

Sekretariat:

Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
Jl. Dukuh Kupang XXV No. 54 Surabaya
e-mail & Telp: perspektif_hukum@yahoo.com (08179392500)

Diterbitkan oleh:

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT KERUSAKAN PRODUK

Nadila Manda Sari

Fakultas Hukum, Universitas Airlangga
e-mail: nadilamandaa@gmail.com

Bambang Sugeng Ariadi Subagyono

Fakultas Hukum, Universitas Airlangga
e-mail: bambang.sas@fh.unair.ac.id

Zahry Vandawati Chumaida

Fakultas Hukum, Universitas Airlangga
e-mail: vanda@fh.unair.ac.id

ABSTRAK

Melaju pada pembaruan zaman pada era ekonomi digital tidak hanya membantu pasar sektor pemasaran dan penjualan, namun era ekonomi digital juga berperan dalam kegiatan memberikan pendapat, kritik dan saran terhadap suatu produk dan atau jasa yang ditujukan pada pelaku usaha yang diberikan oleh konsumen. Kegiatan demikian merupakan kegiatan mengulas atau lebih dikenal dengan *review*, yang berartikan meninjau produk dan atau jasa yang disalurkan berupa tulisan, foto, video dari pengguna produk atau jasa. Kegiatan *review* yang dilakukan merupakan sebuah hak yang mutlak dimiliki oleh konsumen, dan menjadi tanggung jawab pelaku usaha dalam menanggapi *review* tersebut. Tanggung jawab yang melekat pada pelaku usaha ketika pelaku usaha diharuskan untuk menanggung suatu keadaan apabila dapat dituntut, diperkarakan, dipersalahkan atau menuai sengketa pada pihak lain. Tanggung jawab pelaku usaha masuk dalam unsur kewajiban yang mengikat kegiatan jual beli yang disebut dengan *product liability* bahwa tanggung jawab termasuk dalam kewajiban pelaku usaha secara menyeluruh.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen; *Review*; Tanggung Jawab Pelaku Usaha

ABSTRACT

Moving forward with modern updates in the digital economy era not only helps the marketing and sales sector, but the digital economy era also plays a role in providing opinions, criticism and suggestions for products and/or services aimed at business actors provided by consumers. Such activities are review activities or better known as reviews, which means reviewing products and/or services distributed in the form of writing, photos, videos from users of the product or service. The review activity carried out is a right that is absolutely owned by consumers, and is the responsibility of business actors in responding to the review. The responsibility attached to the business actor is when the business actor is required to bear a situation that can be sued, sued, blamed or results in a dispute with another party. The responsibility of business actors is included in the element of obligation that binds buying and selling activities, which is called product liability. This responsibility is included in the obligations of business actors as a whole.

Keywords: Consumer Protection; *Review*; Responsibility of Business Actors

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi informasi dalam kegiatan berusaha tersebut juga berdampak pada kegiatan usaha dari pelaku usaha maupun bagi konsumen. Perkembangan teknologi dapat membuat akibat positif dan juga negatif bagi kedua belah pihak. Dari sisi positif perkembangan teknologi, pelaku usaha dapat dengan mudah memasarkan usahanya pada media informasi digital agar dapat diketahui oleh masyarakat luas sebagai calon konsumen dalam memperoleh informasi mengenai produk/jasa yang dipasarkan, lokasi usaha, hingga ulasan konsumen lain yang telah menggunakan produk/jasa tersebut. Namun karena kebebasan berpendapat dalam media informasi digital tersebut dapat menimbulkan dampak yang berlawanan layaknya dua sisi mata koin yang berbeda. Konsumen dapat memberikan aduan dalam bentuk ulasan di media informasi digital tersebut tanpa mepedulikan kepentingan keberlangsungan usaha dari pelaku usaha.

Melakukan ulasan atau tinjauan terhadap produk merupakan tindakan yang diperbolehkan oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat UUPK) yang memberikan hak kepada masyarakat untuk didengar atas suatu ungkapan positif dan atau negatif atas barang dan jasa yang dikonsumsi. Kegiatan *review* yang dilakukan konsumen merupakan sebuah hak yang tertuang dalam Pasal 1 angka 1 UUPK, dinyatakan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. UUPK telah menciptakan ekosistem yang menitikberatkan pada asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen.

