelaku-pelaku usaha mulai belomba-lomba untuk menarik perhatian public atau masyarakat dengan melakukan pemasaran besar-besaran. Akibatnya sifat konsumtif masyarakat meningkat karena dimanjakan dengan berbagai produk yang terlihat bagus dan baru dan terutama ingin membeli atau menggunakan semua barang dan/atau jasa dari setiap pelaku usaha. Keinginan masyarakat yang membeli atau menggunakan barang dan/atau jasa dari setiap pelaku usaha, digunakan bagi pelaku-pelaku usaha tertentu untuk melakukan perbandingan bahkan yang bersifat menjatuhkan produk barang dan/atau jasa ke sesama pelaku usaha. Sehingga menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat bagi pelaku usaha, namun sisi lain dampak persaingan usaha yang tidak sehat antara pelaku usaha dapat juga menimbulkan kerugian bagi konsumen.<sup>3</sup>

Kerugian konsumen salah satunya karena maraknya barang beredar sistem pengamanan dan sistem pengecekan dari pelaku usaha dari segi kualitas menurun. Hal ini dimungkinkan karena pelaku usaha mengejar market dan kuantitas barang dan/atau jasa daripada kualitas dari

<sup>1</sup> Uli, "Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen Pada 2021", 29 Desember 2021, tersedia pada <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>, diakses pada 2 Mei 2023.

<sup>2</sup> Kurniawan, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Indonesia (Kajian Yuridis Terhadap Permasalahan dan Kendala-kendala BPSK)", Jurnal Hukum Pembangunan, Vol. 41, No.3, (2011), hlm 332.

<sup>3</sup> Janus Sidabalok, "Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia", (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm 2.

barang dan/atau jasa mereka. Di sisi ini konsumen bisa saja dianggap sebagai bentuk kelinci percobaan bagi setiap produk baru pelaku usaha, artinya pelaku usaha cenderung untuk memposisikan konsumen sebagai objek dari aktivitas bisnisnya.<sup>4</sup> Maka dari itu yang penting edukasi terhadap masyarakat dalam memilih barang dan juga harus menerapkan prinsip kehati-hatian dalam membeli atau menggunakan barang dan/atau jasa pelaku usaha. Sikap kehati-hatian konsumen saja tidak cukup dalam menangani dan memulihkan tindakan pelaku-pelaku usaha beritikad buruk (*bad faith*) guna memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Padahal produk tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan/atau tidak mempergunakannya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.<sup>5</sup> Artinya hubungan antara konsumen dan pelaku usaha seharusnya seimbang dan saling membutuhkan. Maka dari itu untuk menyeimbangkan posisi konsumen dan pelaku usaha, perlu campur tangan pemerintah untuk menjamin hak-hak konsumen, hal ini direalisasikan dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Jika kita lihat bagian menimbang dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbu-kembangkan sikap pelaku usah yang bertanggung jawab.<sup>6</sup> Adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen jelas mengutamakan keselamatan dan kenyamanan dari konsumen serta menghindari pelaku-pelaku usaha yang beritikad buruk dengan memberikan kewajiban kepada pelaku usaha untuk bertanggung jawab. Bentuk pertanggung jawaban dari pelaku usaha dilihat dari bentuk hubungan hukumnya. Hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha terbagi menjadi 2 (dua) hubungan hukum langsung dan hubungan tidak langsung. Hubungan tidak langsung adalah hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen yang tidak secara langsung terikat dengan perjanjian karena adanya pihak perantara konsumen dengan pelaku usaha.<sup>7</sup> Sedangkan hubungan langsung adalah hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen yang terikat secara langsung dengan perjanjian.<sup>8</sup>

Definisi perjanjian menurut Abdul Kadir Muhammad adalah suatu persetujuan dengan mana satu orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan sesuatu hal dalam lapangan harta kekayaan.<sup>9</sup> Artinya berdasarkan pengertian hubungan langsung dan perjanjian, tanggung jawab yang timbul antara para pihak adalah tanggung jawab kontraktual. Dalam hal terjadinya cidera janji dalam hubungan kontraktual atas dasar salah satu tidak memenuhi pretasinya karena kealpaanya maupun kesengajaanya pihak bersangkutan disebut dalam keadaan wanprestasi.<sup>10</sup> Lalu bagaimana jika konsumen membeli barang dari pelaku usaha dan setelah barang tersebut sampai tidak sesuai gambar yang diberikan pelaku usaha, Apakah Pelaku Usaha dapat dikatakan wanprestasi?