Guna melindungi hak yang dimiliki konsumen, pelaku usaha memiliki sebuah tanggung jawab atau kewajiban hukum dalam melaksanakan kegiatan jual beli. Tanggung jawab yang melekat pada pelaku usaha adalah ketika pelaku usaha diharuskan untuk menanggung suatu keadaan apabila dapat dituntut, diperkarakan, dipersalahkan atau menuai sengketa pada pihak lain. Tanggung jawab yang dimiliki pelaku usaha merupakan sebuah bentuk perlindungan konsumen apabila terjadinya Perbuatan Melawan Hukum (PMH) dan sengketa yang muncul dikemudian hari.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada bagian pendahuluan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut, yaitu: tanggungjawab hukum pelaku usaha terhadap konsumen, serta *review* konsumen pada media sosial.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ialah suatu prosedur untuk memperoleh keilmuan dengan cara melakukan penelitian, upaya dilakukan secara runtut guna mencapai tujuan penelitian terpenuhi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Jenis metode penelitian hukum normatif yang meneliti hukum dari perspektif internal dengan norma hukum sebagai objek penelitiannya.¹ Penelitian ini dilakukan dengan menelaah secara mendalam terhadap peraturan perundang-undangan yang mengatur hukum perlindungan konsumen. Merujuk pada pembahasan pendekatan masalah, dalam penulisan ini termuat tiga pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual dan studi kasus. Pendekatan perundang-undangan berfokus pada analisis undang-undang atau legislasi dan regulasi yang ada di Indonesia dan hal yang terikat dengan isu hukum yang diangkat.²

Pendekatan konseptual tertuju untuk menjelaskan konsep terkait perlindungan hukum konsumen dalam *mereview* produk barang dan atau jasa di media sosial serta Perlindungan hukum dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap *review* di media sosial. Pendekatan yang terakhir adalah pendekatan studi kasus ini merupakan pendekatan yang berfokuskan untuk mendalami dan mengetahui fakta atau masalah yang dengan memberikan berbagai macam informasi yang akan dikemas untuk memperoleh sebuah solusi atas fakta dan masalah yang dapat terselesaikan.³ Dimana pada penulisan ini mendalami mengenai perlindungan konsumen dan pelaku usaha.

¹ I Made Pasek Diantha. (2016). *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Prenada Media Group, h. 12.

² Peter Mahmud Marzuki. (2017). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, h. 37.

³ Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta, h. 54.

PEMBAHASAN**Tanggungjawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Konsumen**

Pengertian pelaku usaha, tertuang dalam Pasal 1 angka 3 PP No. 58 Tahun 2001 adalah perseorangan atau badan usaha, atau badan hukum yang didirikan untuk melakukan aktivitas yang berhubungan dengan usaha dalam berbagai bidang khususnya ekonomi disebutkan juga pada Pasal 1 UUPK angka 3 bahwa 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 dinamika perekonomian khususnya kegiatan jual beli sangat berpengaruh pada keadaan ekonomi, dimana kegiatan ini merupakan kegiatan utama untuk menggerakkan roda perekonomian setiap individu. Agar kegiatan jual beli dapat berlangsung dengan baik, harus mengedepankan hak serta kewajiban baik konsumen maupun pelaku usaha yang sempurna.

Pelaku usaha bukan hanya individu yang menjalankan aktivitas ekonomi saja, namun pelaku usaha juga harus memperhatikan hak dan kewajiban yang melekat pada status pelaku usaha. Hal demikian tertuang dalam Pasal 6 dan Pasal 7 UUPK, jika diperhatikan isi dari Pasal 6 dan 7 merupakan manifestasi atau perwujudan hak konsumen dan pasal tersebut memiliki upaya untuk menciptakan kewajiban hukum pada diri pelaku usaha.⁴

Status yang melekat pada individu pelaku usaha bukan hanya membahas mengenai kegiatannya saja, melainkan terdapat pula sebuah tanggung jawab atau kewajiban hukum dalam melaksanakan kegiatan jual beli. Tanggung jawab yang melekat pada pelaku usaha adalah ketika pelaku usaha diharuskan untuk menanggung suatu keadaan apabila dapat dituntut, diperkarakan, dipersalahkan atau menuai sengketa pada pihak lain. Sedangkan, yang dimaksud dengan kewajiban hukum ialah suatu hal yang wajib ditaati dan jika tidak dilakukan maka akan ada sanksi hukum yang muncul dikemudian hari.

⁴ Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani. (2000). *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, h. 34.