Permasalahan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha disebut sebagai sengketa konsumen. Definisi sengketa konsumen tidak dicantumkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun dalam hal terjadi sengketa konsumen para pihak (*in casu* konsumen dan pelaku usaha) dapat menempuh jalur penyelesaian dalam

---

<sup>4</sup> Kurniawan. *Op Cit*, hlm 332.

<sup>5</sup> Abdul Halim Barkatullah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* Lintas Negara Di Indonesia", (Yogyakarta: Disertasi FH UII, 2006), hlm. 27.

<sup>6</sup> Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, bagian Menimbang huruf d.

<sup>7</sup> Ahmadi Miru, "Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) hlm. 35

<sup>8</sup> *Ibid*, hlm. 34.

<sup>9</sup> Made Aditia Warmadewa dan I Made Udiana, "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Baku", *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, Vol. 5 No 2, (2016), hlm 1-6.

<sup>10</sup> Djoko Imbawani Atmadjaja, "Hukum Perdata", (Malang: Setara Press, 2016), hlm. 97

pengadilan maupun di luar pengadilan.<sup>11</sup> Dalam hal para pihak sepakat untuk melakukan penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur pengadilan dapat melakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).<sup>12</sup> Artinya setiap penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan hanya dapat ditempuh melalui BPSK. Namun banyak putusan BPSK yang dibatalkan oleh pengadilan karena BPSK tidak berwenang menyelesaikan sengketa wanprestasi. Salah satu putusan yang membatalkan putusan BPSK tersebut adalah putusan Nomor 689/Pdt.Sus-BPSK/2019/PN Jkt Utr dimana dalam pertimbangan menyatakan yang pada pokoknya hubungan antara Termohon dengan Pemohon adalah jual-beli sehingga sengketa yang timbul adalah wanprestasi dan BPSK tidak berwenang dalam memeriksa dan mengadili perkara tersebut.

Dalam memfokuskan pembahasan pada penelitian ini, terdapat rumusan masalah, antara lain:

1. Apakah wanprestasi antara konsumen dan pelaku usaha termasuk sengketa konsumen?
2. Apakah BPSK berwenangan dalam menyelesaikan sengketa wanprestasi antara konsumen dengan pelaku usaha?

## METODE

Berdasarkan bentuknya, penelitian ini jenisnya adalah perspektif dengan sifatnya deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya, kemudian berdasarkan tujuannya, penelitian adalah penelitian *fact-finding*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menemukan fakta-fakta.<sup>13</sup> Metode penulisan ini adalah yuridis normatif yang menekankan pada metode deduktif sebagai pegangan utama dan metode induktif sebagai tata kerja penunjang.<sup>14</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hubungan Hukum Kontraktual dan Tanggung Jawab Kontraktual pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Sebelum berbicara mengenai hubungan hukum dan tanggung jawab, kiranya kita perlu mengetahui pihak-pihak yang diatur pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Secara definisi perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”

Secara definisi jika ketahu bahwa salah satu pihak yang ada pada perlindungan konsumen adalah konsumen. Jika dilihat secara *general* atau umum dari kata “Perlindungan konsumen” adalah karena ada perlindungan kepada konsumen maka ada yang pihak lain yang dibatasi. Sehingga pada dasarnya isi dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen lebih banyak mengatur pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya, namun bukan berarti kepentingan dari pelaku usaha tidak menjadi perhatian, karena pengaruh dari perkembangan perekonomian nasional juga tergantung pada pelaku usaha.<sup>15</sup> Dari pengaturan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen benar membatasi pelaku usaha dalam kegiatan dan menjalankan usahanya, namun tidak serta merta membuat dan menyimpulkan bahwa pelaku usaha selalu selalu dianggap

<sup>11</sup> Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 45 Ayat (2).

<sup>12</sup> Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 49 Ayat (1).

<sup>13</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Rajawali, 1985), hlm. 10.

<sup>14</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, “Pengantar Metode Penelitian Hukum”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 166.

<sup>15</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, “Hukum Perlindungan Konsumen”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm 1.

melakukan itikad buruk (*bad faith*). Bahkan adanya perlindungan konsumen memperjelas hak dan kewajiban dari para pihak yakni konsumen dan pelaku usaha. Hal tersebut dikarenakan teknologi yang semakin maju dan berkembang serta sifat konsumtif dari masyarakat yang turut ikut meningkat membuat pelaku usaha banyak mengambil kesempatan dari keadaan dengan melakukan tindakan-tindakan yang membatasi hak dari konsumen bahkan mengilangkan hak dari konsumen. Dengan demikian Pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Selanjutnya dari garis besar tujuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pihak yang diatur dalam peraturan tersebut adalah konsumen dan pelaku usaha. Apabila melihat proses di lapangan memang mudah untuk mengetahui siapa yang menjadi konsumen dan siapa yang disebut pelaku usaha. Sebagai gambaran Tuan A membeli nasi goreng dan Tuan B pedagang nasi goreng, dari gambaran tersebut konsumen adalah Tuan A dan Tuan B adalah pelaku usaha. Namun apakah Tuan A dan Tuan B adalah konsumen dan pelaku usaha yang dimaksud dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen? Selanjutnya penulis akan masuk ke dalam pengertian konsumen dan pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

### 1. Konsumen

Dalam Bahasa Inggris konsumen adalah “*consumer*” dan dalam bahasa Belanda berarti “*consument*” yang jika ditafsirkan ke dalam bahasa Indonesia berarti pemakai atau konsumen.<sup>16</sup> Selanjutnya secara harafiah, kata “konsumen” memiliki arti orang yang memerlukan, membelanjakan, menggunakan, atau pembutuh.<sup>17</sup> Dilihat dari gramatikal arti “konsumen” adalah orang yang mengonsumsi, menggunakan atau membeli suatu barang guna keperluan pribadinya. Menurut Az. Nasution terdapat beberapa batasan-batasan seseorang disebut konsumen yaitu:<sup>18</sup>

- a. Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa untuk bertujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa untuk menghasilkan barang atau jasa lain yang akan diperdagangkan; dan
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhan hidupnya sendiri, keluarga, dan tidak diperdagangkan kembali.

Artinya meskipun secara singkat konsumen adalah orang yang membeli namun jika dibuat berjenjang atau dikelompokkan terdapat 3 (tiga) macam konsumen yakni konsumen, konsumen antara dan konsumen akhir. Lalu siapa konsumen yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen? Definisi konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tercantum pada Pasal 1 Angka 2 yaitu: “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Secara yuridis konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan dihubungkan dengan 3 (tiga) kategori konsumen adalah konsumen akhir karena pada bagian akhir definisi terdapat frasa “tidak untuk diperdagangkan” artinya seseorang membeli atau menggunakan jasa nyata untuk digunakan atau dikonsumsi oleh pribadinya atau orang lain. Timbul pertanyaan bagaimana jika seseorang membeli suatu barang guna keperluan usahanya? Sebagai contoh dia menjual Komputer namun salah satu bagian computer yang dia jual dia beli dari pelaku usaha x.

---

<sup>16</sup> Celine Tri Siwi Kristiyanti, “Hukum Perlindungan Konsumen”, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm 22.

<sup>17</sup> N.H.T Siahaan, “Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab, Produk”, (Jakarta: PantaRei, 2005), hlm 22.

<sup>18</sup> AZ Nasution, “Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar”, (Jakarta: Diadit Media, 2001), hlm 13.

Apakah orang tersebut dikatakan sebagai konsumen? Secara kasat mata dapat diartikan bahwa orang tersebut termasuk kategori konsumen perantara, tetapi perlu juga kita bedah lebih dalam perbedaan disebut konsumen perantara dan konsumen akhir.

## 2. Pelaku Usaha

Setelah mengerti arti konsumen, kita juga perlu mengetahui lawan transaksi dari konsumen (*counterpart*). Definisi Pelaku Usaha pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tercantum pada Pasal 1 Angka 3 yaitu: “Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Hal yang perlu kita cermati adalah badan usaha baik berbentuk badan hukum dan bukan badan hukum. Sedangkan kita ketahui bahwa subjek hukum adalah orang perseorangan dan badan hukum. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memperluas arti subjek pelaku usaha yakni termasuk juga badan usaha yang tidak berbadan hukum. Badan usaha yang tidak berbadan hukum antara lain CV, Firma dan Persekutuan Perdata, artinya siapapun yang memperjual belikan barang dan/atau jasa dikategorikan sebagai pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Lebih lanjut Pasal 1 Angka 3 diperjelas dalam bagian penjelasan Pasal 1 Angka 3 yakni: “Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain”

Frasa “lain-lain” ini memperjelas dan membuka ruang bagi siapapun yang menjual dan mempromosikan barang dan/atau jasa merupakan pelaku usaha tanpa terkecuali. Dicapuknya badan usaha yang tidak berbadan hukum menjadi subjek dari pelaku usaha barang kali maksud dari pembuat undang-undang agar setiap pemilik badan usaha sekecil apapun kegiatan usahanya, tetap memiliki kewajiban dan tanggung jawab untuk melindungi kepentingan konsumen.<sup>19</sup> Dengan demikian berbeda dengan konsumen, pelaku usaha dibuat dan diartikan luas termasuk juga badan usaha tidak berbadan hukum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dari penjabaran mengenai konsumen dan pelaku usaha, maka dapat diketahui bahwa konsumen yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir yaitu konsumen yang menikmati dan memanfaatkan barang dan/atau jasa pelaku usaha dan pelaku usaha adalah baik yang perorangan atau badan usaha yang berbadan hukum ataupun tidak. Lalu bagaimana hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha? Hubungan hukum lahir ketika terjadinya perikatan, Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menjelaskan lahirnya perikatan yakni sebagai berikut: “Perikatan lahir karena perjanjian atau karena undang-undang”