Korelasi yang terdapat dalam kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha tidak dapat dipisahkan, pasalnya tanggung jawab pelaku usaha masuk dalam unsur kewajiban yang mengikat kegiatan jual beli yang disebut dengan *product liability*⁵ bahwa tanggung jawab termasuk dalam kewajiban pelaku usaha secara menyeluruh. Mengacu pada regulasi yang ada di Indonesia ketika terdapat sengketa maka akan ada kerugian dan pertanggung jawaban yang muncul untuk menjadi titik terang sebuah kasus. Terdapat dua klasifikasi pertanggungjawaban, yakni yang pertama adalah ganti rugi yang didasarkan dari Perbuatan Melawan Hukum (PMH), yang kedua adalah ganti rugi yang didasarkan oleh perbuatan melawan hukum.⁶ Kedua tuntutan ganti kerugian diperbolehkan oleh hukum apabila pelaku usaha terbukti melakukan Perbuatan Melawan Hukum (PMH).⁷

Hal ini juga selaras dengan kasus perbuatan melawan hukum yang memberikan tanggung jawab penuh kepada pelaku usaha untuk menyampaikan ganti rugi. Pada Pasal 1365 BW menegaskan mengenai pokok pikiran perbuatan melawan hukum, yang memuat unsur tindakan perbuatan melanggar hukum, perbuatan yang membawa akibat kerugian dikemudian hari, kesalahan dan kerugian yang diderita. Bentuk kerugian yang terjadi karena perbuatan melawan hukum yang diperbuat oleh pelaku usaha memberikan kewajiban kepada pelaku usaha untuk menyerahkan ganti kerugian dalam bentuk uang atau pengembalian keadaan semula.⁸

Tidak hanya perbuatan melawan hukum yang menjadi konflik antar konsumen dan pelaku usaha, ada pula konflik terhadap produk cacat yang diterima konsumen. Pada kasus demikian konsumen sangat dirugikan apabila barang yang diterima memiliki cacat produk, pelaku usaha memiliki kewajiban hukum penuh untuk memberikan ganti kerugian

⁵ I Wayan Peryama Yasa, dkk. "Perlindungan Hukum Terhadap Ketentuan Mereview Produk Di Media Sosial." *Jurnal Interpretasi Hukum*. Vol. 3 No. 1 Maret 2022, h. 210-214.

⁶ A. Miru dan S. Yodo. (2005). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, h. 87.

⁷ M.L. Tuela. "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang yang Diperdagangkan." *Lex Privatum*. Vol. 2 No. 1 2017, h. 56-70.

⁸ S. Mahayani, A. Zuhairi, dan M. Saleh, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Barang Yang Cacat Setelah Melakukan Transaksi Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *Commerce Law*. Vol. 2 No. 1 Juni 2022, h. 120.

atas cacat produk yang diterima konsumen sesuai dengan Pasal 7 huruf (g) UUPK. Merujuk Pasal 1504 BW, diutarakan bahwa pihak penjual akan menanggung barang yang cacat tak terlihat yang tidak mencocoki dengan persetujuan antara pelaku usaha dan konsumen. Untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih kepada konsumen, Indonesia memberlakukan UUPK. UUPK juga memberikan regulasi terhadap produk cacat, tetapi Pasal 11 huruf (b) UUPK menggunakan sebutan cacat tersembunyi atau cacat tak terlihat dan dalam Pasal 8 ayat (2) dan (3) UUPK menggunakan istilah cacat atau telah dipakai.

Dalam kondisi konsumen mengalami kerugian akibat produk cacat, UUPK menerapkan asas tanggung jawab setengah berat yang tertuang dalam Pasal 19a UUPK. Pengusaha bertanggungjawab untuk menyerahkan kompensasi kepada konsumen atas kerusakan atau kerugian. Di sisi lain, menurut Pasal 28 UUPK, pembuktian atas ada tidaknya unsur kesalahan menjadi beban pelaku usaha. Membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha menurut Pasal 27 UUPK, pasal ini memberatkan pada batasan pada tanggung jawab dimana pelaku usaha dapat dibebaskan dari tanggung jawabnya atas kerugian yang dialami konsumen apabila barang tersebut tidak pasarkan, cacat timbul dikemudian hari, dan diakibatkan oleh kelalaian konsumen.