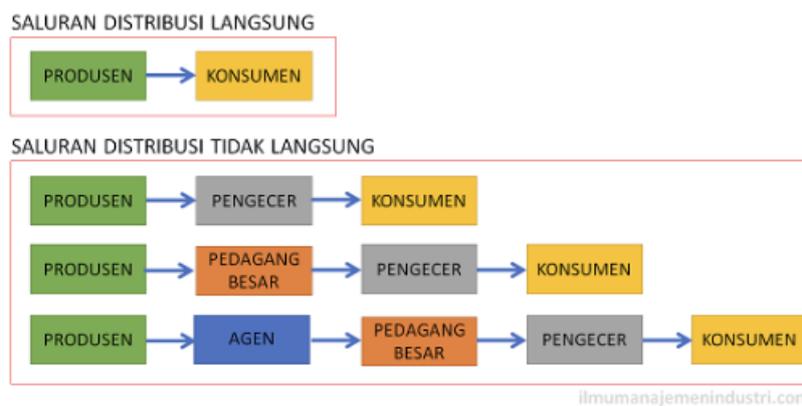
Dari pasal di atas perikatan dapat timbul karena adanya perjanjian atau undang-undang. Perikatan yang lahir karena perjanjian disebut juga hubungan langsung karena adanya perjanjian yang lahir antara para pihak, sedangkan perikatan yang lahir karena undang-undang disebut juga hubungan tidak langsung karena hukum yang mengharuskan para pihak melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Lebih lanjut akan saya jelaskan sebagai berikut: 1) Hubungan Langsung Disebut juga hubungan langsung karena adanya perjanjian yang disepakati oleh para pihak (*in casu* konsumen dan pelaku usaha). Pengertian perjanjian tercantum dalam Pasal 1313 KUHPPerdata yang menyatakan sebagai berikut: “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”: 2) Hubungan Tidak Langsung Jika sebelumnya telah

---

<sup>19</sup> N.H.T Siahaan, Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk, (Jakarta: PantaRei. 2005), hlm 22.

disinggung bahwa lahirnya perikatan selain karena perjanjian juga dapat dari Undang-undang. Lahirnya perikatan dari undang-undang lebih jelas disebutkan dalam Pasal 1352 KUHPerdara yang menyatakan sebagai berikut: “Perikatan yang lahir karena undang-undang, timbul dan undang-undang sebagai undang-undang dan/atau undang-undang sebagai akibat dari perbuatan orang.”

Setelah mengetahui perbedaan hubungan langsung dan tidak langsung pada hukum perdata umumnya, bagaimana cara membedakan pada hukum perlindungan konsumen? Berikut tabel guna mempermudah dan memperjelas gambaran dari perbedaan hubungan langsung dan tidak langsung:<sup>20</sup>



Jika melihat pada bagan awal atau yang berjudul “Saluran Distribusi Langsung” merupakan rantai penjualan tradisional atau dengan kata lain sebelum adanya perkembangan rantai distribusi dan teknologi seperti saat ini. Setelah perkembangan revolusi industri telah berubah, adanya pihak antara konsumen dengan produsen (pelaku usaha) atau yang biasa disebut sebagai pihak perantara yang terdiri dari, Produsen, importir, agen, distributor, grosser dan/atau pengecer.<sup>21</sup> Perbedaan antara sebelum dan sesudah adanya revolusi tidak hanya terletak pada panjangnya rantai distribusi, tetapi juga berimplikasi pada bentuk hubungan hukum dan tanggung jawab dari pelaku usaha kepada konsumen. Jika sebelumnya kita telah mengenal konsep hubungan langsung dan hubungan tidak langsung beserta dasar terbentuknya hubungan langsung dan tidak langsung, selanjutnya merujuk kepada bagan distribusi akan menerapkan dari sisi hukum perlindungan konsumen.

Selanjutnya bagaimana dengan hubungan tidak langsung? Tidak banyak orang yang paham dan mengenal mengenai hubungan tidak langsung, namun untuk mempermudah penulis akan menunjukkan sebagaimana bagan di atas. Pada bagan saluran distribusi tidak langsung terdapat salah satunya hubungan antara produsen kepada pengecer lalu ke konsumen. Pertanyaan timbul apakah masih ada hubungan hukum antara produsen dengan konsumen sedangkan konsumen membeli dari pengecer? Jika secara praktik transaksi tidak ada namun dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Kembali kepada penjabaran hubungan tidak langsung lahir karena danya undang-undang dan undang-undang dalam rantai produsen kepada konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sebagai contoh produsen Samsung mempromosikan hpnya bahwa tahan air dan tuan A membeli hp Samsung melalui pengecer. Pada saat berenang tuan A tidak sengaja menggunkan hp Samsung dan alhasil rusak. Apakah ada hubungan dalam hal ini? Jawabannya ada, Pasal 8 Ayat (1) Huruf d Pelaku Usaha tidak

<sup>20</sup> Budi Kho, “Jenis-jenis Saluran Distribusi Pemasaran (*Distribution Channel*)”, 12 April 2020, tersedia pada <https://ilmumanajemenindustri.com/jenis-jenis-saluran-distribusi-pemasaran-distribution-channel/>, diakses pada 9 Mei 2023.

<sup>21</sup> Tami Rusli, “Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”, Jurnal Pranata Hukum, Vol. 4 No 1, (2012), hlm. 84.

boleh memerikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi jaminan. Artinya dalam hal ini Produsen Samsung telah melanggar Pasal Ayat (1) huruf d dan hubungan hukum antara tuan A dengan produsen samung muncul dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

### **Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)**

Dalam menjalankan lalu lintas transaksi pasti tidak jarang kita menemukan permasalahan-permasalahan yang ada. Begitu juga dengan transaksi antara konsumen dengan pelaku usaha atau yang biasa dikenal dengan sengketa konsumen. Menurut Shidarta sengketa konsumen berkaitan erat dengan pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen yang cakupannya melingkupi semua segi hukum seperti perdata, administrasi dan/atau pidana.<sup>22</sup> Secara yuridis sengketa konsumen tidak diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun tercantum dalam peraturan turunannya. Definisi sengketa konsumen pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2020 tercantum pada Pasal 1 Angka 4 yakni: "Sengketa konsumen adalah sengketa antara Pelaku Usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian akibat mengonsumsi dan/atau memanfaatkan jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan."

Selain peraturan diatas, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/MPP/Kep/12/2002 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen juga mencantumkan definisi sengketa konsumen pada Pasal 1 Angka 8 yakni: "Sengketa Konsumen adalah sengketa antara Pelaku Usaha dengan Konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau menderita kerugian akibat mengonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa."

Dari kedua rumusan pasal di atas, secara redaksional memang berbeda namun intinya sengketa konsumen adalah sengketa yang terjadi antara konsumen dengan pelaku usaha sebagai akibat dari mengonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa yang diperoleh dari pelaku usaha. Lalu siapa yang biasa dirugikan dalam sengketa konsumen? Sudah pasti jika kita melihat isi dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara holistic, Konsumen adalah pihak yang paling sering dirugikan karena pada dasarnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen membatasi tindakan-tindakan pelaku usaha. Pada umumnya dalam sengketa konsumen, konsumen yang dirugikan menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan.atau yang menderita kerugian akibat dari mengonsumsi atau memanfaatkan barang dan.atau jasa dari pelaku usaha.<sup>23</sup> Sehingga objek dari sengketa konsumen yang dimaksud adalah menyangkut produk konsumen yaitu barang dan/atau jasa yang pada umumnya digunakan untuk kebutuhan hidup pribadinya dan tidak untuk tujuan komersial.<sup>24</sup> Hal ini juga sejalan dengan konsep konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yakni konsumen akhir adalah konsumen yang diberikan perlindungan bukan konsumen perantara yang membeli untuk diperjual-belikan kembali.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memberikan 2 (dua) opsi dalam menyelesaikan sengketa konsumen. Hal ini tercantum dalam Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan sebagai berikut: "Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa"

---

<sup>22</sup> Bustamar, "Sengketa Konsumen dan Teknis Penyelesaiannya pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", JURIS, Vol.14, No. 1, (2015), hlm 38.

<sup>23</sup> Praditya, "Penyelesaian Sengketa Konsumen", (Jakarta: Garuda, 2008), hlm 135.

<sup>24</sup> Bustamar, *Op Cit.* hlm 38.

Dari rumusan pasal di atas, opsi yang diberikan yaitu di luar atau melalui pengadilan. Lebih lanjut jika para pihak sepakat untuk menyelesaikan sengketa konsumen maka dapat melalui instansi yang dibentuk pemerintah sebagaimana Pasal 49 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu: "Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di daerah tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan."