Merujuk pada pembahasan serta penjelasan keseluruhan prinsip tanggung jawab yang ada, apabila dikaitkan dengan Perbuatan Melawan Hukum (PMH), dan cacat produk, maka UUPK menggunakan dasar atau asas tanggung jawab mutlak (*strict liability*). *Product liability* ini merupakan sebuah tanggung jawab atau kewajiban yang dimiliki individu maupun badan yang menghasilkan sebuah produk untuk diperjualbelikan. Tanggung jawab pada prinsip ini dibebankan secara penuh kepada pelaku usaha, karna dalam kasus ini konsumen yang merasa telah dirugikan. Prinsip tanggung jawab mutlak, menitikberatkan konsumen hanya perlu memberikan bukti atas barang yang diterima dalam keadaan tidak sesuai kepada pelaku usaha. Bukti yang diserahkan konsumen menjadi bukti yang sangat kuat untuk meminta ganti rugi, ketika pelaku usaha dapat memberikan pembuktian unsur kesalahan konsumen maka ganti rugi tidak perlu diberikan.

Prinsip yang dianut oleh UUPK, memunculkan sisi baik untuk perlindungan kedudukan konsumen yang dianggap tidak kuat, pembuktian yang sepenuhnya dilimpahkan kepada produsen dan konsumen mendapat barang dengan kualitas baik, mengakibatkan tuntutan kepada produsen untuk membuat produk dengan kualitas barang yang baik sebelum diserahkan kepada konsumen. Pada dasarnya memberikan kualitas terbaik atas barang yang diedarkan merupakan sebuah kewajiban produsen, sehingga prinsip yang dianut ini menjadi dorongan kepada produsen untuk menjaga kualitas mutu produk yang ditawarkan.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap *Review* Konsumen pada Media Sosial

Media sosial adalah wadah atau tempat konsumen untuk menyuarakan pendapat maupun kritik atas barang yang telah dikonsumsi, media sosial menjadi jembatan antara konsumen dengan pelaku usaha atau bahkan dengan calon konsumen lainnya dengan mengutarakan pengalaman dan ulasan atas barang atau jasa yang dikonsumsi. Hal demikian dinamakan kegiatan *review* yang berarti memberikan usulan mengenai kualitas barang atau jasa yang dikonsumsi kemudian diunggah pada platform media sosial.

Sebagaimana hubungan hukum *reviewer* atau individu yang menuliskan *review* pada platform media sosial dengan pelaku usaha adalah subjek hukumnya, dimana *reviewer* adalah konsumen yang menurut UUPK didefinisikan perseorangan yang bebas yang memanfaatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa yang beredar secara umum yang digunakan untuk mencukupi kebutuhan sendiri atau menjadi objek yang diperjualbelikan kembali. Konsumen dan pelaku usaha memiliki keterikatan yang berkesinambungan yang akan terus terjalin karena masing-masing memiliki kepentingan dan mencari keuntungan.⁹ Simbiosis yang terjalin antara kedua subjek ini tidak bisa dipisahkan lantaran, pelaku usaha membutuhkan konsumen sebagai pelanggan untuk menjalankan roda perekonomian sedangkan konsumen membutuhkan produk yang dihasilkan pelaku usaha.

⁹ Tini Hadad (YLKI). "Peranan YLKI dalam Perlindungan Hukum Konsumen pada Era Perdagangan Bebas". *Makalah*. h. 63.

Hubungan konsumen dan pelaku usaha ini tidak akan lepas dari hak dan kewajiban antara kedua belah pihak dimana konsumen memiliki hak untuk mengutarakan baik buruknya sebuah barang atau jasa dengan mengutarakan *review* secara langsung maupun tertulis pada media sosial, UUPK memberikan hak tersebut sesuai dengan Pasal 4 UUPK. Hak yang dimiliki konsumen dalam memberikan ulasan atau tinjauan dari produk yang dikonsumsi ini, dituangkan pada sebuah platform pada media sosial atau internet. Beberapa contoh platform yang menyediakan sarana untuk mengunggah atau menyebarkan foto, video dan tulisan adalah *Google Review*, *Instagram*, *YouTube*, dan lain-lainnya, yang mana individu yang mengunggah fakta demikian adalah konsumen yang disebut dengan *reviewer*.

Kegiatan *review* ini menjadi lumrah untuk dilakukan setiap konsumen, dikarenakan kemudahan untuk mengakses internet di era saat ini. *Review* yang dilakukan konsumen tidak hanya menguntungkan para pelaku usaha saja, pada hal ini pelaku usaha secara tidak langsung mendapatkan promosi dari konsumen apabila menuai ulasan baik. Kegiatan ini juga menguntungkan bagi konsumen, sebab konsumen memiliki kesempatan untuk mengutarakan dan memberikan kritik serta saran. Apabila pelaku usaha mendapatkan *review* buruk atas barang dan jasa yang dipasarkan, pada umumnya langkah utama yang dapat ditempuh adalah itikad baik untuk menyampaikan permohonan maaf atas tidak puasnya konsumen. Langkah selanjutnya adalah memberikan ganti kerugian dengan menukarkan nilai yang setara, dimana konsumen memiliki hak untuk mendapati ganti kerugian yang pantas dan atas kesepakatan para pihak.