Dari Pasal 49 Ayat (1), Instansi yang dimaksud adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam menyelesaikan sengketa di luar konsumen terdapat beberapa karakteristik khusus antara lain:<sup>25</sup>

1. Sengketa konsumen yang timbul dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen dikarenakan adanya kedudukan atau posisi yang tidak seimbang. Dimana kedudukan atau posisi dari pelaku usaha lebih kuat dan dominan, jika dihadapkan dengan kedudukan atau posisi konsumen yang lemah. Kedudukan atau posisi yang dimaksud dapat dilihat baik dari segi tawar-menawar (*bargaining position*) atau dari segi ekonomi. Sekecil apapun pelaku usaha, tetap dapat mempengaruhi konsumen.
2. Dikaitkan dengan asas kebebasan berkontrak, konsumen hanya memiliki kebebasan dengan siapa dirinya akan membuat perjanjian dan kebebasan untuk menerima atau tidak menerima seluruh perjanjian. Mengingat bahwa pada umumnya pelaku usaha dengan konsumen adalah perjanjian standar yang isi, bentuk, dan cara penutupannya telah dibuat secara sepihak oleh pelaku. Sehingga perjanjian tersebut sering disebut sebagai *take it or leave it contract*.
3. Pada umumnya, penyelesaian atas sengketa konsumen lebih cocok diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan.
4. Sengketa konsumen merupakan jenis sengketa bisnis yang didominasi oleh *interest* dan bukan di dominasi oleh *right* atau *power*.

Meskipun terdapat beberapa karakteristik khusus, namun secara implementasi untuk menyelesaikan sengketa konsumen melalui pengadilan atau di luar pengadilan kembali lagi kepada para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa konsumen sebelumnya telah disebutkan hanya memiliki opsi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) namun tidak banyak yang tau sistemasi penyelesaian melalui BPSK.

Definisi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tercantum pada Pasal 1 Angka 11 yang menyatakan sebagai berikut: "Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen"

Dari definisi BPSK, sejatinya BPSK dibuat untuk mengemban tugas menyelesaikan setiap sengketa hanya khusus pada sengketa konsumen atau sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. BPSK mempunyai fungsi untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan.<sup>26</sup> Jika masyarakat takut akan keputusan BPSK yang tidak sama dengan Pengadilan, namun putusan BPSK mempunyai kekuatan hukum yang mengikat sama seperti halnya putusan pengadilan. Hal tersebut tercantum dalam Pasal 54 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan sebagai berikut: "Putusan majelis bersifat final dan mengikat" Selain bersifat final dan mengikat, putusan BPSK juga dijamin dengan selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari sejak putusan BPSK.<sup>27</sup> Selain itu dibanding dengan proses di pengadilan, proses di BPSK lebih cepat karena hanya membutuhkan dan memakan waktu 21 hari kerja sejak gugatan diterima.<sup>28</sup>

<sup>25</sup> Intan Nur Rahmawati, Rukiyah Lubis, *Win-win Solution Sengketa Konsumen*, (Yogyakarta: Medpress Digital, 2014), hlm .41.

<sup>26</sup> Pasal 2 Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

<sup>27</sup> Pasal 56 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

<sup>28</sup> Pasal 56 Ayat (1), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Untuk memproses sengketa konsumen, BPSK memberikan 3 (tiga) opsi guna para pihak memilih metode penyelesaian sengketa yang cocok melalui BPSK yaitu Mediasi atau Arbitrase atau Konsiliasi.<sup>29</sup> Pemilihan metode penyelesaian yang cocok diberikan kepada para pihak berdasarkan persetujuan para pihak sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 Ayat (1) Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas Dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Kepmendag Nomor: 350/MPP/KEP/12/2001) yang menyatakan sebagai berikut: “Penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK melalui cara Konsiliasi atau Mediasi atau Arbitrase sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 a, dilakukan atas dasar pilihan persetujuan para pihak yang bersangkutan.”

Walaupun BPSK memberikan 3 (tiga) opsi pilihan dalam menyelesaikan sengketa konsumen, ketiga opsi tersebut bukan merupakan bentuk berjenjang atau tahapan. Melainkan adalah jalur penyelesaian sengketa melalui BPSK, hal ini disebutkan dalam Pasal 4 Ayat (1) Kepmendag Nomor: 350/MPP/KEP/12/2001 yang menyatakan sebagai berikut: “Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Ayat (1) bukan merupakan proses penyelesaian sengketa secara berjenjang.” Karena bukan merupakan bentuk berjenjang, maka para pihak harus teliti dan cermat dalam memilih jalur penyelesaian sengketa yang ditawarkan oleh BPSK dan pastinya cocok dengan sengketa konsumen yang sedang dihadapi. Terakhir hasil putusan antara mediasi dan konsiliasi dengan arbitrase juga berbeda, jika putusan media dan konsiliasi adalah bentuk kesepakatan atau yang biasa disebut dengan akta perdamaian, sedangkan arbitrase adalah putusan arbitrase.<sup>30</sup>

### **Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam Penyelesaian Sengketa Wanprestasi**

Pada dua bagian sebelumnya telah dijabarkan hubungan hukum dan tanggung jawab yang ada pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta sengketa konsumen yang dapat diselesaikan melalui BPSK. Pada bagian 1 pembahasan dijelaskan bahwa salah satu hubungan hukum pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 atau Hubungan Hukum antara Konsumen dengan Pelaku Usaha adalah hubungan langsung. Hubungan langsung lahir perjanjian artinya adanya hubungan kontraktual. Mudahnya hubungan kontraktual adalah hubungan yang lahir karena 2 orang atau lebih membuat suatu perjanjian baik tertulis maupun tidak tertulis. Dalam hal pelanggaran hubungan kontraktual atau pelanggaran perjanjian maka keadaan tersebut dikatakan sebagai wanprestasi. Pertanyaan timbul apakah mungkin antara konsumen dengan pelaku usaha terjadi wanprestasi? Atau Apakah wanprestasi merupakan bagian dari sengketa konsumen?

Pada hubungan hukum kontraktual, konsumen langsung berhubungan dengan pelaku usaha apakah itu dengan pengecer, distributor, produsen atau pelaku usaha pada rantai distribusi lainnya selama konsumen secara langsung mempunyai dasar perjanjian yang membuat hubungan hukum diantara mereka. Dalam hal terjadi kerugian terhadap konsumen yang diakibatkan oleh barang dan/atau jasa pelaku usaha, maka konsumen diberikan hak untuk mengajukan klaim ganti rugi. Dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari semenjak tanggal transaksi barang dan/atau jasa.<sup>31</sup> Lalu kapan suatu wanprestasi muncul? Jika kita melihat ke dalam Pasal 1238 KUHPerdara seseorang dinyatakan lalai ketika sudah diberikan surat atau akta sejenis yang menyatakan bahwa kreditr (*in casu* pelaku usaha) telah lalai dan tidak menanggapi surat atau akta tersebut. Tetapi jika kita merujuk pada Pasal 19 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen jika jangka waktu 7 (tujuh) hari selesai dan pelaku usaha tetap tidak memberikan ganti rugi, maka konsumen berhak untuk mengajukan

<sup>29</sup> Pasal 52 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

<sup>30</sup> Pasal 37 Kepmendag Nomor: 350/MPP/KEP/12/2001

<sup>31</sup> Pasal 19 Ayat (3), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

gugatan. Artinya sengketa konsumen timbul ketika pelaku usaha tidak menanggapi klaim ganti rugi yang diajukan kepada dirinya selama 7 (tujuh) hari. Lalu apakah wanprestasi sengketa konsumen? Kembali kepada definisi sengketa konsumen, pada pokok adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat barang dan/atau memanfaatkan jasa. Selanjutnya apabila konsumen mengajukan ganti rugi kepada pihak yang langsung dia memperoleh barang dan/atau jasa tersebut maka disebut sebagai bentuk pelanggaran kontraktual atau wanprestasi. Dengan demikian sengketa yang timbul atas hubungan konsumen dengan pelaku usaha yang didasari dari hubungan kontraktual atau wanprestasi termasuk juga sengketa konsumen.

Selanjutnya apakah BPSK berwenang dalam menyelesaikan sengketa wanprestasi antara konsumen dengan pelaku usaha? Kewenangan BPSK akan aktif ketika para pihak (*in casu* konsumen dan pelaku usaha) telah memilih jalur penyelesaian sengketa melalui BPSK atau di luar pengadilan.<sup>32</sup> Dalam menjalankan tugasnya, fungsi BPSK adalah untuk menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan.<sup>33</sup> Lebih lanjut sengketa konsumen yang diselesaikan BPSK dapat dilakukan melalui mediasi, konsiliasi dan arbitrase. Artinya ranah kewenangan BPSK adalah selama lingkup permasalahan hukum yang diselesaikan adalah sengketa konsumen. Karena wanprestasi antara konsumen dan pelaku usaha termasuk juga sebagai sengketa konsumen, maka sudah sepatutnya secara *ex officio* BPSK berwenang untuk menyelesaikan sengketa wanprestasi antara konsumen dan pelaku usaha.<sup>34</sup>