Kewajiban untuk memberikan tanggung jawab berupa ganti kerugian tidak hanya termuat dalam hak konsumen dalam Pasal 4 UUPK, namun tanggung jawab ini juga termuat dalam Pasal 19 UUPK yang secara khusus mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Pada Pasal 19 UUPK memberikan perlindungan secara penuh kepada konsumen apabila mendapati barang yang diterima rusak, tercemar dan menyebabkan kerugian. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti kerugian atas kerugian yang dialami konsumen akibat barang dan jasa yang diperjualbelikan.

Korelasi terhadap pelaku usaha atas *review* produk di media sosial dengan ganti kerugian adalah hak konsumen yang tidak didapat secara utuh, dalam kondisi demikian konsumen sudah menyuarkan keluhan melalui platform media sosial yang dapat dijangkau oleh pelaku usaha. UUPK mengatur hukuman terhadap seorang yang melanggar Pasal 19 dengan unsur tidak memberikan ganti rugi terhadap konsumen padahal dapat dibuktikan atas kerugian konsumen tersebut. Pelaku usaha yang tidak memperhatikan keindahan atas kepentingan konsumen yakni hukuman tersebut berupa sanksi administrasi yang tertulis dalam Pasal 60 UUPK yakni pelaku dapat dihukum dengan hukuman sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp.200.000.000 (dua ratus juta rupiah).

PENUTUP

Kesimpulan

Kewajiban pelaku usaha terhadap *review* buruk atas barang yang dijual di media sosial diantaranya memberikan barang yang diperdagangkan dan turut bertanggung jawab atas tuntutan, perkara, sengketa terhadap para pihak. Konsumen memiliki hak sesuai Pasal 4 UUPK dengan demikian pelaku usaha harus memberikan tanggung jawab yang tertuang dalam Pasal 19 UUPK yang secara khusus mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha. Pada Pasal 19 UUPK memberikan perlindungan secara penuh kepada konsumen apabila mendapati barang yang diterima rusak, tercemar dan menyebabkan kerugian. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti kerugian atas kerugian konsumen akibat barang dan jasa yang diperjualbelikan berupa penggantian barang dan jasa yang baru atau sejenis, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian uang tunai.

Rekomendasi

Pelaku usaha diharapkan bisa menjaga kualitas barang yang dijual dan nama baik usaha dengan melaksanakan kewajiban pelaku usaha yang terdapat dalam UUPK. Standar kualitas produk yang dijual diharapkan sesuai dengan nilai tukar dan perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen agar tidak ada kekecewaan yang dirasakan konsumen saat mendapati barang yang dibeli sehingga meminimalisir adanya *review* buruk yang akan di dapat dikemudian hari. Sebagai bentuk implementasi kewajiban pelaku

usaha, pelaku usaha dapat memberikan tanggapan yang baik kepada konsumen atas keluhan yang dirasakan dan memberikan ganti kerugian atas kelalaian pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-undangan:

Burgerlijk Wetboek (BW).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

Buku:

A. Miru dan S. Yodo. (2005). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani. (2000). *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

I Made Pasek Diantha. (2016). *Metodologi Penelitian Hukum Normatai Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Prenada Media Group.

Peter Mahmud Marzuki. (2017). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.

Tini Hadad (YLKI). "Peranan YLKI dalam Perlindungan Hukum Konsumen pada Era Perdagangan Bebas". *Makalah*.

Jurnal:

I Wayan Peryama Yasa, dkk. "Perlindungan Hukum Terhadap Ketentuan Mereview Produk Di Media Sosial." *Jurnal Interpretasi Hukum*. Vol. 3 No. 1 Maret 2022, h. 210-214.

M.L. Tuela. "Upaya Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Barang yang Diperdagangkan." *Lex Privatum*. Vol. 2 No. 1 2017, h. 56-70.

S. Mahayani, A. Zuhairi, dan M. Saleh, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Barang Yang Cacat Setelah Melakukan Transaksi Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *Commerce Law*. Vol. 2 No. 1 Juni 2022, h. 120.