## KESIMPULAN

1. Sengketa wanprestasi pada umumnya dengan sengketa wanprestasi antara konsumen dengan pelaku usaha mempunyai karakteristik yang sama yakni adalah hubungan hukumnya berasal dari hubungan kontraktual yang didasari oleh perjanjian. Namun dari sisi pihak dan objek mempunyai perbedaan, sengketa wanprestasi antara konsumen dan pelaku usaha para pihaknya adalah konsumen sebagai penerima manfaat barang dan/atau jasa dari pelaku usaha dan pelaku usaha adalah seseorang yang memperdagangkan barang dan/atau jasa kepada publik. Selain itu dari sisi klaim ganti rugi sengketa konsumen hanya boleh meminta ganti rugi atas biaya atau penggantian barang atau sejenisnya yang memiliki nilai sama dengan nilai transaksi antara konsumen dan pelaku usaha. Sengketa wanprestasi yang timbul antara konsumen dengan pelaku usaha termasuk juga sengketa konsumen yang berasal dari hubungan langsung atau hubungan kontraktual berdasarkan perjanjian tertulis maupun tidak tertulis Sehingga dalam hal adanya perjanjian jual beli antara pelaku usaha dengan konsumen, perjanjian jual-beli tersebut merupakan dasar untuk dijadikan alas hak konsumen mengajukan permohonan klaim ganti rugi kepada pelaku usaha atas kerugian yang berasal dari barang yang dibeli oleh konsumen.
2. Fungsi dan Kewenangan BPSK pada intinya adalah forum penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Oleh karena sengketa wanprestasi antara konsumen dengan pelaku usaha termasuk juga sengketa konsumen, maka BPSK mempunyai kewenangan untuk memeriksa dan mengadili sengketa wanprestasi antara konsumen dengan pelaku usaha.

## REFERENSI

Abdul Halim Barkatullah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia", Yogyakarta: Disertasi FHUII Universitas Islam Indonesia, 2009.

<sup>32</sup> Pasal 45 Ayat (2), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

<sup>33</sup> Pasal 2, Kepmendag Nomor: 350/MPP/KEP/12/2001

<sup>34</sup> Pasal 3 huruf a Kepmendag Nomor: 350/MPP/KEP/12/2001

- Ahamadi Miru, “Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia”, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Ahmadi Miru dan Yodo Sutarmam, “Hukum Perlindungan Konsumen”, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Amirrudin dan Asikin Zainal, “Pengantar Metode Penelitian Hukum”, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- AZ Nasution, “Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar”, Jakarta: Diadit Media, 2001.
- Budi Kho, “Jenis-jenis Saluran Distribusi Pemasaran (Distribution Channel)”, 12 April 2020, tersedia pada <https://ilmumanajemenindustri.com/jenis-jenis-saluran-distribusi-pemasaran-distribution-channel/>.
- Bustamar, “Sengketa Konsumen dan Teknis Penyelesaiannya pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”, *Juris*, Vol. 14, No.1, (2015).
- Celine Tri Siwi Kristiyanti, “Hukum Perlindungan Konsumen”, Jakarta: Sinar Grafika, 2019.
- Djaja S Meliala, “Hukum Perdata dalam Perspektif BW”, Bandung: Nuansa Aulia, 2014.
- Djoko Imbawani Atmadjadja, “Hukum Perdata”, Malang: Setara Press, 2016.
- Indonesia, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Jakarta.
- Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta.
- Intan Nur Rahmawati dan Lubis Rukiyah, “Win-win Solution Sengketa Konsumen”, Yogyakarta: Medpress Digital, 2014.
- Janus Sidabalok, “Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia”, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Kurniawan, “Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Indonesia (Kajian Yuridis Terhadap Permasalahan dan Kendala-kendala BPSK)”, *Jurnal Hukum Pembangunan*, Vol. 41, No.3, 2011.
- Made Aditia Warmadewa dan Udiana I Made, “Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Baku”, *Kertha Semaya*, Vol. 5, No. 2, (2017).
- NHT Siahaan, “Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk”, Jakarta: PantaRei, 2005.
- Praditya, “Penyelesaian Sengketa Konsumen”, Jakarta: Garuda, 2008.
- R Subekti, “Hukum Perjanjian”, Jakarta: Intermasa, 2014.
- Soerjono Soekanto dan Mamuji Sri, “Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat”, Jakarta: Rajawali, 1985.
- Tami Rusli, “Tanggungjawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”, *Pranata Hukum*, Vol. 7, No.1, (2012).
- Uli, Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen Pada 2021, 29 Desember 2021, tersedia pada <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>.